

2018-2023中国啤酒产业市场运营规模现状与发展 商机分析研究报告

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《2018-2023中国啤酒产业市场运营规模现状与发展商机分析研究报告》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/306531306531.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

啤酒制造，指以麦芽（包括特种麦芽）为主要原料，加酒花，经酵母发酵酿制而成，含二氧化碳、起泡、低酒精度（体积分数）2.5%-7.5%的发酵酒产品的生产，以及啤酒专用原料麦芽的生产。根据国家统计局制定的《国民经济行业分类与代码》（GBT4754-2011），中国把啤酒归入饮料制造业（国统局代码C15）中的酒制造业（C151），其统计4级代码为C1513。

啤酒品种很多，一般可根据生产方式、产品浓度、啤酒的色泽、啤酒的消费对象、啤酒的包装容器、啤酒发酵所用的酵母菌的种类来分。

啤酒行业的产业链

啤酒主要以大麦芽、酒花、水为主要原料。现在国际上的啤酒大部分均添加辅助原料，国际上常用的辅助原料为玉米、大米、大麦、小麦、淀粉、糖浆和糖类物质等，大米是中国用量最多的辅助原料，玉米为国际上用量最多的辅助原料。另外包装材料在啤酒的生产成本中占有较大比重，占比约为50%，包装物的成本费用也是影响产品利润的主要因素。从消费市场来看，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会影响对啤酒的选择。

啤酒行业产量分析

自2014年7月起，国产啤酒的产销量开始出现长达25个月的下滑。其中，2015年出现近18年来最大幅度的负增长，国产啤酒产量下滑近5%。虽然2016年8月一度出现“增长”，但进入2017年以后，国产啤酒又连续4个月负增长。据国家统计局数据，今年1月至7月，全国啤酒产量累计为2781.7千万升，累计同比增速0.8%，今年5月至7月，中国啤酒产量同比分别增长0.7%、6%和1.6%。

而在进口方面，2017年1-6月进口啤酒进口量为3.3亿升，同比增长6.7%，进口额3.4亿美元，同比增长5.1%，增长幅度远超国产啤酒。在高端啤酒市场，进口啤酒市场占有率超过50%，并且正在进一步蚕食市场。

啤酒行业五力模型分析

啤酒行业的五力模型分析

项目

分析

结论

供应商的议价能力

啤酒对原材料的价格变动非常敏感，而原材料供应主要来自欧洲和美洲的大麦，集中度较高。同时，啤酒处于产业链的下游位置，上游的各个环节，包括原料（麦芽和水）、辅料（酵母和啤酒花）、能源、运输等成本的变化对厂商尤其是中小型厂商的利润率将造成较大冲击。而且当双方建立了长期的销售关系，购买者的转换成本也较大。总体看来，供应商的议价

能力较强。

较强

购买者的议价能力

对于超市、餐饮及娱乐场所而言，由于其购买的得转换成本较低，而且只要有利益的倾斜，马上就可以改变供应产品的品牌，所以其议价能力较强；对于个体消费者而言，虽然在进行购买啤酒时的标准化程度和转换成本较低，但是由于其散买的购置方式，一般只能被动地接受厂商定价。总体看来，消费者的讨价还价能力一般。

一般

新进入者的威胁

由于啤酒行业的利润水平较低，进入的壁垒相对较高。加上外资啤酒品牌不断加强资本运作，近年来新进入企业的资本运作有所放缓。

较小

替代品的威胁

啤酒的主要替代品可分为两大类，一类是酒精类饮品，如白酒、葡萄酒、黄酒、果酒等，另一类是各种软饮料。就上述两类替代品而言，酒精类饮品的替代作用最强，又以白酒的替代作用最强。啤酒产业之所以有淡旺季之别，很大原因是由于在冬季，消费者更多地转向白酒和其他饮品。总体来看，行业存在较大的替代威胁。

较大

同业竞争者的竞争程度

目前，我国啤酒行业竞争较为激烈，几百家啤酒企业在产品价格及质量方面展开了角逐，同时洋品牌的进入和资本运作及收购使得优胜劣汰的发展愈演愈烈。产品低价位、低层次竞争普遍存在，主流啤酒消费的同质化趋势日益明显，同时竞争重点集中到了终端市场，所以现有行业的竞争非常激烈。

激烈 资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023中国啤酒产业市场运营规模现状与发展商机分析研究报告》主要研究##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）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、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、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划

、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第1章：中国啤酒行业发展综述

1.1 啤酒行业概述

1.1.1 啤酒的来源及分类

1.1.2 啤酒市场结构分析

(1) 行业产品结构分析

(2) 行业区域结构分析

1.2 啤酒行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

(1) 行业标准与法规

(2) 行业发展规划

1.2.2 行业经济环境分析

1.2.3 行业社会环境分析

1.2.4 行业技术环境分析

(1) 行业技术现状

(2) 技术发展趋势

(3) 技术环境对行业的影响分析

1.3 啤酒行业发展机遇与威胁分析

第2章：中国啤酒行业发展状况分析

2.1 啤酒行业发展概况分析

2.1.1 啤酒行业发展历程分析

2.1.2 啤酒行业状态描述总结

2.1.3 啤酒行业经济特性分析

2.1.4 啤酒行业发展特点分析

2.2 啤酒行业运营现状分析

2.2.1 啤酒行业经营效益分析

2.2.2 啤酒行业盈利能力分析

2.2.3 啤酒行业运营能力分析

2.2.4 啤酒行业偿债能力分析

2.2.5 啤酒行业发展能力分析

2.3 啤酒行业供需平衡分析

2.3.1 全国啤酒行业供给情况分析

(1) 全国啤酒行业产量分析

(2) 全国啤酒行业产成品分析

2.3.2 全国啤酒行业需求情况分析

- (1) 全国啤酒行业消费量分析
- (2) 全国啤酒行业销售收入分析

2.3.3 全国啤酒行业产销率分析

2.4 中国啤酒行业进出口市场分析

2.4.1 中国啤酒行业进出口状况综述

2.4.2 中国啤酒行业出口市场分析

- (1) 啤酒行业出口总体情况
- (2) 啤酒行业出口产品结构
- (3) 啤酒行业出口前景及建议

2.4.3 啤酒行业进口市场分析

- (1) 啤酒行业进口总体情况
- (2) 啤酒行业进口产品结构
- (3) 啤酒行业进口前景及建议

第3章：啤酒行业市场竞争状况分析

3.1 国际啤酒市场发展与投资布局分析

3.1.1 国际啤酒市场竞争格局

- (1) 国际啤酒市场概况
- (2) 主要国家啤酒竞争格局
- (3) 国际啤酒竞争展望

3.1.2 跨国公司在华市场投资布局

- (1) 百威英博公司
- (2) 丹麦嘉士伯有限公司
- (3) 南非SABMiller公司
- (4) 荷兰喜力啤酒集团
- (5) 日本朝日啤酒集团
- (6) 日本麒麟啤酒集团

3.1.3 跨国公司在华发展策略分析

3.2 中国啤酒市场竞争状况分析

3.2.1 啤酒行业市场格局分析

- (1) 区域竞争格局
- (2) 企业竞争格局
- (3) 领先企业市场份额
- (4) 行业市场格局趋势

3.2.2 啤酒行业五力模型分析

3.2.3 啤酒行业竞争情况总结

3.3 行业投资兼并与重组整合分析

3.3.1 中国啤酒行业兼并与重组现状

(1) 中国啤酒行业集中度分析

(2) 中国啤酒行业兼并重组现状

3.3.2 中国啤酒行业兼并重组案例分析

3.4 中国啤酒市场品牌竞争分析

3.4.1 线啤酒企业品牌竞争分析

(1) 青岛啤酒

(2) 燕京啤酒

(3) 雪花啤酒

3.4.2 线啤酒企业品牌竞争分析

(1) 百威啤酒

(2) 珠江啤酒

(3) 哈尔滨啤酒

(4) 金星啤酒

(5) 雪津啤酒

第4章：中国啤酒行业细分市场发展分析

4.1 外资品牌啤酒市场分析

4.1.1 外资品牌啤酒供需状况

4.1.2 外资品牌啤酒价格走势

4.1.3 外资品牌啤酒市场动向

4.2 国产品牌啤酒市场分析

4.2.1 国产品牌啤酒供需状况

4.2.2 国产品牌啤酒价格走势

4.2.3 国产品牌啤酒市场动向

4.3 中高端啤酒市场分析

4.3.1 中高端啤酒供需状况

(1) 消费趋势分析

(2) 销量变化分析

4.3.2 中高端啤酒价格走势

4.3.3 中高端啤酒市场动向

4.4 中低端啤酒市场分析

4.4.1 中低端啤酒供需状况

4.4.2 中低端啤酒价格走势

4.4.3 中低端啤酒市场动向

第5章：中国啤酒行业销售渠道分析

5.1 啤酒行业销售渠道现状

5.1.1 啤酒行业商超渠道分析

(1) 发展情况

(2) 存在问题

5.1.2 啤酒行业餐饮渠道分析

5.1.3 啤酒行业娱乐场所渠道分析

5.2 啤酒行业销售渠道延伸与发展

5.2.1 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

5.2.2 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

5.3 啤酒行业销售渠道整合的挑战与出路

5.3.1 啤酒行业销售渠道整合面临的挑战

5.3.2 啤酒行业销售渠道整合出路

5.4 啤酒行业销售渠道创新模式

5.4.1 啤酒销售渠道创新主要模式

(1) 啤酒渠道联营体

(2) 啤酒渠道虚拟联营体

(3) 买断啤酒区域代理权

(4) 啤酒渠道物流商

(5) 啤酒渠道职业经理人

(6) 啤酒渠道承包经营

5.4.2 啤酒销售渠道创新模式应用范围

(1) 基地市场

(2) 战略市场

(3) 种子市场

第6章：中国啤酒市场营销策略分析

6.1 中国城市啤酒市场营销策略分析

6.1.1 城市啤酒市场营销情况

6.1.2 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

6.1.3 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

6.1.4 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

6.2 中国农村啤酒市场营销策略分析

6.2.1 农村啤酒市场营销情况

6.2.2 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7章：中国啤酒行业重点区域市场分析

7.1 行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

(1) 行业区域集中度分析

(2) 行业区域集中度变化情况

7.1.3 行业区域分布特点分析

7.2 山东省啤酒行业发展分析及预测

7.2.1 山东省啤酒行业所处地位分析

7.2.2 山东省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.2.3 山东省啤酒生产投资项目分析

7.2.4 山东省啤酒行业竞争格局分析

7.2.5 山东省啤酒行业发展前景分析

7.3 广东省啤酒行业发展分析及预测

7.3.1 广东省啤酒行业所处地位分析

7.3.2 广东省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.3.3 广东省啤酒生产投资项目分析

7.3.4 广东省啤酒行业竞争格局分析

7.3.5 广东省啤酒行业发展前景分析

7.4 河南省啤酒行业发展分析及预测

7.4.1 河南省啤酒行业所处地位分析

7.4.2 河南省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.4.3 河南省啤酒生产投资项目分析

7.4.4 河南省啤酒行业竞争格局分析

7.4.5 河南省啤酒行业发展前景分析

7.5 川省啤酒行业发展分析及预测

7.5.1 川省啤酒行业所处地位分析

7.5.2 川省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.5.3 川省啤酒生产投资项目分析

7.5.4 四川省啤酒行业竞争格局分析

7.5.5 四川省啤酒行业发展前景分析

7.6 江苏省啤酒行业发展分析及预测

7.6.1 江苏省啤酒行业所处地位分析

7.6.2 江苏省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.6.3 江苏省啤酒生产投资项目分析

7.6.4 江苏省啤酒行业竞争格局分析

7.6.5 江苏省啤酒行业发展前景分析

7.7 辽宁省啤酒行业发展分析及预测

7.7.1 辽宁省啤酒行业所处地位分析

7.7.2 辽宁省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.7.3 辽宁省啤酒生产投资项目分析

7.7.4 辽宁省啤酒行业竞争格局分析

7.7.5 辽宁省啤酒行业发展前景分析

7.8 湖北省啤酒行业发展分析及预测

7.8.1 湖北省啤酒行业所处地位分析

7.8.2 湖北省啤酒行业供需平衡分析

(1) 供给分析

(2) 需求分析

7.8.3 湖北省啤酒生产投资项目分析

7.8.4 湖北省啤酒行业竞争格局分析

7.8.5 湖北省啤酒行业发展前景分析

第8章：中国啤酒行业领先企业生产经营分析

8.1 啤酒行业企业发展概况分析

8.2 啤酒行业领先上市企业个案分析

8.2.1 青岛啤酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.2 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.3 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.4 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.5 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析
- (6) 企业产品结构及新产品动向
- (7) 企业销售渠道与网络
- (8) 企业经营状况优劣势分析

8.2.6 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.2.7 新疆啤酒花股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

8.3 啤酒行业领先企业个案分析

8.3.1 华润雪花啤酒（辽宁）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

8.3.2 威英博雪津啤酒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.3 威（武汉）国际啤酒有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.4 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.3.5 河北蓝贝酒业集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业资质荣誉分析

(5) 企业产品结构及新产品动向

(6) 企业销售渠道与网络

(7) 企业经营状况优劣势分析

8.3.6 中粮麦芽（大连）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业资质荣誉分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.7 江苏大富豪啤酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.8 深圳金威啤酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业资质荣誉分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

8.3.9 青岛啤酒西安汉斯集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业资质荣誉分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业产品结构及新产品动向

(6) 企业销售渠道与网络

(7) 企业经营状况优劣势分析

8.3.10 威英博哈尔滨啤酒有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业资质荣誉分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

第9章：中国啤酒行业投资与发展前景分析

9.1 中国啤酒行业投资特性分析

9.1.1 啤酒行业进入壁垒分析

9.1.2 啤酒行业盈利模式分析

9.2 中国啤酒行业发展趋势与前景

9.2.1 中国啤酒行业供给预测

9.2.2 中国啤酒行业需求预测

9.2.3 中国啤酒行业政策趋势分析

9.3 中国啤酒行业投资/并购风险及建议

9.3.1 啤酒行业投资风险

9.3.2 啤酒行业投资建议

图表详见正文 (GYLPJP)

特别说明：观研网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/306531306531.html>