

中国啤酒行业研究及未来五年未来趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国啤酒行业研究及未来五年未来趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/220448220448.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一部分 行业分析

第一章 世界啤酒行业现状与发展分析

第一节 世界及部分国家啤酒市场分析

一、世界啤酒市场发展概况

二、德国啤酒消费情况分析

三、美国酒市场发展情况分析

四、日本啤酒销售情况分析

第二节 世界啤酒业新品推出情况

一、米勒推出精酿啤酒风味新品

二、伊堡啤酒新品“晶莹”夜场

三、金川保健啤酒新品上市

四、精酿风味啤酒将引领美国市场

五、美国研制开发出雷司令浓啤酒

第二章 中国制酒饮料业整体发展状况分析

第一节 中国制酒饮料行业运行情况分析

一、中国制酒饮料业生产情况分析

二、中国制酒饮料业销售增长情况分析

三、中国制酒饮料业进出口情况分析

四、中国制酒饮料业利润总额增长情况分析

五、中国制酒饮料市场价格分析

第二节 中国制酒行业存在的问题及未来发展预测

一、困扰我国酒业发展的五大问题

二、酒业在变化中走向一个新时期

三、《反垄断法》对酒企带来的影响

四、经济增速减缓酒类股防御价值依旧

五、中国制酒业发展趋势展望

第三章 中国啤酒行业发展情况分析

第一节 中国啤酒行业发展情况分析

一、中国啤酒行业运行情况分析

二、中国啤酒发展情况及预测

三、中国啤酒行业变局分析

四、国内啤酒企业总体运行情况

五、中国啤酒业市场特点分析

第二节啤酒行业技术发展情况分析

- 一、ChinaBrew2009年再现啤酒饮料装备最新技术
- 二、中比啤酒新品实验塑料聚酯瓶的产业价值
- 三、部分酒类生产技术被限制出口
- 四、国外啤酒生产新技术
- 五、中国啤酒新国家标准即将发布

第三节啤酒新品上市情况分析

- 一、西夏嘉酿隆重上市
- 二、雪花干啤正式上市
- 三、不凡啤酒全新上市
- 四、维雪纯生“百米冲刺”鲜活上市
- 五、天目湖铂金版全麦芽啤酒上市
- 六、河南省首家塑料瓶装啤酒上市

第四节啤酒企业经营状况分析

- 一、啤酒行业经营形势分析
- 二、中国啤酒业亟待提高核心竞争力
- 三、啤酒企业“消化不良”

第四章 啤酒行业上市公司分析

第一节 中国啤酒行业上市公司发展环境分析

- 一、提价促使啤酒行业上市公司股价大幅上涨
- 二、啤酒行业市盈率高
- 三、酒类上市公司产量增长情况
- 四、行业取水标准定额对啤酒上市公司的影响
- 五、啤酒行业投资项目前景良好

第二节 中国啤酒行业上市基本条件和方案

- 一、首发上市法定条件
- 二、证监会审核关注重点
- 三、企业上市中介机构的选择
- 四、上市公司重大资产重组申报工作指引
- 五、如何做好新产品上市前的评估工作

第三节 我国啤酒行业上市企业运行情况分析

- 一、主要啤酒企业上市公司年度数据
- 二、啤酒行业上市公司分析
- 三、珠江啤酒A股首发上市后位列行业第三
- 四、雪津“蓝尊纯生”隆重上市三个首创

第五章 相关竞争行业发展分析

第一节 白酒行业

一、白酒行业运行情况分析

二、中国白酒市场发展预测

第二节 葡萄酒行业

一、中国葡萄酒行业发展特征分析

二、中国葡萄酒消费增幅居全球之冠

三、中国葡萄酒行业发展趋势

第三节 黄酒行业

一、我国黄酒行业区域经济特征及发展情况

二、黄酒走向全国的战略失误

三、2015-2020年黄酒行业发展趋势

第四节 保健酒行业

一、保健酒市场分析

二、保健酒发展预测

三、潜力巨大保健酒“劲头十足”

第五节 烈性洋酒在中国的发展

一、中国成世界洋酒市场争夺焦点

二、洋酒在中国的未来发展趋势

三、烈性洋酒与高端白酒的博弈

第六章 啤酒生产要素与关联产业分析

第一节 中国啤酒主要原料市场分析

一、中国啤酒业：产能过剩之下的成本之痛

二、中国啤酒业原料进口情况分析

三、2010啤酒花市场价格情况

四、中国啤酒原料大麦基地的建设情况

五、玉门市形成完整的啤酒原料加工产业链条

六、甘肃省啤酒大麦种植培育情况

第二节 中国国产啤酒机械发展现状及存在的问题

一、啤酒设备价位趋势

二、适用于啤酒瓶再循环的新型透明标签

三、灌装机贴标机吹瓶机技术水平飞速提升

四、中国啤酒装备目前存在的问题

五、国产啤酒装备已赢得国内企业青睐

第三节 啤酒包装发展现状与趋势

一、中国啤酒外包装行业市场现状及其预测

二、啤酒企业的外包装

三、沪产啤酒瓶质量水平

四、啤酒行业聚焦环保包装新技术

五、啤酒瓦楞纸箱包装发展前景广阔

六、啤酒塑料包装发展趋势

第二部分 市场分析

第七章 中国啤酒市场分析

第一节 中国啤酒市场概况

一、啤酒市场形成具有竞争优势的价值链

二、啤酒市场争夺进入巨头鲸吞时代

三、我国啤酒市场现存的几大问题

第二节 啤酒市场动态分析

一、中国啤酒业建设节约型企业势在必行

二、俄罗斯啤酒发力中国市场

三、啤酒业民族品牌命运受牵制

四、我国成为全球增长最快的啤酒生产与消费国

五、国产中小啤酒面临生死劫

六、国际啤酒饮料技术展会的影响

第三节 城市啤酒市场分析与进入策略

一、城市啤酒市场特点

二、城市市场的网络结构

三、啤酒企业开拓城市市场的超市策略

四、啤酒企业开拓城市市场的社区策略

五、啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端中高档啤酒市场策略

第四节 农村啤酒市场分析与进入策略

一、农村啤酒市场分析

二、啤酒企业开拓农村啤酒市场策略

三、浅谈农村啤酒市场的营销策略

第八章 中国啤酒区域市场分析

第一节 华北市场分析

第二节 中南市场分析

第三节 华东市场分析

第四节 东北市场分析

第九章 中国啤酒消费者分析

第一节 啤酒消费者行为调查

- 一、经常饮用啤酒的场合
- 二、啤酒的购买的地点
- 三、饮用啤酒的地点
- 四、啤酒的购买习惯
- 五、消费者喝啤酒主要考虑的因素
- 六、啤酒特色新品的选择
- 七、消费者注重的啤酒感观指标
- 八、啤酒品牌的认知途径

第二节 女性啤酒市场调查的分析研究

第三节 啤酒消费趋势分析

- 一、口味包装不断出新高端啤酒积极迎合大众
- 二、啤酒兑果汁渐形成趋势
- 三、中国啤酒消费两大趋势

第十章 中国啤酒行业营销策略分析

第一节 中国啤酒业的营销模式及发展趋势

- 一、五种营销模式
- 二、啤酒业中的“中国特色”
- 三、啤酒业营销格局添变数
- 四、中国啤酒行业营销模式发展趋势

第二节 中国啤酒品牌广告策略

- 一、中国啤酒企业广告投放存在的问题
- 二、中国啤酒品牌广告策略的限制因素
- 三、啤酒品牌广告策略之路径

第三节 啤酒旺季营销策略分析

- 一、旺季动销的三大助推器
- 二、啤酒旺季营销的八大短板
- 三、啤酒旺季营销策略
- 四、再谈啤酒旺季促销的有效策略

第四节 啤酒夜场营销策略分析

- 一、啤酒夜场市场特点
- 二、啤酒夜场终端的分类
- 三、国产啤酒在夜场中的现状
- 四、啤酒夜场终端营销策略

第五节 啤酒营销案例分析

第三部分 竞争分析

第十一章 中国啤酒行业竞争状况分析

第一节 中国啤酒行业竞争格局与集中度分析

- 一、亚洲啤酒行业竞争格局分析
- 二、我国啤酒行业竞争格局演变趋势分析
- 三、青岛啤酒步入整合与扩张并举新时期
- 四、啤酒行业集中度进一步提高
- 五、2015-2020年啤酒行业未来市场集中度状况预测

第二节 外资进入国内啤酒业情况分析

- 一、外资进入国内啤酒业情况分析
- 二、啤酒产业外资比例情况
- 三、外资操盘中国啤酒业内战
- 四、珠江啤酒获批IPO
- 五、海外资本扩张提速
- 六、兰州黄河与外资合作情况
- 七、燕京啤酒短期内不寻求与外资合作

第三节 本土啤酒品牌发展情况分析

- 一、国内啤酒品牌发展现状分析
- 二、本土品牌在学习中前进
- 三、本土啤酒的品牌战略迷局
- 四、中国啤酒国际化，应先做好本土化
- 五、百威对哈啤的整合决定本土化是否成功

第四节 啤酒行业未来竞争趋势分析

- 一、啤酒企业重心向下开打社区争夺战
- 二、中国啤酒竞合情况
- 三、四大啤酒巨头鏖战江城零售终端
- 四、决胜在终端仍具有较强的现实意义价值链分析
- 五、品牌策略替代价格策略

第五节 啤酒企业竞争成功案例解读

- 一、哈啤——品牌战略卓尔不群
- 二、雪津——高端战略傲视同侪
- 三、珠啤——多维战略浴火重生
- 四、银麦——迂回战略游刃有余
- 五、天湖——聚焦战略高筑铁壁
- 六、大雪——低成本战略所向披靡

第十二章 国内啤酒主要企业分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、公司情况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第二节 华润啤酒集团

- 一、公司情况
- 二、雪花啤酒销量分析
- 三、雪花啤酒网络营销战略
- 四、雪花啤酒品牌营销策略研究

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、公司情况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司财务数据分析
- 三、公司最新发展动态及策略

第四节 广东珠江啤酒集团

- 一、公司情况
- 二、珠啤集团销售情况分析
- 二、珠江啤酒：整华东 谋求全国
- 四、珠江啤酒借力资本市场谋求扩张
- 五、珠江啤酒上市获批

第五节 哈尔滨啤酒集团

- 一、公司情况
- 二、哈啤的成长历程
- 三、哈啤强化新管理体系实施情况

第六节 深圳金威啤酒有限公司

- 一、公司情况
- 二、金威啤酒迈向辉煌的品牌之路
- 三、金威变口味欲争夺北方市场

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

- 一、公司情况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第八节 重庆啤酒集团

- 一、公司情况
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司财务数据分析
- 四、公司最新发展动态及策略

第九节 金星啤酒集团有限公司

- 一、公司概况
- 二、金星啤酒的品牌战略研究
- 三、金星啤酒的成功法则
- 四、金星啤酒的供应链管理

第十节 福建雪津啤酒有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司未来展望
- 三、雪津啤酒品牌发展策略
- 四、雪津啤酒健步迈向全国强势品牌

第四部分 趋势与战略

第十三章 2015-2020年中国啤酒行业发展环境与趋势分析

第一节 中国啤酒行业宏观经济环境分析及预测

- 一、宏观经济运行情况
- 二、中国宏观经济形势预测
- 三、“十二五”经济发展预测
- 四、PPI上涨对我国酒业的影响分析
- 五、原料价格上涨对啤酒公司的影响

第二节 中国啤酒产业的发展趋势

- 一、中国啤酒产业行业结构发展趋势
- 二、中国啤酒产业市场结构发展趋势
- 三、中国啤酒企业间竞争焦点发展趋势
- 四、啤酒行业未来发展趋势展望
- 五、整合成为行业发展的必然过程
- 六、2015-2020年厂商未来发展态势
- 七、2015-2020年啤酒企业经营趋势

第三节 2015-2020年啤酒行业市场发展机会分析

- 一、需求增长VS产能扩张
- 二、啤酒涨价VS原料涨价
- 三、前景预测

四、重点公司分析

第十四章 2015-2020年中国啤酒行业发展战略分析

第一节 中国啤酒品牌的蓝海战略

- 一、中国啤酒品牌的“蓝海”
- 二、中国目前啤酒品牌态势
- 三、中国啤酒品牌“蓝海”之路让人堪忧
- 四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议
- 五、中国啤酒品牌发展趋势预测

第二节 中国啤酒行业品牌突围策略

- 一、啤酒业将步入品牌时代
- 二、以资源整合实现品牌化突围
- 三、中型啤酒企业发展策略

第三节 中国区域啤酒品牌发展的策略分析

- 一、中国啤酒区域品牌现状
- 二、中国啤酒区域品牌成功对抗全国性品牌的策略

第四节 中国啤酒国际化发展策略

- 一、中国啤酒业国际化发展历程
- 二、中国啤酒企业的国际化风险
- 三、中国啤酒业国际化发展策略

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/220448220448.html>