

2026年全球啤酒行业总体规模、主要企业国内外市场占有率及排名

报告简介

啤酒行业作为全球酒精饮料市场的重要支柱与大众消费文化的经典载体，其产业范畴涵盖以麦芽、水、啤酒花及酵母为主要原料，经糖化、发酵、过滤及包装工艺酿制而成的低度发酵酒制造体系，包括拉格、艾尔、世涛、小麦啤酒等风格流派及无醇、低醇等衍生品类。

当前，全球啤酒产业正处于消费理性回归、健康意识渗透与可持续转型深化的多重调整期，啤酒的功能属性从社交润滑剂向品质生活符号、文化体验载体及健康微醺选择多维延伸，行业边界在品类创新与场景重构中持续拓展。从产业发展现状审视，全球啤酒市场呈现“总量趋稳、结构升级、区域分化”的显著特征。成熟市场如北美与西欧，人均消费量见顶回落，但高端化与精酿化趋势深化，消费者愿意为craft工艺、本地特色与风味复杂度支付溢价，无醇与低醇啤酒渗透率快速提升以响应健康诉求；新兴市场如亚太、拉美及非洲，城镇化与中产扩容支撑大众啤酒消费基数扩张，但年轻群体口味多元化与即饮渠道受限构成增长制约。精酿啤酒运动从边缘走向主流，独立酒厂与大型集团的craft品牌线并存，IPA、酸啤、浑浊IPA等风格持续创新，但市场整合与资本退潮后行业进入理性发展阶段。产业竞争格局层面，全球啤酒巨头通过并购整合形成寡头垄断，百威英博、喜力、嘉士伯等掌控国际品牌矩阵与全球分销网络，但区域强势品牌凭借本土文化认同与渠道深耕保持韧性。供应链层面，大麦与啤酒花原料价格波动、能源成本攀升及包装可持续转型构成行业共性压力，垂直整合与长期合约成为风险对冲策略。

展望未来发展趋势，高端化与健康化将成为重塑啤酒行业产品形态与消费场景的双重主线。高端产品持续扩容，限量版、桶陈、混合发酵及烈性啤酒满足探索型消费需求，啤酒与葡萄酒、烈酒的边界模糊化，品鉴文化与食物搭配深化；健康导向产品创新，无醇啤酒技术突破使口感接近常规产品，低卡路里、低碳水及功能性添加迎合理性饮酒趋势，运动恢复啤酒等细分概念试水市场。可持续酿造深入产业全链条，节水节能技术、再生能源使用、副产品资源化及循环包装系统成为ESG合规与品牌叙事核心，碳中和酒厂认证与透明供应链追溯响应消费者问责。此外，数字化技术重构消费者连接，DTC订阅模式、虚拟酒

厂体验及NFT数字藏品发行探索新商业模式，即时零售与社区团购渠道渗透加速，场景化营销从传统体育赞助向音乐节、户外露营及电竞等新兴文化场景迁移。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对全球及国内啤酒行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 统计范围及所属行业

第一节 统计范围界定

一、啤酒定义

二、啤酒产品特征

第二节 啤酒行业归属

一、《国民经济行业分类》

二、《统计用产品分类目录》

第三节 全球及国内啤酒市场规模

一、2022-2025年全球啤酒市场规模

二、2022-2025年国内啤酒市场规模

第四节 啤酒行业发展现状分析

一、行业生命周期

二、行业进入壁垒

三、行业成长性

四、行业盈利性

五、行业成熟度

第五节 啤酒行业发展影响因素

一、行业发展有利因素

二、行业发展不利因素

第二章 国内外市场占有率及排名

第一节 全球啤酒行业发展状况概览

一、全球啤酒产能及区域分布

二、全球啤酒产品结构

第二节 全球啤酒市场竞争分析

一、全球啤酒市场集中度

二、全球啤酒行业竞争梯队

1.第一梯队

2.第二梯队

3.第三梯队

第三节 全球啤酒主要企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年全球啤酒主要企业营业收入

二、2023-2025年全球啤酒主要企业市场份额

三、2023-2025年全球啤酒主要企业排名

第四节 国内啤酒主要企业市场占有率及排名(按营收)

一、2023-2025年国内啤酒主要企业营业收入

二、2023-2025年国内啤酒主要企业市场份额

三、2023-2025年国内啤酒主要企业排名

第五节 2025年全球啤酒行业资本运作分析

一、2025年全球啤酒行业重大投资并购事件

二、2025年全球啤酒行业重大投资并购事件对行业的影响分析

第三章 全球啤酒行业主要国家（地区）分析

第一节 美国啤酒行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年美国啤酒市场规模

四、2026-2031年美国啤酒市场规模预测

五、美国啤酒行业典型企业分析

第二节 德国啤酒行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年德国啤酒市场规模

四、2026-2031年德国啤酒市场规模预测

五、德国啤酒行业典型企业分析

第三节 日本啤酒行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年日本啤酒市场规模

四、2026-2031年日本啤酒市场规模预测

五、日本啤酒行业典型企业分析

第四节 韩国啤酒行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年韩国啤酒市场规模

四、2026-2031年韩国啤酒市场规模预测

五、韩国啤酒行业典型企业分析

第五节 中国啤酒行业分析

一、发展历程

二、发展特征

三、2023-2025年中国啤酒市场规模

四、2026-2031年中国啤酒市场规模预测

五、中国啤酒行业典型企业分析

第四章 啤酒细分行业分析

第一节 精酿啤酒

一、全球精酿啤酒市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球精酿啤酒主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国精酿啤酒市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国精酿啤酒主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、精酿啤酒未来发展趋势预测

第二节 黑啤/烈性啤酒

一、全球黑啤/烈性啤酒市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球黑啤/烈性啤酒主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国黑啤/烈性啤酒市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国黑啤/烈性啤酒主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、黑啤/烈性啤酒未来发展趋势预测

第三节 无醇/低醇啤酒

一、全球无醇/低醇啤酒市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球无醇/低醇啤酒主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国无醇/低醇啤酒市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国无醇/低醇啤酒主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、无醇/低醇啤酒未来发展趋势预测

第四节 特色风味啤酒(果味/茶味等)

一、全球特色风味啤酒(果味/茶味等)市场规模(2021vs2025vs2030)

二、全球特色风味啤酒(果味/茶味等)主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

三、中国特色风味啤酒(果味/茶味等)市场规模(2021vs2025vs2030)

四、中国特色风味啤酒(果味/茶味等)主要供应商及其市场份额(按2025年营收)

五、特色风味啤酒(果味/茶味等)未来发展趋势预测

第五章 啤酒产业链分析

第一节 啤酒产业链结构解析

一、啤酒产业链结构示意图

二、啤酒产业链全景图

三、啤酒产业发展热力地图

第二节 啤酒产业链上游分析

一、啤酒成本结构

二、2023-2025年上游行业发展现状

三、2026-2031年上游行业发展趋势

第三节 啤酒产业链中游分析

一、啤酒中游行业分布

二、2023-2025年中游行业发展现状

三、2026-2031年中游行业发展趋势

第四节 啤酒产业链下游分析

一、啤酒下游行业分布

二、2023-2025年下游行业发展现状

三、2026-2031年下游行业发展趋势

四、下游需求对啤酒行业的影响

第六章 啤酒主要企业分析

第一节 百威英博(anheuser-busch inbev sa/nv)

一、企业基本概况

二、企业啤酒产品分析

三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第二节 喜力公司(heineken n.v.)

一、企业基本概况

二、企业啤酒产品分析

三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第三节 嘉士伯集团(carlsberg group)

一、企业基本概况

二、企业啤酒产品分析

三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第四节 华润啤酒(控股)有限公司

一、企业基本概况

二、企业啤酒产品分析

三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第五节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业啤酒产品分析

三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第六节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业啤酒产品分析
- 三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析
- 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析
- 五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七节 重庆啤酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业啤酒产品分析
- 三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析
- 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析
- 五、企业最新发展动态及未来发展规划

第八节 摩森康胜饮料公司(molson coors beverage company)

- 一、企业基本概况
- 二、企业啤酒产品分析
- 三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析
- 四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析
- 五、企业最新发展动态及未来发展规划

第九节 朝日集团控股有限公司(asahi group holdings, ltd.)

- 一、企业基本概况
- 二、企业啤酒产品分析
- 三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第十节 麒麟控股株式会社(kirin holdings company, ltd.)

一、企业基本概况

二、企业啤酒产品分析

三、2023-2025年企业啤酒业务经营分析

四、企业行业市场地位及对行业的影响力分析

五、企业最新发展动态及未来发展规划

第七章 啤酒行业swot分析及发展策略

第一节 啤酒行业发展驱动因素

一、市场需求

二、技术变革

三、政策法规

四、产业升级

五、全球化分工

第二节 啤酒行业发展swot分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机遇分析

四、挑战分析

第三节 基于swot分析的啤酒行业发展策略

一、so策略

二、wo策略

三、st策略

四、wt策略

第八章 啤酒行业商业模式及运营模式

第一节 啤酒行业商业模式

一、配套直销模式

二、层级分销模式

三、技术授权与服务模式

四、模块化与平台化供货模式

第二节 啤酒行业运营模式分析

一、研发运营

二、生产运营

三、供应链运营

四、质量运营

五、全球化运营

第九章 主要研究结论

第一节 啤酒行业发展潜力研究结论

第二节 啤酒主要供应商排名研究结论

第十章 研究方法 with 数据来源

第一节 研究方法

一、桌面研究

二、文献研究

三、抽样调研

第二节 数据来源

一、一手信息来源

二、二手信息来源

第三节 数据交互验证

第四节 免责声明

图表目录：

图表：全球啤酒产品结构

图表：全球啤酒市场集中度

图表：啤酒行业发展趋势

图表：啤酒行业供应链分析

图表：啤酒行业销售模式分析

图表：啤酒产业链结构示意图

图表：2023-2025年全球啤酒市场规模

图表：2023-2025年中国啤酒市场规模

图表：2025年全球啤酒产能区域分布图

图表：全球主要啤酒供应商市场份额及排名

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

报告编号：4067386

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260410/4067386.shtml>

在线订购：[点击这里](#)