

2019年中国啤酒行业分析报告- 行业供需现状与发展前景研究

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《2019年中国啤酒行业分析报告-行业供需现状与发展前景研究》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/422782422782.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

啤酒是以小麦芽和大麦芽为主要原料，并加啤酒花，经过液态糊化和糖化，再经过液态发酵而酿制成的。其酒精含量较低，含有二氧化碳，富有营养。它含有多种氨基酸、维生素、低分子糖、无机盐和各种酶。

啤酒是人类最古老的酒精饮料，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。啤酒于二十世纪初传入中国，属外来酒种。啤酒是根据英语Beer译成中文“啤”，称其为“啤酒”，沿用至今。啤酒以大麦芽、酒花、水为主要原料，经酵母发酵作用酿制而成的饱含二氧化碳的低酒精度酒。

现在国际上的啤酒大部分均添加辅助原料。有的国家规定辅助原料的用量总计不超过麦芽用量的50%。在德国，除出口啤酒（德语：Bier）外，德国国内销售啤酒一概不使用辅助原料。在2009年，亚洲的啤酒产量约5867万千升，首次超越欧洲，成为全球最大的啤酒生产地。

19世纪末，啤酒输入中国。当时中国的啤酒业发展缓慢，分布不广，产量不大。1949年后，中国啤酒工业发展较快，并逐步摆脱了原料依赖进口的落后状态。

但自2013年我国啤酒产量达到5061.6万千升的顶点之后，我国啤酒市场的消费需求达到顶点，啤酒产量开始见顶回落。根据数据显示，2018年全国啤酒产量为3812.2万千升，同比增长0.5%。

2014-2018年中国啤酒产量情况

数据来源：中国酒业协会

由于我国啤酒消费市场近年来消费量下降，我国啤酒制造企业数量也随之波动。数据显示，2017年企业数量减少至539家，同比减少6.1%。根据统计预测，受益于行业复苏迹象明显，2018年啤酒制造企业数量将达562家。

2013-2018年中国啤酒制造企业数量情况

数据来源：中国酒业协会（www）

【报告大纲】

第一章 啤酒行业相关概述

第一节 啤酒简介

一、啤酒的定义

二、啤酒的典型特征

三、啤酒的原料

四、啤酒的分类

五、啤酒生产流程

第二节 啤酒设备基本概述

一、设备主要分类

二、设备工作原理

三、设备产品特性

四、设备主要用途

第三节 啤酒工业与废水

一、啤酒工业废水污染源探究

二、啤酒工业废水的特征分析

三、啤酒工业废水污染强度分析

四、啤酒工业废水处理方法介绍

第二章 2017-2020年世界啤酒行业发展分析

第一节 2017-2020年国内外啤酒业发展状况

一、全球啤酒产量规模

二、全球啤酒消费情况

三、全球啤酒企业运营状况

四、全球啤酒行业发展趋势

第二节 欧洲啤酒行业发展分析

一、欧洲啤酒产量情况

二、欧洲啤酒市场热点

三、德国

四、英国

五、荷兰

六、罗马尼亚

第三节 美国啤酒行业发展分析

一、美国啤酒发展历程

二、啤酒市场竞争格局

三、精酿啤酒市场状况

四、啤酒行业发展动态

第四节 其他国家或地区啤酒行业发展分析

一、澳洲

二、韩国

三、日本

四、印度

五、越南

六、巴西

七、墨西哥

第三章 2017-2020年中国啤酒行业发展分析

第一节 中国啤酒行业政策标准制定动态

一、啤酒国家标准修订加快

二、工坊啤酒团体标准发布

三、纯生啤酒团体标准发布

四、啤酒行业增值税率调整

五、无醇啤酒关税调整动态

六、废止酒类流通随附单制度

七、饮料酒制造业污染防治政策

第二节 2017-2020年中国啤酒行业发展综述

一、上下游产业链分析

二、生产成本的构成

三、装备制造业状况

四、行业结构调整加快

五、啤酒相关协会院所

第三节 2017-2020年中国啤酒行业运行分析

一、行业发展历程

二、行业营收状况

三、行业运行特点

四、行业运行现状

第四节 2017-2020年全国啤酒产量分析

一、2017-2020年全国啤酒产量趋势

二、2020年全国啤酒产量情况

三、2020年全国啤酒产量情况

四、2020年全国啤酒产量情况

第五节 中国麦芽酿造的啤酒进出口数据分析

一、进出口总量数据分析

二、主要贸易国进出口情况分析

三、主要省市进出口情况分析

第六节 2017-2020年中国啤酒行业高端化发展

一、产品高端化发展

二、高端市场格局分析

三、高端市场发展对策

第七节 2017-2020年中国精酿啤酒行业发展情况

一、行业定义和标准

二、行业发展提速

三、企业跨界布局

四、行业发展前景

第八节 中国啤酒行业存在的问题分析

一、企业发展瓶颈分析

二、行业创新难问题

三、原料对外依存严重

第九节 中国啤酒行业发展对策分析

一、企业整体发展对策

二、逐步加强技术创新

三、建立特色营销体系

四、啤酒产业创新发展路径

五、“互联网啤酒”解决方案

第四章 2017-2020年中国啤酒市场分析

第一节 2017-2020年中国啤酒市场销售状况

一、销售规模分析

二、产品价格分布

三、销售价格走势

四、线上销售转型

第二节 城市啤酒市场

一、市场特点分析

二、市场网络的构成

三、超市开发策略

四、社区开发策略

第三节 农村啤酒市场

一、市场特点分析

二、市场潜力巨大

三、市场增长主力

四、啤企营销策略

五、市场拓展策略

第四节 啤酒市场消费分析

一、消费规模走势

二、消费影响因素

三、消费群体定位

四、人均消费规模

五、消费场所特点

六、消费影响因素

七、惯性消费特点

第五节 大数据助力啤酒市场发展

一、大数据应用价值分析

二、应用于生命周期管理

三、应用于技术创新

第六节 啤酒经销商分析

一、经销商主要发展模式

二、经销商发展困境分析

三、经销商发展路径分析

四、经销商发展案例分析

五、新零售下的发展方向

第五章 2017-2020年中国啤酒区域市场分析

第一节 区域总体状况

一、区域产量总况

二、区域竞争格局

第二节 山东

一、山东啤酒产量情况

二、潍坊啤酒市场状况

三、山东啤酒市场动态

第三节 广东

一、广东啤酒产量情况

二、广东啤酒消费情况

三、广东啤酒市场动态

第四节 河南

一、河南啤酒产量情况

二、河南啤酒发展状况

三、河南啤酒市场动态

第五节 浙江

一、浙江啤酒产量情况

二、啤酒企业生产情况

三、浙江啤酒市场动态

第六节 四川

一、四川啤酒产量情况

二、四川啤酒消费情况

三、四川啤酒市场动态

第六章 2017-2020年中国啤酒品牌发展分析

第一节 中国啤酒品牌的发展状况

一、品牌发展阶段

二、品牌内容分析

三、重点品牌介绍

四、品牌力指数排名

五、过硬品牌营销指数

六、品牌啤酒质量对比

第二节 中国区域啤酒品牌的发展

一、区域强势品牌发展的可行性

二、区域性品牌发展情况分析

三、区域品牌市场的发展对策

第三节 中国啤酒品牌发展中的问题

一、高端品牌发展的难题

二、品牌的传播误区分析

三、品牌建设缺乏稳定性

第四节 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势

一、品牌发展和推广策略

二、三线啤酒品牌发展建议

三、品牌市场的发展趋势

四、品牌市场的发展方向

第七章 2017-2020年中国啤酒行业营销分析

第一节 中国啤酒营销总体状况

一、市场营销模式

二、营销的中国特色

三、市场营销方向

第二节 中国啤酒文化营销分析

一、啤酒文化的内涵分析

二、文化营销的应用原理

三、啤酒文化与营销的结合

第三节 中国啤酒体育营销分析

一、体育营销的优势

二、体育营销的可行性

三、体育赛事营销案例

四、体育营销战略选择

第四节 中国啤酒夜场营销分析

一、夜场终端分类

二、夜场市场特征

三、夜场营销策略

第五节 中国啤酒行业分众营销分析

一、分众营销概述

二、突破分众营销阻力

三、分众营销策略

第六节 中国啤酒品牌微信营销分析

一、营销背景分析

二、微信营销优势

三、微信营销状况

四、微信营销问题

五、微信营销策略

第七节 中国啤酒企业资源营销分析

一、营销资源构成分析

二、营销资源优劣势分析

三、资源营销策略分析

第八节 中国啤酒品牌广告策略简析

一、品牌实施广告策略的状况

二、品牌广告策略影响因素

三、品牌广告策略途径探索

第九节 啤酒营销中存在问题分析

一、传统营销模式问题分析

二、啤酒营销的同质化问题

三、啤酒营销渠道存在问题

四、中国啤酒品牌营销误区

五、中国啤酒企业营销误区

六、啤酒企业销售管理问题

第十节 啤酒行业营销的策略分析

- 一、企业营销渠道改进
- 二、行业营销避免同质化
- 三、市场创新营销策略
- 四、行业深度营销策略
- 五、产品跨界营销创新
- 六、企业销售管理对策

第八章 2017-2020年相关酒业发展状况分析

第一节 白酒

- 一、产业发展现状综述
- 二、产品产量数据分析
- 三、企业运营状况分析
- 四、企业智能生产布局
- 五、行业发展政策利好
- 六、白酒行业投资分析
- 七、市场发展趋势分析

第二节 葡萄酒

- 一、全球发展状况分析
- 二、国内行业发展现状
- 三、国内市场发展特征
- 四、产品产量数据分析
- 五、上市企业运营状况
- 六、市场竞争策略分析

第三节 黄酒

- 一、行业发展现状分析
- 二、行业产量规模分析
- 三、行业技术研究进展
- 四、行业贸易形势分析
- 五、行业发展面临机遇
- 六、行业发展建议分析

第九章 2017-2020年啤酒关联产业的发展分析

第一节 中国啤酒花行业发展分析

- 一、中国啤酒花产业发展阶段
- 二、中国啤酒花市场发展状况
- 三、中国啤酒花行业存在的问题

四、中国啤酒花行业发展策略

第二节 啤酒大麦市场的发展

一、中国啤酒大麦市场发展状况

二、中国啤酒大麦市场影响因素

三、中国啤酒大麦市场发展对策分析

第三节 啤酒相关的机械设备分析

一、啤酒加工设备选择原理

二、啤酒加工设备选择类型

三、啤酒加工设备维修管理

四、啤酒加工设备发展趋势

第四节 啤酒包装行业分析

一、啤酒包装的意义

二、啤酒包装的形式

三、啤酒包装发展趋势

第十章 2017-2020年中国啤酒行业竞争分析

第一节 2017-2020年中国啤酒行业竞争分析

一、啤酒行业竞争格局

二、啤酒行业集中度分析

三、国际企业投资布局加快

四、国内重点企业发展动态

第二节 速度管理提高啤酒企业竞争能力

一、速度管理的定义

二、速度管理在啤酒企业运用的要点

三、啤酒企业的速度管理模式探讨

第三节 啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

一、啤酒市场不正当竞争现象分析

二、惯性竞争思维在行业竞争中的问题

三、啤酒行业实现竞争合作的策略

四、规范啤酒市场竞争的对策探讨

五、啤酒行业竞争思维的转型

六、中小啤酒企业市场竞争策略剖析

第四节 中国啤酒行业竞争趋势

一、中国啤酒行业竞争特点分析

二、中国啤酒行业竞争焦点分析

三、啤酒企业竞争行为的演化方向

四、啤酒企业并购投资动态分析

第十一章 国际啤酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 百威英博（AB Inbev）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 喜力啤酒公司（Heineken）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 嘉士伯啤酒公司（CABGY）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十二章 2017-2020年中国啤酒上市公司财务状况分析

第一节 啤酒行业上市公司运行状况分析

一、啤酒行业上市公司规模

二、啤酒行业上市公司分布

第二节 啤酒行业财务状况分析

一、经营状况分析

二、盈利能力分析

三、营运能力分析

四、成长能力分析

五、现金流量分析

第十三章 中国啤酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 北京燕京啤酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 重庆啤酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 广州珠江啤酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十四章 2021-2026年啤酒行业投资风险及未来发展预测

第一节 啤酒行业投资风险分析

一、市场风险分析

二、项目投资风险

三、原料供应风险

四、产品风险分析

五、环保风险分析

六、汇率波动风险

第二节 中国啤酒行业未来发展预测

一、市场发展前景展望

二、市场消费前景预测

三、市场发展趋势预测

四、高端化发展趋势

五、“互联网”趋势

第三节 2021-2026年中国啤酒行业预测分析

一、2021-2026年中国啤酒行业影响因素分析

二、2021-2026年中国啤酒产量预测

三、2021-2026年中国啤酒行业收入预测

四、2021-2026年中国啤酒行业利润预测

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

图表目录

图表：日本某啤酒厂生产废水水量和水质状况表

图表：日本某啤酒厂各生产工段废水成分

图表：制麦厂废水的污染强度

图表：啤酒污染物来源

图表：氧化塘法废水处理效果

图表：2020年全球各地区啤酒产量

图表：2020年全球各国家啤酒产量

图表：2020年全球各地区啤酒市场份额

图表：2020年全球各地区啤酒消费量占比

图表：按价格类别划分的亚太啤酒市场消费量

图表：2020年全球主要啤酒企业销量

图表：2020年全球主要啤酒企业收入

图表：2020年全球主要啤酒企业销售单价比较

图表：2020年全球主要啤酒企业盈利指标对比

图表：精酿啤酒与工业啤酒的差异分析

图表：2017-2020年美国精酿啤酒产量情况

图表详见报告正文.....（GY SYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业前景分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国啤酒行业分析报告-行业供需现状与发展前景研究》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。

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前景分析报告，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家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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/422782422782.html>