

2016-2022年中国啤酒行业竞争态势及十三五盈利 战略研究报告

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《2016-2022年中国啤酒行业竞争态势及十三五盈利战略研究报告》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/253817253817.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

啤酒是当今世界各国销量最大的低酒精度的饮料，啤酒作为人们日常生活中的饮品，受人们日常饮食习惯影响较大，批发零售业、餐饮业及夜场是啤酒的主要销售渠道和终端市场，消费群体的饮食习惯也将影响对啤酒的选择。

自20世纪90年代，中国啤酒行业进入了快速发展的阶段，行业发展至今，中国的啤酒产量和人均消费量均有大幅度提升。

2014年1-12月，啤酒制造业销售收入总额达到（规模以上工业企业销售收入之和）1886.243亿元，同比增长5.10%；啤酒制造业利润总额达到138.009亿元，同比增长11.00%。

2015年1-9月，啤酒制造业销售收入总额达到1504.349亿元，同比增长1.02%；啤酒制造业利润总额达到127.714亿元，同比增长7.07%。

中国啤酒行业向集团化、规模化，啤酒企业向现代化、信息化迈进；除产品制造外，品牌和资本越来越显现其重要性；外资对中国啤酒行业的影响已经向纵深发展，表现出积极的作用，使中国啤酒业加快和国际接轨的步伐。

近年来随着消费者消费水平的日益提高，中高档尤其是中档啤酒市场迅速发展起来，但中国大部分啤酒企业90%以上的产品还是低档产品，而且啤酒企业除青岛、燕京等少数几个全国性的啤酒品牌定位已经比较清晰外，其它大多数品牌还处于发展阶段，定位还不是非常清晰。因此啤酒企业需走好品牌发展之路。随着品牌影响力的不断增强，越来越多的企业会更加重视本企业品牌发展，对品牌发展的认识程度和运作水平不断提高，将品牌发展作为企业的一项战略系统工程，深入实施。

中国啤酒行业经过多年的高速发展，尤其是伴随着2015年来啤酒巨头的相继扩张，以及各地跑马圈地的兼并与收购，行业集中度进一步提高，目前啤酒行业的竞争已进入寡头贴身肉搏阶段，整体走势开始由前期的扩张状态进入一个整合调整的状态。相对于白酒、红酒等酒种，啤酒与互联网的结合度仍然相对较低。在“互联网+”形势下，啤酒业的潜力空间巨大。

《2016-2022年中国啤酒行业竞争态势及十三五盈利战略研究报告》由中国报告网领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

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 2013-2015年世界啤酒行业发展分析

2.1 世界啤酒发展状况

2.1.1 2013年行业生产状况

2.1.2 2014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 2013年市场分析

2.4.3 2014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 2013-2015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 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 2013-2015年中国啤酒行业发展分析
 - 3.2.1 2013年行业发展回顾
 - 3.2.2 2014年行业发展分析
 - 3.2.3 2015年行业运行现状
- 3.3 2013年-2015年全国啤酒产量分析
 - 3.3.1 2013-2015年全国啤酒产量趋势
 - 3.3.2 2013年全国啤酒产量情况
 - 3.3.3 2014年全国啤酒产量情况
 - 3.3.4 2015年全国啤酒产量情况
 - 3.3.5 2015年啤酒产量分布情况
- 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 主要贸易国进出口情况分析
 - 3.4.3 主要省市进出口情况分析
- 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 2011-2015年啤酒制造业销售规模
 - 4.1.2 2011-2015年啤酒制造业利润规模
 - 4.1.3 2011-2015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 2011-2015年啤酒制造业亏损面
- 4.2.2 2011-2015年啤酒制造业销售毛利率
- 4.2.3 2011-2015年啤酒制造业成本费用利润率
- 4.2.4 2011-2015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 2011-2015年啤酒制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2011-2015年啤酒制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2011-2015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 2011-2015年啤酒制造业资产负债率
 - 4.4.2 2011-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013年产量分析

6.3.2 2014年产量分析

6.3.3 2015年产量分析

6.4 河南

6.4.1 2013年产量分析

6.4.2 2014年产量分析

6.4.3 2015年产量分析

6.5 辽宁

6.5.1 2013年产量分析

6.5.2 2014年产量分析

6.5.3 2015年产量分析

6.5.4 市场发展现状

6.6 浙江

6.6.1 2013年产量分析

6.6.2 2014年产量分析

6.6.3 2015年产量分析

6.7 其他地区

6.7.1 北京

6.7.2 温州

6.7.3 湖南

6.7.4 新疆

第七章 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015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 2013年行业发展状况

9.1.6 2014年行业运行状况

9.1.7 2015年行业发展现状

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 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年国际啤酒上市公司
 - 12.1 南非米勒酿酒公司 (SABMiller)
 - 12.1.1 企业发展概况

12.1.2 2013财年公司经营状况

12.1.3 2014财年公司经营状况

12.1.4 2015财年公司经营状况

12.2 百威英博 (Anheuser-Busch InBev SA/NV)

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 2013年公司经营状况

12.2.3 2014年公司经营状况

12.2.4 2015年公司经营状况

12.3 喜力啤酒公司 (Heineken N.V.)

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 2013年公司经营状况

12.3.3 2014年公司经营状况

12.3.4 2015年公司经营状况

第十三章 2013-2015年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

13.1.5 未来前景展望

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

13.2.5 未来前景展望

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

13.3.5 未来前景展望

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

13.4.5 未来前景展望

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

13.5.5 未来前景展望

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

13.6.5 未来前景展望

13.7 上市公司财务比较分析

13.7.1 盈利能力分析

13.7.2 成长能力分析

13.7.3 营运能力分析

13.7.4 偿债能力分析

第十四章 2016-2022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 2016-2022年中国啤酒行业预测分析

14.3.1 2016-2022年中国啤酒行业产量预测

14.3.2 2016-2022年中国啤酒行业资产总额预测

14.3.3 2016-2022年中国啤酒行业销售收入预测

14.3.4 2016-2022年中国啤酒行业利润总额预测

附录

附录一：啤酒生产许可证审查细则

附录二：酒类商品零售经营管理规范

附录三：酒类商品批发经营管理规范

附录四：酒类流通管理办法（修订）（征求意见稿）

图表目录 图表1 日本某啤酒厂生产废水水量和水质状况表

图表2 日本某啤酒厂各生产工段废水成分

图表3 制麦厂废水的污染强度

图表4 啤酒污染物来源

图表5 氧化塘法废水处理效果

图表6 2010-2014年全球啤酒产量

图表7 全球啤酒生产区域格局

图表8 全球啤酒区域CR3集中度

图表9 欧洲各国的啤酒税

图表10 2008-2014年我国啤酒产量及增长率

图表11 2008-2014年各大区啤酒市场（产量）变化

图表12 2008-2014年我国啤酒业销售收入变化表

图表13 2008-2014年我国啤酒业经济指标变化表

图表14 2008-2013年我国啤酒业企业及工厂数量变化表

图表15 2008-2014年我国啤酒业行业集中度变化图

图表16 2008-2013年我国啤酒产品包装结构变化

图表17 2007年和2013年啤酒产品包装结构图

图表18 2008-2014年我国啤酒进口量

图表19 2004-2013年我国啤酒产量增长走势图

图表20 2013年我国啤酒产量月度增长状况

图表21 2013-2015年全国啤酒产量趋势图

图表22 2013年全国啤酒产量数据

图表23 2013年主要省份啤酒产量占全国产量比重情况

图表24 2014年全国啤酒产量数据

图表25 2014年主要省份啤酒产量占全国产量比重情况

图表26 2015年全国啤酒产量数据

图表27 2015年主要省份啤酒产量占全国产量比重情况

图表28 2015年啤酒产量集中程度示意图

图表29 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒进口分析

图表30 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒出口分析

图表31 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒贸易现状分析

图表32 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒贸易顺逆差分析

图表33 2013年主要贸易国麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况

图表34 2014年主要贸易国麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况

图表35 2015年主要贸易国麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况

图表36 2013年主要贸易国麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况

图表37 2014年主要贸易国麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况

图表38 2015年主要贸易国麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况

图表39 2013年主要省市麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况

图表40 2014年主要省市麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况

图表41 2015年主要省市麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况

图表42 2013年主要省市麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况

图表43 2014年主要省市麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况

图表44 2015年主要省市麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况

图表45 2011-2015年啤酒制造业销售收入

图表46 2011-2014年啤酒制造业销售收入增长趋势图

图表47 2011-2015年啤酒制造业利润总额

图表48 2011-2014年啤酒制造业利润总额增长趋势图

图表49 2011-2015年啤酒制造业资产总额

图表50 2011-2014年啤酒制造业总资产增长趋势图

图表51 2011-2015年啤酒制造业亏损面

图表52 2011-2015年啤酒制造业亏损企业亏损总额

图表53 2011-2014年啤酒制造业销售毛利率趋势图

图表54 2011-2015年啤酒制造业成本费用率

图表55 2011-2014年啤酒制造业成本费用利润率趋势图

图表56 2011-2014年啤酒制造业销售利润率趋势图

图表57 2011-2014年啤酒制造业应收账款周转率对比图

图表58 2011-2014年啤酒制造业流动资产周转率对比图

图表59 2011-2014年啤酒制造业总资产周转率对比图

图表60 2011-2014年啤酒制造业资产负债率对比图

图表61 2011-2015年啤酒制造业利息保障倍数对比图

图表62 不同年龄段消费者的品牌购买倾向比例

图表63 啤酒消费者对产品的认识过程

图表64 啤酒消费场所归类及特点

图表65 中国不同地域啤酒消费者口味偏好坐标图

图表66 中国啤酒行业满意度指数

图表67 中国啤酒行业感知质量指数

- 图表68 中国啤酒行业消费信心指数
- 图表69 中国啤酒行业各品牌感知质量指数
- 图表70 我国人均啤酒年摄入酒精量预测
- 图表71 啤酒主要消费群体
- 图表72 2014年全国各地区啤酒产销量及变化情况
- 图表73 2014年全国各省市啤酒产销量及变化情况
- 图表74 2014年啤酒行业各地区利润水平情况
- 图表75 中国啤酒市场品牌分布情况
- 图表76 2013年山东省啤酒产量数据
- 图表77 2014年山东省啤酒产量数据
- 图表78 2015年山东省啤酒产量数据
- 图表79 2013年广东省啤酒产量数据
- 图表80 2014年广东省啤酒产量数据
- 图表81 2015年广东省啤酒产量数据
- 图表82 2013年河南省啤酒产量数据
- 图表83 2014年河南省啤酒产量数据
- 图表84 2015年河南省啤酒产量数据
- 图表85 2013年辽宁省啤酒产量数据
- 图表86 2014年辽宁省啤酒产量数据
- 图表87 2015年辽宁省啤酒产量数据
- 图表88 2013年浙江省啤酒产量数据
- 图表89 2014年浙江省啤酒产量数据
- 图表90 2015年浙江省啤酒产量数据
- 图表91 2014年五大啤酒品牌市场份额
- 图表92 品牌金字塔
- 图表93 2014年酒行业主要酒种销售收入增长情况
- 图表94 2014年我国啤酒业销售收入按控股情况分类比值表
- 图表95 2014年我国啤酒业销售收入按企业规模分类比值表
- 图表96 中国啤酒品牌地形图
- 图表97 2014年全国白酒批发价格同比、环比指数
- 图表98 2014年全国白酒价格、全国名酒价格定基指数
- 图表99 2014年全国地方酒同比、环比指数
- 图表100 2014年全国基酒批发价格同比、环比、定基指数
- 图表101 2014年全国及四川白酒批发价格同比指数
- 图表102 2014年全国名酒与泸州名酒同比指数

- 图表103 2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒均价
- 图表104 2011-2014年主要进口来源国瓶装葡萄酒历年价格趋势
- 图表105 啤酒及饮料罐装机械行业市场总额变化
- 图表106 啤酒包装采用的全裹标签
- 图表107 国内啤酒市场品牌竞争格局
- 图表108 华润、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒产业格局
- 图表109 成熟啤酒市场集中度比较
- 图表110 地域间的啤酒品牌喜爱程度对比
- 图表111 各个年龄层的啤酒品牌喜爱程度
- 图表112 各个收入层的啤酒品牌喜爱程度
- 图表113 青岛啤酒高端产品占比
- 图表114 青岛啤酒高端产品毛利率
- 图表115 燕京啤酒西部地区布局状况
- 图表116 燕京啤酒市场占有率及单省消费占全国比重
- 图表117 各品牌啤酒中高端产品市场空间
- 图表118 各品牌啤酒吨酒价值
- 图表119 雪花啤酒近20年成长经历阶段
- 图表120 2007-2012年中国三大啤酒品牌的市场布局情况
- 图表121 雪花啤酒产能基地布局
- 图表122 啤酒企业的速度管理模式
- 图表123 各地区人均啤酒消费量增长趋势
- 图表124 2002-2018年啤酒行业RTD复合增长率
- 图表125 各种女性酒类消费占比
- 图表126 各大品牌巨头高端品牌占比
- 图表127 2012-2013财年南非米勒酿酒公司综合收益表
- 图表128 2012-2013财年南非米勒酿酒公司收入分地区资料
- 图表129 2013-2014财年南非米勒酿酒公司综合收益表
- 图表130 2013-2014财年南非米勒酿酒公司收入分地区资料
- 图表131 2014-2015财年南非米勒酿酒公司综合收益表
- 图表132 2012-2013年百威英博综合收益表
- 图表133 2013-2014年百威英博综合收益表
- 图表134 2014-2015年百威英博综合收益表
- 图表135 2012-2013年喜力公司综合收益表
- 图表136 2012-2013年喜力公司收入分地区资料
- 图表137 2013-2014年喜力公司综合收益表

图表138 2015年喜力公司收入分地区资料

图表139 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司总资产和净资产

图表140 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表141 2015年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表142 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司现金流量

图表143 2015年青岛啤酒股份有限公司现金流量

图表144 2014年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表145 2014年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分地区

图表146 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司成长能力

图表147 2015年青岛啤酒股份有限公司成长能力

图表148 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表149 2015年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表150 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表151 2015年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表152 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司运营能力

图表153 2015年青岛啤酒股份有限公司运营能力

图表154 2013-2014年青岛啤酒股份有限公司盈利能力

图表155 2015年青岛啤酒股份有限公司盈利能力

图表156 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司总资产和净资产

图表157 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表158 2015年北京燕京啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表159 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量

图表160 2015年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量

图表161 2014年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表162 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司成长能力

图表163 2015年北京燕京啤酒股份有限公司成长能力

图表164 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表165 2015年北京燕京啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表166 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表167 2015年北京燕京啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表168 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司运营能力

图表169 2015年北京燕京啤酒股份有限公司运营能力

图表170 2013-2014年北京燕京啤酒股份有限公司盈利能力

图表171 2015年北京燕京啤酒股份有限公司盈利能力

图表172 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司总资产和净资产

图表173 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表174 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表175 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司现金流量

图表176 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司现金流量

图表177 2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表178 2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务收入分地区

图表179 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司成长能力

图表180 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司成长能力

图表181 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表182 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表183 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表184 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表185 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司运营能力

图表186 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司运营能力

图表187 2013-2014年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司盈利能力

图表188 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司盈利能力

图表189 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司总资产和净资产

图表190 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表191 2015年重庆啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表192 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司现金流量

图表193 2015年重庆啤酒股份有限公司现金流量

图表194 2014年重庆啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表195 2014年重庆啤酒股份有限公司主营业务收入分地区

图表196 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司成长能力

图表197 2015年重庆啤酒股份有限公司成长能力

图表198 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表199 2015年重庆啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表200 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表201 2015年重庆啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表202 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司运营能力

图表203 2015年重庆啤酒股份有限公司运营能力

图表204 2013-2014年重庆啤酒股份有限公司盈利能力

图表205 2015年重庆啤酒股份有限公司盈利能力

图表206 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司总资产和净资产

图表207 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司营业收入和净利润

图表208 2015年新疆啤酒花股份有限公司营业收入和净利润

图表209 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司现金流量

图表210 2015年新疆啤酒花股份有限公司现金流量

图表211 2014年新疆啤酒花股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表212 2014年新疆啤酒花股份有限公司主营业务收入分地区

图表213 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司成长能力

图表214 2015年新疆啤酒花股份有限公司成长能力

图表215 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司短期偿债能力

图表216 2015年新疆啤酒花股份有限公司短期偿债能力

图表217 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司长期偿债能力

图表218 2015年新疆啤酒花股份有限公司长期偿债能力

图表219 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司运营能力

图表220 2015年新疆啤酒花股份有限公司运营能力

图表221 2013-2014年新疆啤酒花股份有限公司盈利能力

图表222 2015年新疆啤酒花股份有限公司盈利能力

图表223 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司总资产和净资产

图表224 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表225 2015年广州珠江啤酒股份有限公司营业收入和净利润

图表226 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司现金流量

图表227 2015年广州珠江啤酒股份有限公司现金流量

图表228 2014年广州珠江啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表229 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司成长能力

图表230 2015年广州珠江啤酒股份有限公司成长能力

图表231 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表232 2015年广州珠江啤酒股份有限公司短期偿债能力

图表233 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表234 2015年广州珠江啤酒股份有限公司长期偿债能力

图表235 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司运营能力

图表236 2015年广州珠江啤酒股份有限公司运营能力

图表237 2013-2014年广州珠江啤酒股份有限公司盈利能力

图表238 2015年广州珠江啤酒股份有限公司盈利能力

图表239 2015年啤酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表240 2014年啤酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表241 2013年啤酒行业上市公司盈利能力指标分析

图表242 2015年啤酒行业上市公司成长能力指标分析

图表243 2014年啤酒行业上市公司成长能力指标分析

图表244 2013年啤酒行业上市公司成长能力指标分析

图表245 2015年啤酒行业上市公司营运能力指标分析

图表246 2014年啤酒行业上市公司营运能力指标分析

图表247 2013年啤酒行业上市公司营运能力指标分析

图表248 2015年啤酒行业上市公司偿债能力指标分析

图表249 2014年啤酒行业上市公司偿债能力指标分析

图表250 2013年啤酒行业上市公司偿债能力指标分析

图表251 2016-2022年中国啤酒行业产量预测

图表252 2016-2022年中国啤酒行业资产总额预测

图表253 2016-2022年中国啤酒行业销售收入预测

图表254 2016-2022年中国啤酒行业利润总额预测

图表255 啤酒产品质量检验项目表

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/253817253817.html>