

2018-2024年中国啤酒市场竞争现状分析与未来发展方向研究报告

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《2018-2024年中国啤酒市场竞争现状分析与未来发展方向研究报告》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/310614310614.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

啤酒的两大分类是艾尔（Ale）和拉格（Lager）。大部分精酿啤酒都属于艾尔啤酒的范畴，而工业啤酒一般多为拉格啤酒。不过，并不能单纯用艾尔和拉格来分辨是否为精酿啤酒。通常来讲，艾尔啤酒属于上发酵法，而拉格啤酒是下发酵法，上发酵法通常在较高的温度下（15-20摄氏度）迅速发酵，酒体较为丰富，水果味更浓。由于精酿啤酒酿造工艺、添加物以及选取酵母均有所不同，所以酿造的啤酒的口味差异很大，是大批量生产的（Mass Product）工业啤酒无法媲美的。中国精酿啤酒仍以高端消费者为主，集中在北上广深等大城市，突出产品的高规格，加之中国普通啤酒价格便宜，精酿啤酒价格约为普通啤酒的4-5倍。

2017年1-4月份啤酒产量1149万千升，已持续两个月产量减少。其中今年4月份产量为355.4万千升，环比减少1.5%，同比减少1.1%。相比较而言，进口啤酒量自2016年11月开始持续增长。其中今年3月份进口约5.5万升，环比增加77%，同比增加11.9%。

啤酒产量变化趋势图 资料来源：公开资料整理

近年来国内进口啤酒数量和品种激增，中国消费者青睐进口啤酒主要由于其“新、奇、特”，加之众多中国啤酒企业之前的策略多为利用价格战以争夺市场份额，使得进口啤酒“趁虚而入”，抢占了中国高端啤酒市场的份额。不过不同于曾闹出产品安全丑闻的乳制品和种类繁多优劣难辨的舶来品红酒，国内几大啤酒公司在中国市场早已耕耘多年，消费群体较为稳定，且鲜有安全问题，加之啤酒自身对新鲜度的要求较高，进口啤酒经长途运输势必影响口感，所以国内啤酒企业的优势十分明显。

特别是从近年来海外进口啤酒平均单价和国内酒企吨酒价的变化看，中国消费者面对进口啤酒的理性程度不断提高，进口单价不断下降，而国内啤酒企业的吨酒价不断提升。国内啤酒企业也在逐步转变经营策略，专注于提升产品质量、抢占高端市场。近年来，国产啤酒新品如燕京白啤、雪花纯生系列、重啤乐堡等，都在不断发力抢占高端市场，并取得了不俗的成绩。

观研天下发布的《2018-2024年中国啤酒市场竞争现状分析与未来发展方向研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和

投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一部分 发展环境分析

第一章 世界啤酒行业市场运行形势分析

第一节 全球啤酒行业发展概况

第二节 世界啤酒行业发展走势

二、全球啤酒行业市场分布情况

三、全球啤酒行业发展趋势分析

节 全球重点国家和地区分析

一、北美

二、亚洲

三、欧盟

第二章 2017年中国啤酒产业发展环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济发展分析

二、中国宏观经济发展预测分析

第二节 啤酒行业主管部门、行业监管体制

第三节 中国啤酒行业主要法律法规及政策

节 中国啤酒产业社会环境发展分析

第二部分 市场现状分析

第三章 2013-2017年中国啤酒产业发展现状

第一节 啤酒行业的有关概况

一、啤酒的定义

二、啤酒的特点

第二节 啤酒的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、啤酒行业产业链分析

第三节 上下游行业对啤酒行业的影响分析

第四章 2013-2017年中国啤酒产业运行情况

第一节 中国啤酒行业发展状况

一、2013-2017年啤酒行业市场供给分析

二、2013-2017年啤酒行业市场分析

三、2013-2017年啤酒行业市场规模分析

第二节 中国啤酒行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第五章 2017年中国啤酒行业销售渠道分析

第一节 啤酒行业销售渠道现状

一、啤酒行业商超渠道分析

二、啤酒行业餐饮渠道分析

三、啤酒行业娱乐场所渠道分析

第二节 啤酒行业销售渠道延伸与发展

一、啤酒行业校园渠道分析

1、市场规模

2、发展情况

3、发展策略

二、啤酒行业车站/码头渠道分析

1、市场规模

2、发展情况

3、发展策略

三、啤酒行业销售渠道整合的挑战与出路

1、啤酒行业销售渠道整合面临的挑战

2、啤酒行业销售渠道整合出路

第四节 啤酒行业销售渠道创新模式

一、啤酒销售渠道创新主要模式

二、啤酒销售渠道创新模式应用范围

第六章 2017年中国啤酒市场营销策略分析

第一节 2017年中国城市啤酒市场营销策略分析

一、城市啤酒市场营销情况

二、啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端市场策略

1、餐饮、娱乐终端市场特点

2、营销策略

三、啤酒企业开拓城市超市市场策略

1、超市市场特点

2、营销策略

四、啤酒企业开拓城市社区市场策略

1、社区市场特点

2、营销策略

第二节 中国农村啤酒市场营销策略分析

一、农村啤酒市场营销情况

二、啤酒企业开拓农村市场策略

1、农村市场特点

2、营销策略

第三部分 行业竞争分析

第七章 2013-2017年中国啤酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2013-2017年中国啤酒所属行业总体数据分析

一、企业数量

二、营业收入

三、资产规模

第二节 2013-2017年中国啤酒所属行业不同规模企业数据分析

一、企业数量

二、营业收入

三、资产规模

第三节 2013-2017年中国啤酒所属行业不同所有制企业数据分析

一、企业数量

二、营业收入

三、资产规模

章 2017年中国啤酒行业竞争情况

第一节 行业经济分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 行业国际竞争力比较

第九章 2017年中国啤酒行业重点生产企业分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第三节 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第五节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第六节 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 新疆啤酒花股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 华润雪花啤酒（辽宁）有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第九节 威英博雪津啤酒有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第十节 威（武汉）国际啤酒有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四部分 投资策略分析

第十章 2018-2024年啤酒行业发展预测分析

第一节 2018-2024年中国啤酒行业未来发展预测分析

一、中国啤酒行业发展方向及投资机会分析

二、2013-2017年中国啤酒行业投资规模分析

三、2018-2024年中国啤酒行业发展趋势分析

第二节 2018-2024年中国啤酒行业供需预测

一、2018-2024年中国啤酒行业供给预测

二、2018-2024年中国啤酒行业需求预测

第三节 2018-2024年中国啤酒行业价格走势分析

第十一章 2018-2024年中国啤酒行业投资与发展前景分析

第一节 中国啤酒行业投资特性分析

一、啤酒行业进入壁垒分析

二、啤酒行业盈利模式分析

第二节 中国啤酒行业发展趋势与前景

一、中国啤酒行业供给预测

二、中国啤酒行业需求预测

三、中国啤酒行业政策趋势分析

第三节 中国啤酒行业投资/并购风险及建议

一、啤酒行业投资风险

二、啤酒行业投资建议

第十二章 2018-2024年中国啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 啤酒行业投资发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 啤酒投资品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 啤酒行业投资战略

第四节 研究建议

第五节 啤酒行业环境风险

- 一、国际经济环境风险
- 二、汇率风险
- 三、宏观经济风险
- 四、宏观经济政策风险
- 五、区域经济变化风险
- 六、啤酒白酒行业产业链风险

第六节 啤酒行业政策风险

第七节 啤酒行业市场风险

- 一、市场供需风险
- 二、价格风险
- 三、竞争风险

第八节 啤酒行业其他风险分析

图表目录：

图表：国内生产总值走势

图表：居民消费价格涨跌幅度

图表：居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：年末国家外汇储备走势

图表：财政收入现状

图表：全社会固定资产投资

图表：分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：固定资产投资新增主要生产能力

图表：房地产开发和销售主要指标完成情况

(GYFSWLP)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/310614310614.html>