

# 2021-2027年中国啤酒行业 分析与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2021-2027年中国啤酒行业分析与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202106/223622.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

啤酒是以小麦芽和大麦芽为主要原料，并加啤酒花，经过液态糊化和糖化，再经过液态发酵而酿制成的。其酒精含量较低，含有二氧化碳，富有营养。它含有多种氨基酸、维生素、低分子糖、无机盐和各种酶。这些营养成分人体容易吸收利用。啤酒中的低分子糖和氨基酸很易被消化吸收，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3 344kJ 热量，相当于3~5 个鸡蛋或210g 面包所产生热量，一个轻体力劳动者，如果一天能饮用1L 啤酒，即可获得所需热量的三分之一。

从产量角度来看，二十一世纪初我国啤酒产量即超越美国成为世界第一，其他主要的啤酒生产还包括巴西、德国、墨西哥、俄罗斯、日本等，排在前七位的生产国合计生产1.13亿千升，合计占比68%，显示出了较强的规模效应。我国啤酒产量世界第一，占全球总量的24%数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国啤酒行业分析与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了啤酒行业市场发展环境、啤酒整体运行态势等，接着分析了啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了啤酒市场竞争格局。随后，报告对啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对啤酒产业有个系统的了解或者想投资啤酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章 啤酒行业相关概述

#### 1.1 啤酒简介

##### 1.1.1 啤酒的定义

##### 1.1.2 啤酒的典型特征

##### 1.1.3 啤酒的原料

##### 1.1.4 啤酒的分类

##### 1.1.5 啤酒生产流程

#### 1.2 啤酒工业与废水

##### 1.2.1 啤酒工业废水污染源探究

- 1.2.2 啤酒工业废水的特征分析
- 1.2.3 啤酒工业废水污染强度分析
- 1.2.4 啤酒工业废水处理方法介绍

## 第二章 2015-2019年世界啤酒行业发展分析

- 2.1 世界啤酒发展状况
  - 2.1.1 2019年行业生产状况
  - 2.1.2 2019年行业的发展
  - 2.1.3 市场新变化分析
- 2.2 欧洲啤酒行业发展分析
  - 2.2.1 欧洲各国啤酒税分析
  - 2.2.2 丹麦
  - 2.2.3 德国
  - 2.2.4 意大利
- 2.3 亚洲啤酒行业发展概况
  - 2.3.1 亚洲啤酒业总况
  - 2.3.2 越南
  - 2.3.3 韩国
  - 2.3.4 日本
  - 2.3.5 缅甸
- 2.4 美国啤酒
  - 2.4.1 行业发展历程
  - 2.4.2 2019年市场分析
  - 2.4.3 2019年行业的发展
- 2.5 其他
  - 2.5.1 墨西哥
  - 2.5.2 加拿大
  - 2.5.3 尼日利亚

## 第三章 2015-2019年中国啤酒行业发展分析

- 3.1 中国啤酒行业发展状况分析
  - 3.1.1 所属行业经济运行状况

- 3.1.2 产业结构日趋成熟
- 3.1.3 产品结构深化调整
- 3.1.4 新常态下行业的发展
- 3.2 2015-2019年中国啤酒行业发展分析
  - 3.2.1 2019年行业发展回顾
  - 3.2.2 2019年行业发展分析
  - 3.2.3 2019年行业运行现状
- 3.3 2015-2019年中国啤酒产量数据分析
  - 3.3.1 2015-2019年全国啤酒产量趋势
  - 3.3.2 2019年全国啤酒产量情况
  - 3.3.3 2019年全国啤酒产量情况
  - 3.3.4 2019年啤酒产量分布情况
  - 3.3.5 2019年全国啤酒产量情况
- 3.4 中国麦芽酿造的啤酒进出口数据分析
  - 3.4.1 进出口总量数据分析
  - 3.4.2 主要贸易国所属行业进出口情况分析
  - 3.4.3 主要省市所属行业进出口情况分析
- 3.5 中国啤酒行业存在的问题分析
  - 3.5.1 产能过剩问题分析
  - 3.5.2 行业创新难问题
  - 3.5.3 原料对外依存严重
- 3.6 中国啤酒行业发展对策分析
  - 3.6.1 市场突围策略
  - 3.6.2 行业创新策略
  - 3.6.3 “互联网+啤酒”解决方案
  - 3.6.4 增强行业软实力的措施
  - 3.6.5 中小啤企业发展建议

## 第四章中国啤酒制造业财务状况

- 4.1 中国啤酒制造行业经济规模
  - 4.1.1 2015-2019年啤酒制造业销售规模
  - 4.1.2 2015-2019年啤酒制造业利润规模

- 4.1.3 2015-2019年啤酒制造业资产规模
- 4.2 中国啤酒制造行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2015-2019年啤酒制造业亏损面
  - 4.2.2 2015-2019年啤酒制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2015-2019年啤酒制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2015-2019年啤酒制造业销售利润率
- 4.3 中国啤酒制造行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2015-2019年啤酒制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2015-2019年啤酒制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2015-2019年啤酒制造业总资产周转率
- 4.4 中国啤酒制造行业偿债能力指标分析
  - 4.4.1 2015-2019年啤酒制造业资产负债率
  - 4.4.2 2015-2019年啤酒制造业利息保障倍数
- 4.5 中国啤酒制造行业财务状况综合评价
  - 4.5.1 啤酒制造业财务状况综合评价
  - 4.5.2 影响啤酒制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章 2015-2019年中国啤酒市场分析

- 5.1 中国啤酒市场总体状况
  - 5.1.1 市场总体格局
  - 5.1.2 市场需求分析
  - 5.1.3 市场走向分析
- 5.2 城市啤酒市场
  - 5.2.1 城市啤酒市场的特点分析
  - 5.2.2 城市啤酒市场网络的构成
  - 5.2.3 中国南北城市啤酒市场竞争情况
  - 5.2.4 城市超市啤酒市场的开发策略
  - 5.2.5 城市社区啤酒市场的开发策略
- 5.3 农村啤酒市场
  - 5.3.1 农村啤酒市场的特点分析
  - 5.3.2 农村成啤酒市场新增长点
  - 5.3.3 国内农村啤酒市场潜力巨大

- 5.3.4 中西部和农村啤酒市场为增长主力
- 5.3.5 啤企建立乡镇网络销售体系的策略
- 5.3.6 啤企针对乡镇市场的促销方案介绍
- 5.3.7 中国农村啤酒市场的拓展策略分析
- 5.4 中高档啤酒市场
  - 5.4.1 高端啤酒发展现状
  - 5.4.2 高端啤酒市场份额分析
  - 5.4.3 国产高端啤酒发展障碍
  - 5.4.4 国产高端啤酒破局策略
- 5.5 啤酒市场消费分析
  - 5.5.1 啤酒消费者对产品的认知过程
  - 5.5.2 啤酒消费者的消费场所归类及特点
  - 5.5.3 影响啤酒消费者消费选择的因素
  - 5.5.4 啤酒消费者的惯性消费特点分析
  - 5.5.5 中国啤酒行业消费者满意度
  - 5.5.6 啤酒消费者的消费趋势分析
- 5.6 啤酒经销商分析
  - 5.6.1 个体啤酒经销商模式
  - 5.6.2 公司化啤酒经销商模式
  - 5.6.3 经销商面临的主要问题
  - 5.6.4 啤酒经销商发展重在创新
  - 5.6.5 提高经销商素质的有效途径

## 第六章 2015-2019年中国啤酒区域市场分析

- 6.1 区域总体状况
  - 6.1.1 区域产销规模
  - 6.1.2 区域经营状况
  - 6.1.3 区域品牌分布
- 6.2 山东
  - 6.2.1 市场发展现状
  - 6.2.2 市场产量分析
  - 6.2.3 企业经营动态

## 6.3 广东

### 6.3.1 2017年产量分析

### 6.3.2 2019年产量分析

### 6.3.3 2019年产量分析

## 6.4 河南

### 6.4.1 2017年产量分析

### 6.4.2 2019年产量分析

### 6.4.3 2019年产量分析

## 6.5 辽宁

### 6.5.1 2017年产量分析

### 6.5.2 2019年产量分析

### 6.5.3 2019年产量分析

### 6.5.4 市场发展现状

## 6.6 浙江

### 6.6.1 2017年产量分析

### 6.6.2 2019年产量分析

### 6.6.3 2019年产量分析

## 第七章 2015-2019年中国啤酒品牌发展分析

### 7.1 中国啤酒品牌的发展状况

#### 7.1.1 中国啤酒品牌的发展阶段划分

#### 7.1.2 中国啤酒品牌市场的发展分析

#### 7.1.3 中国啤酒市场主要的品牌企业

### 7.2 中国啤酒品牌发展的市场格局

#### 7.2.1 主要啤酒品牌国内市场份额

#### 7.2.2 国产啤酒品牌仍占市场主导

#### 7.2.3 洋品牌冲击国内高端啤酒市场

#### 7.2.4 国内啤酒发力于塑造高端品牌

### 7.3 中国区域啤酒品牌的发展

#### 7.3.1 中国区域强势啤酒品牌道路的可行性

#### 7.3.2 中国区域性啤酒品牌发展情况分析

#### 7.3.3 中国区域啤酒品牌市场的发展对策

## 7.4 中国啤酒行业品牌整合战略分析

### 7.4.1 中国啤酒行业的品牌整合模式

### 7.4.2 啤酒品牌整合模式的优劣分析

### 7.4.3 啤酒品牌整合模式的理想路径

### 7.4.4 制定品牌战略的考虑因素分析

## 7.5 中国啤酒品牌年轻化发展战略

### 7.5.1 市场定位年轻化

### 7.5.2 啤酒包装年轻化

### 7.5.3 促销活动年轻化

### 7.5.4 广告宣传年轻化

### 7.5.5 经典品牌年轻化

## 7.6 中国啤酒品牌发展中的问题

### 7.6.1 国产啤酒品牌受洋品牌挑战

### 7.6.2 中国啤酒品牌市场发展存在的障碍

### 7.6.3 中国高端啤酒品牌市场发展的难题

### 7.6.4 中国啤酒品牌的传播误区分析

## 7.7 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势

### 7.7.1 啤酒品牌健康发展策略

### 7.7.2 啤酒品牌发展和推广策略

### 7.7.3 雪花啤酒品牌营销策略借鉴

### 7.7.4 二、三线啤酒品牌的发展建议

### 7.7.5 中国啤酒品牌市场的发展趋势

### 7.7.6 中国啤酒品牌市场的发展方向

## 第八章 2015-2019年中国啤酒行业营销分析

### 8.1 中国啤酒营销总体状况

#### 8.1.1 中国啤酒市场营销模式

#### 8.1.2 中国啤酒营销的中国特色

#### 8.1.3 中国啤酒市场营销现状

#### 8.1.4 中国啤酒市场营销方向

### 8.2 中国啤酒文化营销分析

#### 8.2.1 运用啤酒文化营销的原因

- 8.2.2 啤酒文化的内涵分析
- 8.2.3 解析啤酒文化与营销的有效结合
- 8.3 啤酒夜场营销分析
  - 8.3.1 啤酒夜场终端分类
  - 8.3.2 啤酒夜场市场特征
  - 8.3.3 啤酒夜场营销策略
- 8.4 中国啤酒行业分众营销分析
  - 8.4.1 中国啤酒行业分众营销概述
  - 8.4.2 中国啤酒突破分众营销阻力
  - 8.4.3 中国啤酒行业分众营销策略
- 8.5 中国啤酒品牌广告策略简析
  - 8.5.1 中国啤酒品牌实施广告策略的状况
  - 8.5.2 中国啤酒品牌广告策略影响因素
  - 8.5.3 中国啤酒品牌广告策略途径探索
- 8.6 中国啤酒企业资源营销分析
  - 8.6.1 营销资源构成分析
  - 8.6.2 营销资源优劣势分析
  - 8.6.3 资源营销策略分析
- 8.7 啤酒营销中存在问题分析
  - 8.7.1 传统营销模式问题分析
  - 8.7.2 啤酒营销渠道存在问题
  - 8.7.3 中国啤酒品牌营销误区
  - 8.7.4 中国啤酒企业营销误区
- 8.8 啤酒行业营销的策略分析
  - 8.8.1 啤酒企业营销渠道改进
  - 8.8.2 啤酒企业营销渠道管理
  - 8.8.3 啤酒市场创新营销策略
  - 8.8.4 啤酒行业深度营销策略

## 第九章 2015-2019年相关酒业发展状况分析

- 9.1 白酒
  - 9.1.1 行业的发展阶段

### 9.1.2 行业发展成就

### 9.1.3 行业地域分布特征

### 9.1.4 行业竞争格局

### 9.1.5 2017年行业发展状况

### 9.1.6 2019年行业运行状况

### 9.1.7 2019年行业发展现状2018-2019年6月全国白酒产量及增速数据来源：公开资料整理

### 9.1.8 行业主要问题

### 9.1.9 行业发展对策

## 9.2 葡萄酒

### 9.2.1 行业发展变化趋势

### 9.2.2 行业发展热点动态

### 9.2.3 市场呈现回暖态势

### 9.2.4 市场消费空间巨大

### 9.2.5 行业发展面临挑战

### 9.2.6 行业未来发展走向

## 9.3 黄酒

### 9.3.1 行业发展综述

### 9.3.2 市场发展回顾

### 9.3.3 行业弱势反弹

### 9.3.4 行业发展面临机遇

### 9.3.5 行业文化构建分析

## 第十章 2015-2019年啤酒关联产业的发展分析

### 10.1 中国啤酒花行业发展分析

#### 10.1.1 中国啤酒花产业发展简况

#### 10.1.2 中国啤酒花市场发展状况

#### 10.1.3 中国啤酒花行业存在的问题

#### 10.1.4 中国啤酒花行业发展策略

### 10.2 啤酒大麦市场的发展

#### 10.2.1 中国啤麦产业发展状况

#### 10.2.2 中国啤酒大麦市场发展状况

#### 10.2.3 中国啤麦市场发展的影响因素及对策

## 10.3 啤酒相关的机械设备分析

### 10.3.1 中国啤酒饮料灌装机械业发展分析

### 10.3.2 中国啤酒饮料灌装机械发展现状

### 10.3.3 中国啤酒灌装设备产业发展迅速

### 10.3.4 中国小型啤酒酿造设备发展状况

### 10.3.5 中国啤酒装备存在的问题

## 10.4 啤酒包装行业分析

### 10.4.1 灌装啤酒与瓶装啤酒的发展趋势

### 10.4.2 中国啤酒干包装发展状况

### 10.4.3 啤酒瓶包装材料市场发展情况

### 10.4.4 啤酒包装制胜终端市场策略分析

### 10.4.5 啤酒外包装全裹标签发展模式

### 10.4.6 未来啤酒纸箱包装的发展走势分析

## 第十一章 2015-2019年中国啤酒行业竞争分析

### 11.1 中国啤酒竞争所面临的三大阶段

#### 11.1.1 兼并期

#### 11.1.2 消耗期

#### 11.1.3 竞合期

### 11.2 中国啤酒行业竞争现状分析

#### 11.2.1 中国啤酒行业的竞争格局

#### 11.2.2 中国啤酒行业的竞争特点

#### 11.2.3 影响啤酒行业竞争力主要因素

#### 11.2.4 中国啤酒行业竞争态势

#### 11.2.5 中国啤酒行业竞争现状

#### 11.2.6 主要城市中高端啤酒品牌竞争状况

### 11.3 中国啤酒行业竞争的本质分析

#### 11.3.1 啤酒行业竞争的并购战略驱动特点

#### 11.3.2 啤酒行业初始的规模竞争情况分析

#### 11.3.3 渠道、产品结构和品牌竞争分析

#### 11.3.4 持续的管理竞争和其他因素影响

### 11.4 国外啤酒企业在中国的竞争状况

- 11.4.1 国外啤酒竞争格局演变
- 11.4.2 国外品牌啤酒商在中国的发展状况
- 11.4.3 国外品牌在中国市场水土不服情况
- 11.4.4 国外品牌在中国高端啤酒市场竞争状况
- 11.4.5 中国本土啤企国际化转型状况
- 11.5 速度管理提高啤酒企业竞争能力
  - 11.5.1 速度管理的定义
  - 11.5.2 速度管理在啤酒企业运用的要点
  - 11.5.3 啤酒企业的速度管理模式探讨
- 11.6 啤酒行业竞争中存在的问题及其策略
  - 11.6.1 啤酒市场不正当竞争现象分析
  - 11.6.2 惯性竞争思维在行业竞争中的问题
  - 11.6.3 啤酒行业实现竞争合作的策略
  - 11.6.4 规范啤酒市场竞争的对策探讨
  - 11.6.5 啤酒行业竞争思维的转型
  - 11.6.6 中小啤酒企业市场竞争策略剖析
- 11.7 中国啤酒行业竞争趋势
  - 11.7.1 啤酒行业竞争发展特点分析
  - 11.7.2 啤酒企业竞争行为的演化方向
  - 11.7.3 中国啤酒行业竞争格局发展趋势
  - 11.7.4 中国啤酒业竞争焦点分析
  - 11.7.5 中国啤酒行业竞争趋势预测

## 第十二章国际啤酒上市公司

- 12.1 南非米勒酿酒公司 ( SABMiller )
  - 12.1.1 企业发展概况
  - 12.1.2 公司经营状况
- 12.2 百威英博 ( Anheuser-Busch InBev SA/NV )
  - 12.2.1 企业发展概况
  - 12.2.2 公司经营状况
- 12.3 喜力啤酒公司 ( Heineken N.V. )
  - 12.3.1 企业发展概况

### 12.3.2 公司经营状况

## 第十三章中国啤酒重点企业经营状况分析

### 13.1 青岛啤酒股份有限公司

#### 13.1.1 企业发展概况

#### 13.1.2 经营效益分析

#### 13.1.3 业务经营分析

#### 13.1.4 财务状况分析

### 13.2 北京燕京啤酒股份有限公司

#### 13.2.1 企业发展概况

#### 13.2.2 经营效益分析

#### 13.2.3 业务经营分析

#### 13.2.4 财务状况分析

### 13.3 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

#### 13.3.1 企业发展概况

#### 13.3.2 经营效益分析

#### 13.3.3 业务经营分析

#### 13.3.4 财务状况分析

### 13.4 重庆啤酒股份有限公司

#### 13.4.1 企业发展概况

#### 13.4.2 经营效益分析

#### 13.4.3 业务经营分析

#### 13.4.4 财务状况分析

### 13.5 新疆啤酒花股份有限公司

#### 13.5.1 企业发展概况

#### 13.5.2 经营效益分析

#### 13.5.3 业务经营分析

#### 13.5.4 财务状况分析

### 13.6 广州珠江啤酒股份有限公司

#### 13.6.1 企业发展概况

#### 13.6.2 经营效益分析

#### 13.6.3 业务经营分析

#### 13.6.4 财务状况分析

### 第十四章 2021-2027年啤酒行业投资分析及未来发展预测

#### 14.1 啤酒行业投资分析

##### 14.1.1 未来中国啤酒行业投资潜力地区

##### 14.1.2 未来啤酒行业投资潜力品种分析

#### 14.2 中国啤酒行业未来发展预测

##### 14.2.1 “互联网+”时代啤酒市场空间展望

##### 14.2.2 中国啤酒行业发展趋势

##### 14.2.3 啤酒工业发展将渐趋低碳化

#### 14.3 2021-2027年中国啤酒行业预测分析

##### 14.3.1 2021-2027年中国啤酒行业产量预测

##### 14.3.2 2021-2027年中国啤酒行业资产总额预测

##### 14.3.3 2021-2027年中国啤酒行业销售收入预测

##### 14.3.4 2021-2027年中国啤酒行业利润总额预测

#### 部分图表目录：

图表：2015-2019年我国啤酒产量及增长率

图表：2015-2019年各大区啤酒市场（产量）变化

图表：2015-2019年我国啤酒业销售收入变化表

图表：2015-2019年我国啤酒业经济指标变化表

图表：2015-2019年我国啤酒业企业及工厂数量变化表

图表：2015-2019年我国啤酒业行业集中度变化图

图表：2015-2019年我国啤酒产品包装结构变化

图表：2015-2019年我国啤酒进口量

图表：2015-2019年我国啤酒产量增长走势图

图表：2019年我国啤酒产量月度增长状况

图表：2015-2019年全国啤酒产量趋势图

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223622.html>