

中商情报网讯：啤酒是人类最古老的酒精饮料，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。“看球经济”逐渐升温，仅在世界杯开幕当日，全国啤酒外卖订单环比增长43%，开赛后一周，啤酒成交额环比增长超10倍。

一、啤酒定义

啤酒的酒精含量较低，含有二氧化碳、多种氨基酸、维生素、低分子糖、无机盐和各种酶。其中，低分子糖和氨基酸容易被消化吸收，在体内产生大量热能，因此往往啤酒被人们称为“液体面包”。1L12°Bx的啤酒，可产生3344kJ热量，相当于3~5个鸡蛋或210g面包所产生热量。

世界公认的啤酒分类方法分为两大类：顶部发酵（Ale 艾尔）和底部发酵（Lager 拉格），具体如图所示：

中国啤酒产业相关政策汇总一览		
发布日期	政策名称	主要内容
2021年4月	《中国酒业“十四五”发展指导意见》	到2025年，啤酒行业产量3800万千升，比“十三五”末增长11.4%，年均递增2.2%；销售收入达到2400亿元，同比增长63.4%，年均递增10.3%；实现利润300亿元，同比增长124.0%，年均递增17.5%。
2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	开展控烟限酒行动。
2020年7月	关于批准发布《啤酒瓶》等13项强制性国家标准和2项强制性国家标准修改单的公告	国家强制标准《啤酒瓶》(GB4544-2020)将于2021年8月1日起正式实施，高度重视食品包装材料及消费者的人身安全，充分结合国内外行业发展趋势，统筹兼顾了安全生产和节能减排。
2020年2月	《食品生产许可分类目录》(修订)	啤酒类别下包括品种明细，分别为熟啤酒、生啤酒、鲜啤酒、特种啤酒。
2019年4月	修订《中华人民共和国进境物品归类表》及《中华人民共和国进境物品充税价格表》	12度以下(不含12度)啤酒单瓶(不超过750毫升)完税价格5元，税率为50%；12度至22度(不含22度)啤酒单瓶(不超过750毫升)完税价格10元，税率为50%
2018年8月	《12类美国啤酒等酒类商品关税拟增25%》	部分拟加征25%关税的酒类商品包括麦芽酿造啤酒等12类
2018年5月	《国务院关税税则委员会关于降低日用消费品进口关税的公告》	自2018年7月1日起，降低部分进口日用消费品的最惠国税率，无醇啤酒关税税率从35%降至5%
2018年1月	《饮料酒制造业污染防治技术	饮料酒制造业污染防治应遵循减量化、资源化、无害化的原则，采用源头控制、生产过程减排、废物资源化利用和末端治理的全过程

三、啤酒行业发展现状

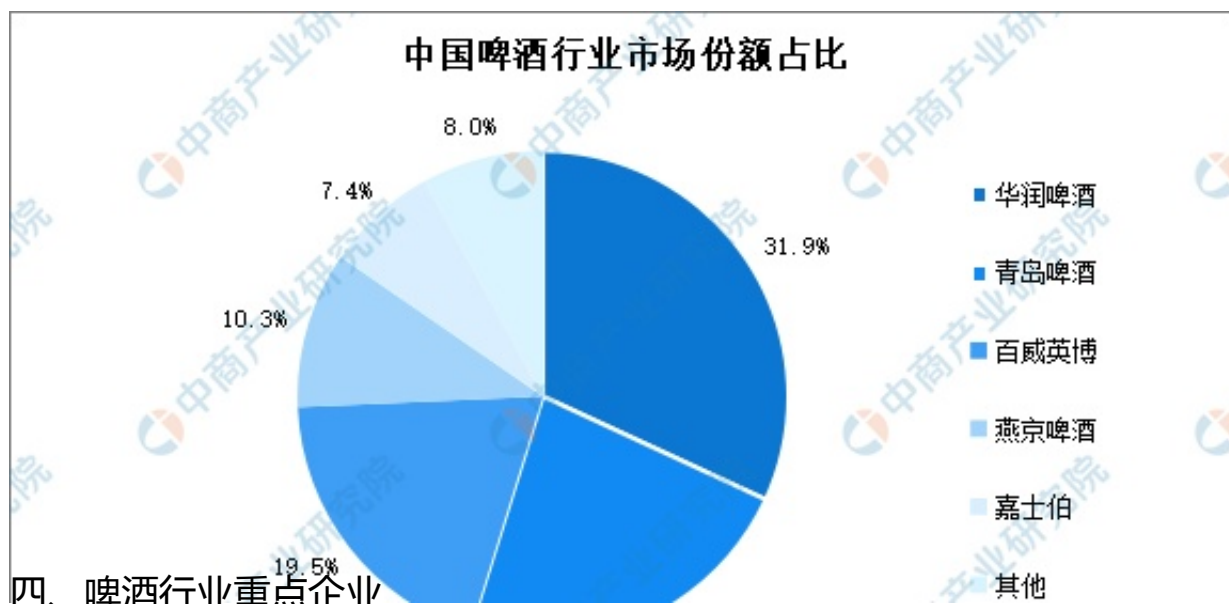
1.产量

我国已连续20年成为全球最大的啤酒生产国，啤酒也是国内第一大消费酒类，市场普遍认为啤酒产量已经进入稳定期。但2020年受疫情影响，我国啤酒产量下降，2021年啤酒产量回升。2022年1-10月啤酒产量达3130.3万千升，同比增长0.6%。



3.企业数量

我国现存啤酒相关企业6.9万家。2022年上半年，我国新增啤酒相关企业4032家，同比减少13.8%。2019年，全年新增1.22万家，同比增加19.9%；2020年受疫情影响，啤酒相关企业注册量同比减少10.9%至1.09万家，2021年注册量新增0.80万家相关企业，同比减少26.4%。



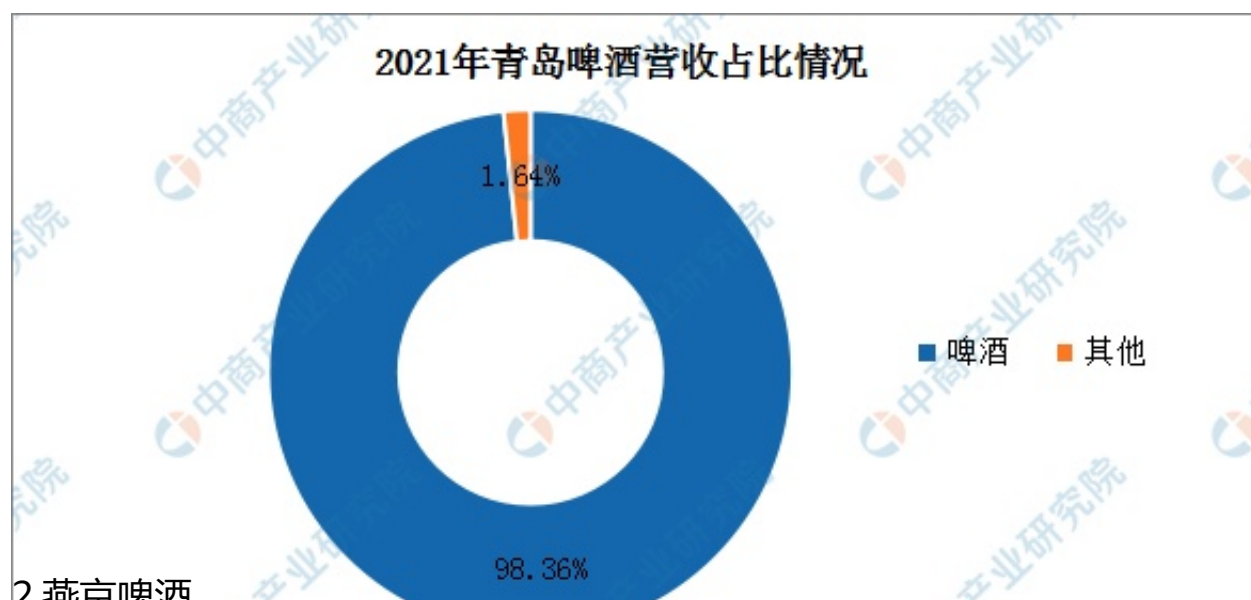
四、啤酒行业重点企业

1.青岛啤酒

青岛啤酒股份有限公司的主营业务为啤酒制造、销售以及与之相关的业务。青岛啤酒主要产品为啤酒，公司拥有的“青岛啤酒”品牌是我国首批十大驰名商标之一，

在国内外市场具有强大的品牌影响力和较高的知名度。

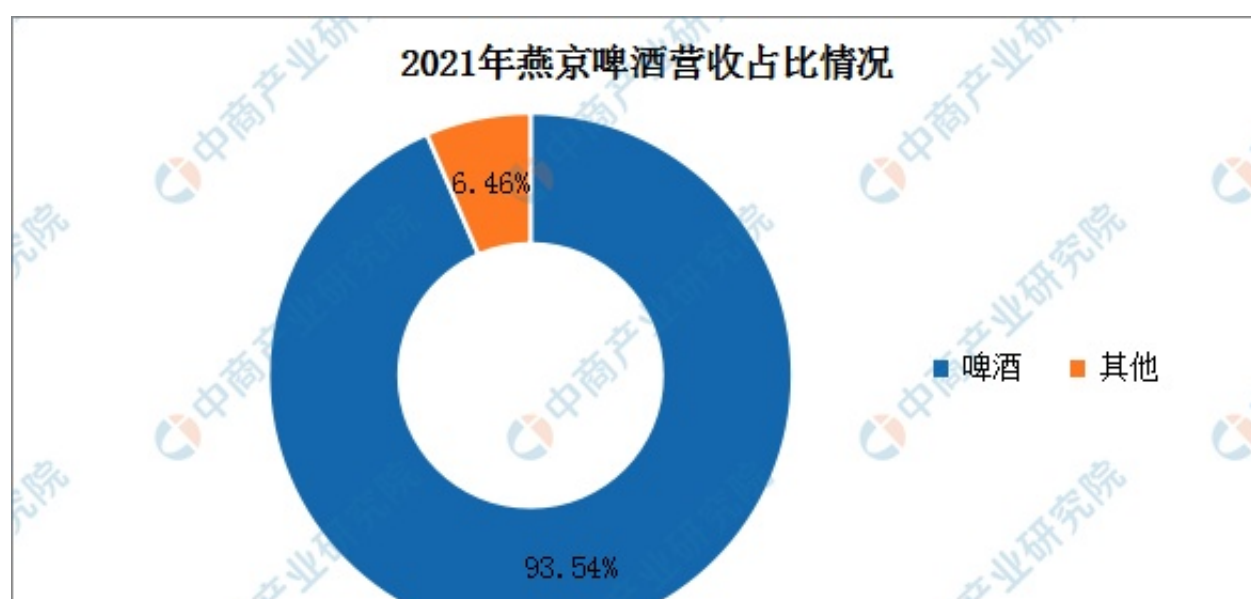
2022年前三季度实现营业收入291.1亿元，同比增长8.74%；实现归母净利润42.67亿元，同比增长18.17%。2021年啤酒营业收入占比达98.36%。



2.燕京啤酒

北京燕京啤酒股份有限公司主营业务为啤酒、饮用水、啤酒原料、茶饮料、酵母、饲料等产品的制造和销售。燕京啤酒啤酒的生产及销售业务占主营业务的90%以上。燕京啤酒主要产品为啤酒、桶装饮用水、瓶装饮用水、九龙斋酸梅汤、燕京纳豆、饲料。

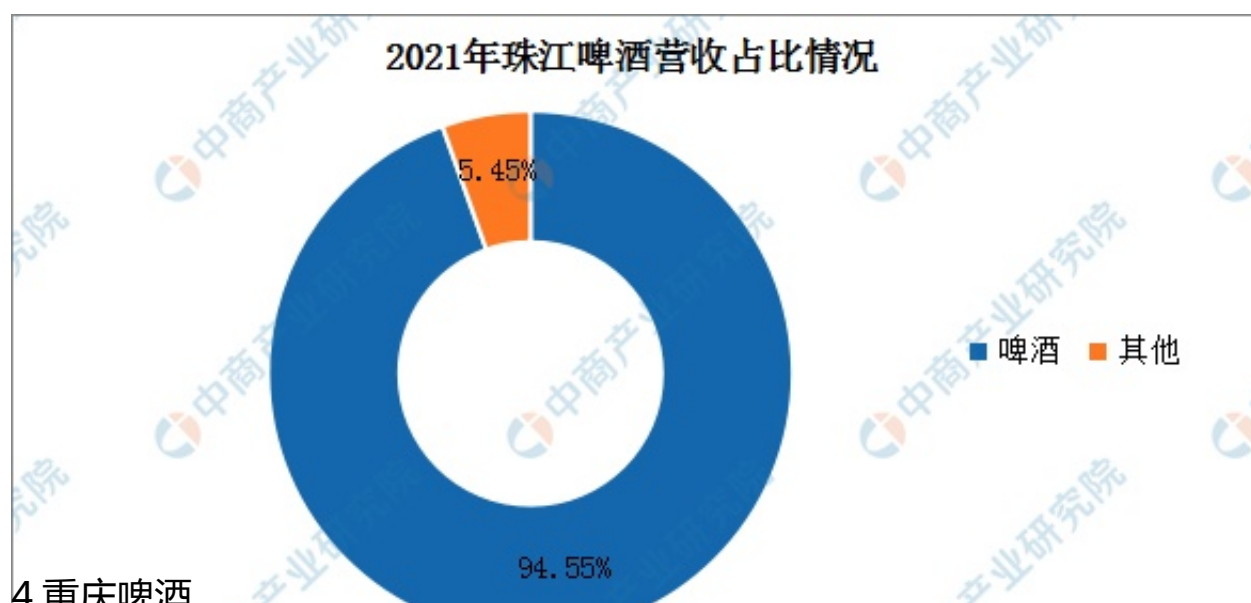
2022年前三季度实现营业收入113.22亿元，同比增长9.01%；实现归母净利润6.73亿元，同比增长19.54%。2021年啤酒营业收入占整体的93.54%。



3.珠江啤酒

广州珠江啤酒股份有限公司是一家主要生产啤酒的企业。其主要产品是啤酒、酵母饲料、包装材料、租赁餐饮服务。珠江啤酒是中国制造业500强企业之一，也是全国知名的啤酒制造企业，拥有中国最大的啤酒酿造中心，“珠江牌”啤酒商标被认定为中国驰名商标。

2022年前三季度实现营业收入41.11亿元，同比增长10.57%；实现归母净利润5.71亿元，同比下降4.03%。2021年啤酒营业收入占整体的94.55%。



4.重庆啤酒

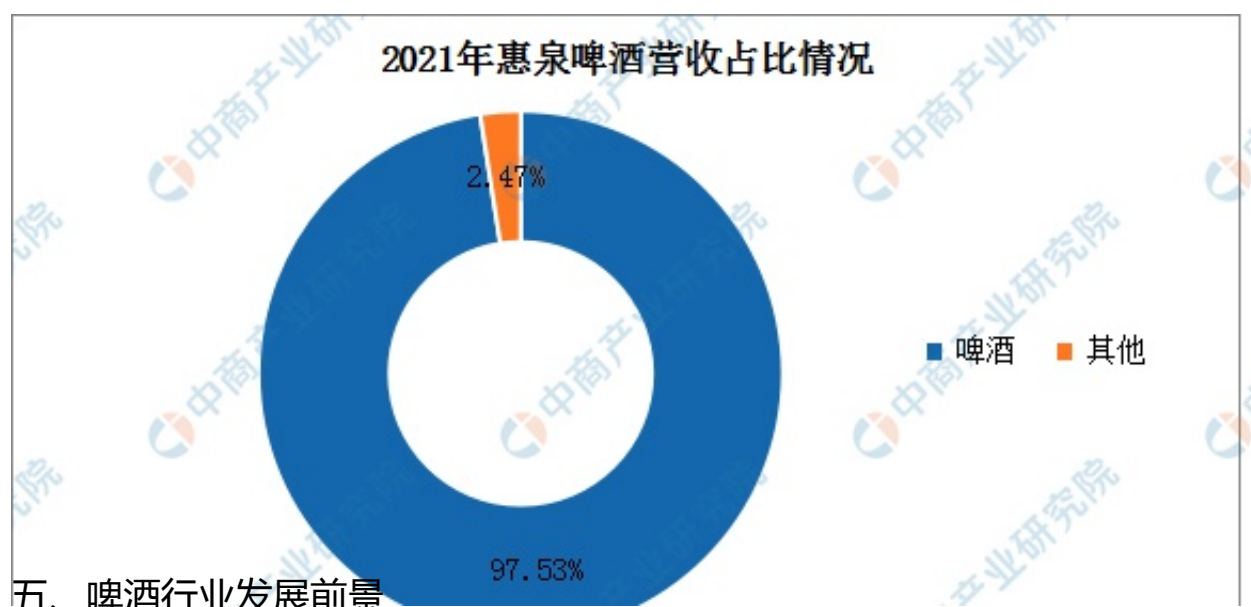
重庆啤酒股份有限公司的主营业务是啤酒产品的制造与销售。主要产品山城啤酒、重庆啤酒等。在品牌组合方面，重庆啤酒“国际高端品牌+本地强势品牌”的品牌组合更加强大。

2022年前三季度实现营业收入121.83亿元，同比增长8.9%；实现归母净利润11.82亿元，同比增长8.9%。2021年啤酒营业收入占整体的97.11%。



福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司为生产销售啤酒。主要产品是惠泉一麦、惠泉纯生、惠泉欧骑士和惠泉鲜啤系列产品等,主要市场是福建、江西等地。惠泉欧骑士啤酒再获中国酒业协会酒类新品“青酌奖”。

2022年前三季度实现营业收入5.49亿元，同比增长5.17%；实现归母净利润0.49亿元，同比增长19.51。2021年啤酒营业收入占整体的97.53%。



1.政策利好啤酒行业发展

近年来，国家和各级地方政府不断加大对啤酒行业的政策支持力度，提出要积极推进啤酒行业的发展。2021年4月9日，中国酒业协会发布《中国酒业“十四五”发

展指导意见》，提出了14个主要任务，涵盖品质表达、人才培育、文化普及、市场培育、文化遗产保护。”十四五“中国酒类产业的发展目标提出，啤酒产业到2025年，产量达3800万千升。啤酒产业发展目标不断支持和鼓励中国啤酒产量增长，助推中国啤酒行业发展，受政策利好，啤酒行业前景可期。

2.消费需求多元化，助推啤酒业务赛道拓宽

我国一直是全球啤酒消费大国，市场消费需求旺盛。随着人们经济收入增加和消费人群年轻化，消费者对于啤酒的需求也开始往高品质、个性化、多元化等方向转变，助推啤酒业务赛道拓宽，高端啤酒和精酿啤酒在中国市场迅速崛起，未来随着市场竞争的加剧，行业将会分化出更多的新的啤酒细分行业，不断推动啤酒行业市场多元发展，行业进一步发展壮大。

3.啤酒消费场景拓宽，带动啤酒行业发展

随着消费者的消费意识升级,消费者的观念从功能化消费逐渐向场景化消费转变，他们不仅注重啤酒本身的口感，同样也注重喝啤酒的场景和氛围。数据显示，九成以上消费者会在朋友聚会场合喝啤酒，其中八成以上消费者更愿意与家人和朋友在大排档喝啤酒。其次生活压力大的打工人更愿意自饮占比达六成以上，其中90后更愿意在家自饮时选择价格亲民、度数低、爽口啤酒。此外，精酿啤酒兴起之后，很多年轻人都热衷于在精酿店里聚会、聊天、喝酒，度数低的啤酒日益成为年轻人聚会的首选饮品。随着消费场景拓宽，预期啤酒行业得到进一步的发展。

更多资料请参考中商产业研究院发布的《中国啤酒行业市场前景及投资机会研究报告》，同时中商产业研究院还提供产业大数据、产业情报、行业研究报告、行业白皮书、商业计划书、可行性研究报告、园区产业规划、产业链招商图谱、产业招商指引、产业链招商考察&推介会等服务。