

2018年中国啤酒酿造行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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年中国啤酒酿造行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/342611342611.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

精酿啤酒是相较工业化大众啤酒而言，产量较小，并采用传统加工工艺生产的，有独特风味的小众啤酒。大型工业化啤酒目的是以低成本尽可能获得更多利润和市场占有率，造成了工业啤酒品种单一，这就给小型啤酒厂利用精酿啤酒设备酿造多种类的手工精酿啤酒以巨大的发展空间。

精酿啤酒和工业啤酒比较

资料来源：公开资料整理

正由于精酿啤酒与工业化啤酒的显著区别，精酿啤酒越来越多受到消费者的欢迎，追求独特口感和喜好个性化的年轻人成为精酿啤酒的主力消费群体。精酿啤酒在欧美成熟消费市场已蔚然成风，而在我国，精酿啤酒才刚刚为少数消费群体所知，目前渗透率仅不到1%。在消费升级需求的拉动下，精酿啤酒在我国成长空间广阔。

美国的精酿啤酒于上世纪90年代兴起，经历十余年的发展，市场占有率实现跨越式发展。2016年，美国精酿啤酒总销量为2410万桶，占美国啤酒总销量的12.3%，精酿啤酒总销售额为235亿美元，占美国啤酒销售总额的22%。美国精酿啤酒商数量已经超过3200家，过去数年精酿啤酒产量年均增长率均达10%以上，市场不断扩大。

在我国，啤酒总体产量已达到近5000万千升的瓶颈值，但进口啤酒总量却逆势逐年攀升，过去五年CAGR达到45%。进口啤酒的爆发式增长体现了消费者对高端产品的强烈需求。

2007-2017年我国啤酒产量情况

资料来源：公开资料整理

从供给端来看，国内啤酒行业已走过压价竞争、跑马圈地的年代，当前国产啤酒以华润、青岛、燕京等几大本土品牌占据绝大部分市场份额，单纯价格竞争已明显制约啤酒企业盈利能力，各大酒企品牌升级动机强烈，产品将由中低端转向中高端，其中精酿啤酒是重要的品类方向。

对比美国，上世纪90年代，精酿啤酒开始在美国兴起，当时工业化啤酒市场也是被几大啤酒集团垄断，但经过近30年的发展，精酿啤酒的市场规模从当时的5%上升到了目前的22%。当前我国已具备精酿啤酒发展的初期条件，即工业啤酒集中度达到较高水平。

我国啤酒龙头企业均已推出高端、个性化产品系列，并相应提出或践行精酿啤酒战略：青岛正在研发精酿品种，燕京为精酿啤酒开设了新的生产线，华润旗下的投资公司在做大量的精酿啤酒调研，并和国内一些独立的精酿啤酒品牌有了密切的接触。此外，珠江啤酒已于2017年公告将投资2.5亿元进行精酿啤酒产线投资及体验门店建设。

2013年前后，我国一二线城市已先于工业啤酒巨头，涌现出一批地方性的精酿啤酒品牌，如北京的熊猫、京A、悠航、大跃和牛啤堂等；上海的TapHouse扎啤工坊、BoxingCat拳击猫、Dr.Beer、ShanghaiBrewery、莱宝等；其中，熊猫精酿、莱宝和高大师等的产品已经出现在精品超市、便利店和餐厅等渠道。此外，国际啤酒巨头已领先瞄准精酿啤酒市场。百威英博于2015年成立“ZXVenture”，专门在全球范围内为百威英博搜罗并投资或者购买小众的精酿啤酒品牌，在中国上海也设有办公点。判断精酿啤酒将是我国啤酒行业未来5-10年整体发展的关键词。

当前我国精酿啤酒在整体啤酒市场的渗透率不足1%，以平均每年增加1个百分点渗透率做保守估算，则精酿啤酒需达到每年约50万千升的设备采购量，以单台设备100千升（100吨）产能估算，则每年精酿啤酒设备需求量约5000台左右，对应每年50-65亿元左右的国内市场规模。（TYM）

观研天下发布的《2018年中国啤酒酿造行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析

法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国啤酒酿造行业发展概述

第一节 啤酒酿造行业发展情况概述

- 一、啤酒酿造行业相关定义
- 二、啤酒酿造行业基本情况介绍
- 三、啤酒酿造行业发展特点分析

第二节 中国啤酒酿造行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、啤酒酿造行业产业链条分析
- 三、中国啤酒酿造行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国啤酒酿造行业生命周期分析

- 一、啤酒酿造行业生命周期理论概述
- 二、啤酒酿造行业所属的生命周期分析

第四节 啤酒酿造行业经济指标分析

- 一、啤酒酿造行业的赢利性分析
- 二、啤酒酿造行业的经济周期分析
- 三、啤酒酿造行业附加值的提升空间分析

第五节 中国啤酒酿造行业进入壁垒分析

- 一、啤酒酿造行业资金壁垒分析
- 二、啤酒酿造行业技术壁垒分析
- 三、啤酒酿造行业人才壁垒分析
- 四、啤酒酿造行业品牌壁垒分析
- 五、啤酒酿造行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球啤酒酿造行业市场发展现状分析

第一节 全球啤酒酿造行业发展历程回顾

第二节 全球啤酒酿造行业市场区域分布情况

第三节 亚洲啤酒酿造行业地区市场分析

- 一、亚洲啤酒酿造行业市场现状分析
- 二、亚洲啤酒酿造行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲啤酒酿造行业市场前景分析
- 第四节 北美啤酒酿造行业地区市场分析
 - 一、北美啤酒酿造行业市场现状分析
 - 二、北美啤酒酿造行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美啤酒酿造行业市场前景分析
- 第五节 欧盟啤酒酿造行业地区市场分析
 - 一、欧盟啤酒酿造行业市场现状分析
 - 二、欧盟啤酒酿造行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟啤酒酿造行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界啤酒酿造行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球啤酒酿造行业市场规模预测

第三章 中国啤酒酿造产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品啤酒酿造总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国啤酒酿造行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国啤酒酿造产业社会环境发展分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、消费观念分析

第四章 中国啤酒酿造行业运行情况

- 第一节 中国啤酒酿造行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国啤酒酿造行业市场规模分析

第三节 中国啤酒酿造行业供应情况分析

第四节 中国啤酒酿造行业需求情况分析

第五节 中国啤酒酿造行业供需平衡分析

第六节 中国啤酒酿造行业发展趋势分析

第五章 中国啤酒酿造所属行业运行数据监测

第一节 中国啤酒酿造所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国啤酒酿造所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国啤酒酿造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国啤酒酿造市场格局分析

第一节 中国啤酒酿造行业竞争现状分析

一、中国啤酒酿造行业竞争情况分析

二、中国啤酒酿造行业主要品牌分析

第二节 中国啤酒酿造行业集中度分析

一、中国啤酒酿造行业市场集中度分析

二、中国啤酒酿造行业企业集中度分析

第三节 中国啤酒酿造行业存在的问题

第四节 中国啤酒酿造行业解决问题的策略分析

第五节 中国啤酒酿造行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国啤酒酿造行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国啤酒酿造行业消费特点

第二节 中国啤酒酿造行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 啤酒酿造行业成本分析

第四节 啤酒酿造行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国啤酒酿造行业价格现状分析

第六节 中国啤酒酿造行业平均价格走势预测

- 一、中国啤酒酿造行业价格影响因素
- 二、中国啤酒酿造行业平均价格走势预测
- 三、中国啤酒酿造行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国啤酒酿造行业区域市场现状分析

第一节 中国啤酒酿造行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地啤酒酿造市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区啤酒酿造市场规模分析
- 四、华东地区啤酒酿造市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析

三、华中地区啤酒酿造市场规模分析

四、华中地区啤酒酿造市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区啤酒酿造市场规模分析

第九章 2016-2018年中国啤酒酿造行业竞争情况

第一节 中国啤酒酿造行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国啤酒酿造行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国啤酒酿造行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 啤酒酿造行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国啤酒酿造行业发展前景分析与预测

第一节 中国啤酒酿造行业未来发展前景分析

- 一、啤酒酿造行业国内投资环境分析
- 二、中国啤酒酿造行业市场机会分析
- 三、中国啤酒酿造行业投资增速预测

第二节 中国啤酒酿造行业未来发展趋势预测

第三节 中国啤酒酿造行业市场发展预测

- 一、中国啤酒酿造行业市场规模预测
- 二、中国啤酒酿造行业市场规模增速预测
- 三、中国啤酒酿造行业产值规模预测
- 四、中国啤酒酿造行业产值增速预测
- 五、中国啤酒酿造行业供需情况预测

第四节 中国啤酒酿造行业盈利走势预测

- 一、中国啤酒酿造行业毛利润同比增速预测
- 二、中国啤酒酿造行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国啤酒酿造行业投资风险与营销分析

第一节 啤酒酿造行业投资风险分析

- 一、啤酒酿造行业政策风险分析
- 二、啤酒酿造行业技术风险分析
- 三、啤酒酿造行业竞争风险
- 四、啤酒酿造行业其他风险分析

第二节 啤酒酿造行业企业经营发展分析及建议

- 一、啤酒酿造行业经营模式
- 二、啤酒酿造行业销售模式
- 三、啤酒酿造行业创新方向

第三节 啤酒酿造行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国啤酒酿造行业发展策略及投资建议

第一节 中国啤酒酿造行业品牌战略分析

一、啤酒酿造企业品牌的重要性

二、啤酒酿造企业实施品牌战略的意义

三、啤酒酿造企业品牌的现状分析

四、啤酒酿造企业的品牌战略

五、啤酒酿造品牌战略管理的策略

第二节中国啤酒酿造行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国啤酒酿造行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国啤酒酿造行业发展策略及投资建议

第一节中国啤酒酿造行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国啤酒酿造行业定价策略分析

第三节中国啤酒酿造行业营销渠道策略

一、啤酒酿造行业渠道选择策略

二、啤酒酿造行业营销策略

第四节中国啤酒酿造行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国啤酒酿造行业重点投资区域分析

二、中国啤酒酿造行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/342611342611.html>