

2024-2030年中国啤酒市场 深度评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国啤酒市场深度评估与投资战略咨询报告》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/202310/418240.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国啤酒市场深度评估与投资战略咨询报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 啤酒行业相关概述 第一节 啤酒简介 一、啤酒的定义 二、啤酒的典型特征 三、啤酒的原料 四、啤酒的分类 五、啤酒生产流程 第二节 啤酒工业与废水 一、啤酒工业废水污染源探究 28 二、啤酒工业废水的特征分析 28 三、啤酒工业废水污染强度分析 29 四、啤酒工业废水处理法介绍 29 第二章 世界啤酒行业发展分析 34 第一节 世界啤酒发展概述 34 一、世界啤酒行业发展情况分析 34 二、世界啤酒行业并购情况分析 34 三、世界啤酒市场消费情况分析 35 第二节 欧洲啤酒行业发展分析 35 一、奥地利啤酒市场发展概况 35 二、俄罗斯酒类产品销售情况 36 三、比利时啤酒市场陷入萎缩 37 四、德国巴伐利亚啤酒出口情况 37 五、英国葡萄酒消费将超过啤酒 37 第三节 亚洲啤酒行业发展概况 38 一、越南啤酒市场增长潜力大 38 二、韩国啤酒的消费状况分析 38 三、日本啤酒出货量再创新低 39 四、泰国啤酒业增长态势分析 39 第四节 美国啤酒 40 一、美国啤酒业的发展历程介绍 40 二、美国高度啤酒生产政策逐步放宽 44 三、美国啤酒新包装使市场生机盎然 44 四、美国酒类消费者偏好调查 44 五、美国啤酒市场状况分析 45 第五节 其他 46 一、加拿大国内的啤酒市场份额分析 46 二、新西兰精酿啤酒的生产日渐升温 46 三、非洲国家啤酒市场发展前景良好 46 四、尼日利亚啤酒业的发展前景看好 47 第三章 中国啤酒行业发展分析 48 第一节 中国啤酒行业发展状况分析 48 一、新中国啤酒工业发展的四个阶段 48 二、中国啤酒行业近年发展情况概述 49 三、中国啤酒行业的产量逐渐萎缩 49 四、中国啤酒行业发展态势 49 第二节 中国啤酒行业发展分析 50 第三节 全国啤酒产量分析 51 第四节 啤酒行业进出口数据分析 54 一、中国麦芽酿造的啤酒进出口情况分析 54 二、主要国家麦芽酿造的啤酒进出口情况分析 55 三、主要省份麦芽酿造的啤酒进出口情况分析 55 第五节 中国啤酒行业的利润分析 56 二、中国啤酒行业利润变化分析 56 三、中国二三线啤酒企业利润下滑 56 四、提升啤酒企业利润的发展策略 57 第六节 中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略 59 一、中国与国际啤企成长与盈利能力比较 59 二、中国啤酒企业面临的外资冲击 60 三、背靠外资的本土啤企发展状况 60 四、中国啤企的“国际化”发展状况 62 五、中国啤企的“国际化”发展对策 62 第七节 啤酒行业存在的问题及其对策 63 一、中国啤酒行业创新难的问题分析 63 二、软实力不足是啤酒业发展主要问题 64 三、增强中国啤酒行业软实力的措施 64 四、中国中小啤酒企业发展策略建议 65 五、啤酒企业提高自身经营效益的策略 69 第四章 中国啤酒制造业财务状况 70 第一节 中国啤酒制

造业经济规模 70 一、中国啤酒制造业销售规模 70 二、中国啤酒制造业利润规模 71 三、中国啤酒制造业资产规模 71 第二节 中国啤酒制造业盈利能力指标分析 72 一、中国啤酒制造业亏损面 72 二、中国啤酒制造业销售毛利率 72 三、中国啤酒制造业成本费用利润率 73 四、中国啤酒制造业销售利润率 73 第三节 中国啤酒制造业营运能力指标分析 74 一、中国啤酒制造业应收账款周转率 74 二、中国啤酒制造业流动资产周转率 75 三、中国啤酒制造业总资产周转率 75 第四节 中国啤酒制造业偿债能力指标分析 76 一、中国啤酒制造业资产负债率 76 二、中国啤酒制造业利息保障倍数 76 第五节 中国啤酒制造业财务状况综合分析 77 一、中国啤酒制造业财务状况综合评价 77 二、影响中国啤酒制造业财务状况的经济因素分析 77

第五章 中国啤酒市场分析 78 第一节 中国啤酒市场总体概况 78 一、中国大型啤酒企业的市场布局 78 二、中国中小啤酒企业的市场布局 78 三、中国啤酒淡季市场的变化分析 78 四、中国啤酒零售市场发展分析 80 第二节 城市啤酒市场 80 一、城市啤酒市场的特点分析 80 二、城市啤酒市场网络的构成 81 三、城市超市啤酒市场的开发策略 81 四、城市社区啤酒市场的开发策略 84 第三节 农村啤酒市场 86 一、农村啤酒市场的特点分析 86 二、国内农村啤酒市场潜力巨大 87 三、中西部和农村啤酒市场为增长主力 87 四、啤企建立乡镇网络销售体系的策略 87 五、啤企针对乡镇市场的促销方案介绍 88 六、中国农村啤酒市场的拓展策略分析 89 第四节 中高档啤酒市场 92 一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎 92 二、开发中高档啤酒的市场机遇分析 92 三、中高档啤酒市场竞争日趋激烈 92 四、中高档啤酒终端市场秩序混乱 93 五、中高档啤酒终端恶性竞争的后果 95 六、规范中高档啤酒终端市场的对策 97 七、开发中国高端啤酒市场策略分析 99 第五节 啤酒市场消费分析 102 一、啤酒消费者对产品的认知过程 102 二、啤酒消费者的消费场所归类及特点 103 三、影响啤酒消费者消费选择的因素 104 四、啤酒消费者的惯性消费特点分析 104 五、中国啤酒行业消费者满意度调查 104 六、啤酒消费者的消费习惯变化分析 105 第六节 啤酒经销商分析 105 一、个体啤酒经销商模式 105 二、公司化啤酒经销商模式 107 三、经销商面临的主要问题 112 四、啤酒经销商发展重在创新 113 五、提高经销商素质的有效途径 114

第六章 中国啤酒区域市场分析 116 第一节 东北地区 116 一、东北啤酒市场 116 二、各地啤酒市场 116 第二节 华北地区 117 一、华北啤酒市场 117 二、各地啤酒市场 117 第三节 华东地区 118 一、华东啤酒市场 118 二、各地啤酒市场 118 第四节 中南地区 119 一、中南啤酒市场 119 二、各地啤酒市场 120 第五节 西部地区 121 一、西部啤酒市场 121 二、各地啤酒市场 121

第七章 2014-2017年中国啤酒品牌发展分析 123 第一节 中国啤酒品牌的发展概况 123 一、中国啤酒品牌的发展阶段划分 123 二、中国啤酒品牌市场的发展分析 123 三、中国啤酒品牌市场的发展现状 124 第二节 中国区域啤酒品牌的发展 124 一、中国区域强势啤酒品牌道路的可行性 124 二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析 125 三、中国区域啤酒品牌市场的发展对策 126 第三节 解析啤酒无品牌

观念现象 127 一、无品牌观念产生原因 127 二、无品牌观念带来的后果 129 三、树立品牌观念的意义分析 130 四、树立品牌的要点分析 131 第四节 中国啤酒品牌发展中的问题 132 一、中国啤酒品牌市场发展存在的障碍 132 二、中国高档啤酒品牌市场发展的难题 132 三、中国啤酒品牌的传播误区分析 133 四、国内啤酒品牌的消费者满意度下降 134 第五节 中国啤酒行业品牌整合战略分析 134 一、中国啤酒行业的品牌整合模式 134 二、啤酒品牌整合模式的优劣分析 135 三、啤酒品牌整合模式的理想路径 139 四、制定品牌战略的考虑因素分析 142 第六节 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势 143 一、啤酒品牌发展和推广策略 143 二、做好啤酒品牌的五大策略 144 三、二、三线啤酒品牌的发展建议 145 四、中国啤酒品牌的发展趋势 147 五、中国啤酒品牌市场的发展方向 148 第八章 中国啤酒行业营销分析 150 第一节 中国啤酒营销总体概况 150 一、中国啤酒营销五大模式 150 二、中国啤酒营销的中国特色 151 三、中国啤酒营销的发展走向 152 四、中国啤酒行业营销状况总结 153 第二节 中国啤酒文化营销分析 155 一、运用啤酒文化营销的原因 155 二、啤酒文化的内涵分析 157 三、解析啤酒文化与营销的有效结合 157 第三节 啤酒夜场营销分析 159 一、啤酒夜场终端分类 159 二、啤酒夜场市场特征 161 三、啤酒夜场营销策略探究 162 第四节 中国啤酒行业分众营销分析 170 一、中国啤酒行业分众营销概述 170 二、中国啤酒突破分众营销的阻力 171 三、中国啤酒行业分众营销的策略 172 第五节 中国啤酒品牌广告策略简析 176 一、中国啤酒品牌实施广告策略的状况 176 二、中国啤酒品牌广告策略影响因素 177 三、中国啤酒品牌广告策略途径探索 179 第六节 啤酒营销中存在的问题 182 一、啤酒营销渠道中存在的问题 182 二、中国啤酒品牌营销误区分析 188 三、中国啤酒企业营销误区分析 190 第七节 啤酒行业营销的策略分析 194 一、啤酒行业应高效运用深度营销策略 194 二、中国啤酒行业淡季市场营销策略 199 三、啤酒经销商应对质量投诉策略 202 四、啤酒企业营销突破路径分析 203 第九章 相关酒业市场发展分析 205 第一节 白酒 205 第二节 葡萄酒 213 第三节 黄酒 214 一、中国黄酒价格情况分析 214 二、中国黄酒行业“黄金十年”预测 215 三、中国黄酒市场的发展对策分析 216 第十章 啤酒关联产业的发展分析 218 第一节 中国啤酒花行业发展分析 218 一、中国啤酒花产业发展简况 218 二、中国啤酒花市场发展状况 218 三、中国啤酒花行业三大问题有待解决 218 四、中国啤酒花行业发展策略 219 第二节 啤酒大麦市场的发展 220 一、中国啤麦产业发展扫描 220 二、中国啤酒大麦市场发展分析 221 三、中国啤酒大麦市场简况 221 四、中国啤麦市场发展的影响因素及对策 221 第三节 啤酒相关的机械设备分析 222 一、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析 222 二、中国啤酒灌装设备产业发展迅速 223 三、中国小型啤酒酿造设备已发展成熟 223 四、中国啤酒装备存在的问题 225 第四节 啤酒包装行业分析 226 一、灌装啤酒与瓶装啤酒的发展趋势 226 二、成功的包装使啤酒更具吸引力 226 三、啤酒瓶包装材料市场发展情况 229 四、啤酒包装制胜终端市场策略分析 230 五、全

裹标签成为啤酒外包装的新选择 232 六、未来啤酒纸箱包装的发展走势分析 232 第十一章 中国啤酒行业竞争分析 234 第一节 中国啤酒竞争所面临的三大阶段 234 一、兼并期 234 二、消耗期 234 三、竞合期 234 第二节 中国啤酒行业竞争现状分析 234 一、中国啤酒行业的竞争格局分析 234 二、中国啤酒行业的竞争特点分析 235 三、影响啤酒行业竞争力的主要因素 236 四、中国啤酒产业整合优势分析 236 五、主要城市中高端啤酒品牌竞争状况 237 第三节 中国啤酒行业竞争的本质分析 237 一、啤酒行业竞争的并购战略驱动特点 237 二、啤酒行业初始的规模竞争情况分析 238 三、渠道、产品结构和品牌竞争分析 238 四、持续的管理竞争和其他因素影响 240 第四节 国外啤酒企业在中国的竞争状况 240 一、国外品牌啤酒商在中国的发展状况 240 二、国外品牌在中国市场水土不服情况 242 三、国外品牌在中国高端啤酒市场竞争状况 242 第五节 速度管理提高啤酒企业竞争能力 243 一、速度管理的定义 243 二、速度管理在啤酒企业运用的要点 244 三、啤酒企业的速度管理模式探讨 247 第六节 啤酒行业竞争中存在的问题及其策略 248 一、啤酒市场不正当竞争现象分析 248 二、啤酒行业实现竞争合作的策略 249 三、规范啤酒市场竞争的对策探讨 252 四、啤酒行业竞争思维的转型 253 五、中小啤酒企业市场竞争策略剖析 253 第七节 中国啤酒行业竞争趋势 254 一、啤酒行业竞争发展特点分析 254 二、浅析啤酒企业竞争行为的演化方向 255 三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势 257 四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析 258 五、中国啤酒行业竞争趋势预测 258 第十二章 国际啤酒上市公司经营分析 259 第一节 百威英博 259 一、公司简介 259 二、百威英博经营状况 259 三、百威英博发展规划 260 第二节 喜力啤酒公司 (HEINEKEN N.V.) 261 一、公司简介 261 二、喜力啤酒经营状况 261 三、喜力啤酒发展规划 261 第十三章 中国啤酒上市企业经营分析 263 第一节 青岛啤酒股份有限公司 263 一、企业发展概况 263 二、经营效益分析 263 三、业务经营分析 263 四、财务状况分析 264 五、未来前景展望 264 第二节 北京燕京啤酒股份有限公司 265 一、企业发展概况 265 二、经营效益分析 266 三、业务经营分析 266 四、财务状况分析 266 五、未来前景展望 267 第三节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 267 一、企业发展概况 267 二、经营效益分析 268 三、业务经营分析 268 四、财务状况分析 268 五、未来前景展望 268 第四节 重庆啤酒股份有限公司 269 一、企业发展概况 269 二、经营效益分析 269 三、业务经营分析 270 四、财务状况分析 270 五、未来前景展望 270 第五节 新疆啤酒花股份有限公司 271 一、企业发展概况 271 二、经营效益分析 271 三、业务经营分析 272 四、财务状况分析 272 五、未来前景展望 272 第六节 华润集团 273 一、企业发展概况 273 二、经营效益分析 273 三、业务经营分析 273 四、财务状况分析 274 五、未来前景展望 274 第七节 上市公司财务比较分析 274 第十四章 啤酒行业投资分析及未来发展预测 276 第一节 啤酒行业投资分析 276 一、未来中国啤酒行业投资潜力地区 276 二、未来啤酒行业投资潜力品种分析 276 三、未来高端啤酒市场投资潜力无限 280 第二

节 中国啤酒行业未来发展预测 280 一、 中国啤酒行业的发展前景分析 280 二、 城镇化带来啤酒行业发展机遇 281 三、 中国啤酒工业发展将渐趋低碳化 282 四、 “十三五”啤酒行业的发展趋势 282 五、 中国啤酒行业预测分析 283 第十五章 附录 284 附录一：啤酒生产许可证审查细则 284 附录二：酒类广告管理办法 289 附录三：酒类流通管理办法 292

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418240.html>