2020年中国啤酒行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究

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《2020年中国啤酒行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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：https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/473251473251.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一部分 啤酒产业环境透视
第一章 中国啤酒行业及市场环境发展综述
第一节 啤酒行业定义及分类
一、行业概念及定义
二、行业主要产品大类
第二节 啤酒行业统计标准
一、啤酒行业统计部门和统计口径
二、啤酒行业统计方法
三、啤酒行业数据种类
第三节 啤酒行业政策环境分析
一、行业相关政策分析
二、啤酒行业发展规划
第四节 啤酒行业经济环境分析
一、GDP增长情况
二、GDP与行业关联性分析
第五节 啤酒行业消费环境分析
一、城市啤酒消费环境分析
二、农村啤酒市场分析
第六节 啤酒行业产业链上游分析
一、啤酒大麦市场发展情况分析
二、啤酒辅料市场发展情况分析
三、啤酒包装市场发展情况分析
第七节 啤酒行业产业链下游分析
一、零售业发展情况分析
二、餐饮业发展情况分析
三、娱乐场所发展情况分析

第二章 世界啤酒行业发展分析
第一节 世界啤酒发展概述
一、世界啤酒行业发展情况分析
二、世界啤酒行业并购情况分析

三、世界啤酒市场消费情况分析
第二节 欧洲啤酒行业发展分析
一、2017-2020年奥地利啤酒市场发展概况
二、2017-2020年俄罗斯酒类产品销售情况
三、2017-2020年比利时啤酒市场发展情况
四、2017-2020年德国巴伐利亚啤酒出口情况
五、2020年英国葡萄酒消费将超过啤酒
第三节 亚洲啤酒行业发展概况
一、越南啤酒市场增长潜力大
二、2017-2020年韩国啤酒的消费状况分析
三、2017-2020年日本啤酒出货量再创新低
四、2017-2020年泰国啤酒业增长态势分析
第四节 美国啤酒
一、美国啤酒业的发展历程介绍
二、美国高度啤酒生产政策逐步放宽
三、美国啤酒新包装使市场生机盎然
四、2017-2020年美国酒类消费市场的概况
五、2017-2020年美国酒类消费者偏好调查
第五节 其他
一、加拿大国内的啤酒市场份额分析
二、新西兰精酿啤酒的生产日渐升温
三、非洲国家啤酒市场发展前景良好
四、尼日利亚啤酒业的发展前景看好

第二部分 啤酒行业深度分析
第三章 2017-2020年中国啤酒行业发展分析
第一节 中国啤酒行业发展状况分析
一、中国啤酒行业近年发展情况概述
二、中国啤酒行业的产销量稳定增长
三、中国啤酒行业保持良好发展态势
第二节 2017-2020年中国啤酒行业市场分析
一、2017-2020年中国啤酒行业销售市场分析
二、2017-2020年中国啤酒行业渠道市场分析
三、2017-2020年中国啤酒行业品牌分析
第三节 2017-2020年中国啤酒行业的利润分析

一、2017-2020年中国啤酒行业利润变化分析
二、中国二三线啤酒企业利润下滑
三、提升啤酒企业利润的发展策略
第四节 中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略
一、中国与国际啤企成长与盈利能力比较
二、中国啤酒企业面临的外资冲击
三、背靠外资的本土啤企发展状况
四、中国啤企的“国际化”发展状况
五、中国啤企的“国际化”发展对策
第五节 啤酒行业存在的问题及其对策
一、中国啤酒行业创新难的问题分析
二、软实力不足是啤酒业发展主要问题
三、增强中国啤酒行业软实力的措施
四、中国中小啤酒企业发展策略建议
五、啤酒企业提高自身经营效益的策略

第四章 中国啤酒行业经济运行指标分析
第一节 中国啤酒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 中国啤酒所属行业产销与费用分析
一、产成品分析
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
六、销售成本分析
七、销售费用分析
八、管理费用分析
九、财务费用分析
十、其他运营数据分析
第三节 中国啤酒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

第五章 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概况
一、中国啤酒品牌的发展阶段划分
二、中国啤酒品牌市场的发展分析
三、中国啤酒品牌市场的发展现状
第二节 中国区域啤酒品牌的发展
一、中国区域强势啤酒品牌道路的可行性
二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析
三、中国区域啤酒品牌市场的发展对策
第三节 解析啤酒无品牌观念现象
一、无品牌观念产生原因
二、无品牌观念带来的后果
三、树立品牌观念的意义分析
四、树立品牌的要点分析
第四节 中国啤酒品牌发展中的问题
一、中国啤酒品牌市场发展存在的障碍
二、中国高档啤酒品牌市场发展的难题
三、中国啤酒品牌的传播误点分析
四、国内啤酒品牌的消费者满意度下降
第五节 中国啤酒行业品牌整合战略分析
一、中国啤酒行业的品牌整合模式
二、啤酒品牌整合模式的优劣分析
三、啤酒品牌整合模式的理想路径
四、制定品牌战略的考虑因素分析
第六节 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势
一、啤酒品牌发展和推广策略
二、做好啤酒品牌的策略
三、二、三线啤酒品牌的发展建议
四、中国啤酒品牌的发展趋势
五、中国啤酒品牌市场的发展方向

第三部分 啤酒市场全景调研
第六章 2017-2020年中国啤酒市场分析

第一节 中国啤酒市场总体概况
一、中国大型啤酒企业的市场布局
二、中国中小啤酒企业的市场布局
三、中国啤酒淡季市场的变化分析
第二节 城市啤酒市场
一、城市啤酒市场的特点分析
二、城市啤酒市场网络的构成
三、中国南北城市啤酒市场竞争情况
四、城市超市啤酒市场的开发策略
五、城市社区啤酒市场的开发策略
第三节 农村啤酒市场
一、农村啤酒市场的特点分析
二、国内农村啤酒市场潜力巨大
三、中西部和农村啤酒市场为增长主力
四、啤企建立乡镇网络销售体系的策略
五、啤企针对乡镇市场的促销方案介绍
六、中国农村啤酒市场的拓展策略分析
第四节 中高档啤酒市场
一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎
二、开发中高档啤酒的市场机遇分析
三、中高档啤酒市场竞争日趋激烈
四、中高档啤酒终端市场秩序混乱
五、中高档啤酒终端恶性竞争的后果
六、规范中高档啤酒终端市场的对策
七、开发中国高端啤酒市场策略分析
第五节 啤酒市场消费分析
一、啤酒消费者对产品的认知过程
二、啤酒消费者的消费场所归类及特点
三、影响啤酒消费者消费选择的因素
四、啤酒消费者的惯性消费特点分析
五、啤酒消费者的消费习惯变化分析
第六节 啤酒经销商分析
一、个体啤酒经销商模式
二、公司化啤酒经销商模式
三、经销商面临的主要问题

四、啤酒经销商发展重在创新
五、提高经销商素质的有效途径

第七章 2017-2020年中国啤酒行业营销分析
第一节 中国啤酒营销总体概况
一、中国啤酒营销五大模式
二、中国啤酒营销的中国特色
三、中国啤酒营销的发展走向
四、2017-2020年啤酒行业营销状况总结
第二节 中国啤酒文化营销分析
一、运用啤酒文化营销的原因
二、啤酒文化的内涵分析
三、解析啤酒文化与营销的有效结合
第三节 餐饮娱乐营销分析
一、餐饮娱乐终端分类
二、餐饮娱乐市场特征
三、餐饮娱乐营销策略探究
第四节 中国啤酒行业分众营销分析
一、中国啤酒行业分众营销概述
二、中国啤酒突破分众营销的阻力
三、中国啤酒行业分众营销的策略
第五节 中国啤酒品牌广告策略简析
一、中国啤酒品牌实施广告策略的状况
二、中国啤酒品牌广告策略影响因素
三、中国啤酒品牌广告策略途径探索
第六节 啤酒营销中存在的问题
一、啤酒营销渠道中存在的问题
二、中国啤酒品牌营销误区分析
三、中国啤酒企业营销误区分析
第七节 啤酒行业营销的策略分析
一、啤酒行业应高效运用深度营销策略
二、中国啤酒行业的区域市场营销策略
三、中国啤酒行业淡季市场营销策略
四、啤酒经销商应对质量投诉策略
五、啤酒企业营销突破路径分析

第四部分 啤酒行业竞争格局分析
第八章 2017-2020年中国啤酒区域市场分析
第一节 华北地区
一、华北啤酒市场分析
二、北京啤酒市场分析
三、河北啤酒市场分析
四、山西啤酒市场分析
五、内蒙古啤酒市场分析
第二节 东北地区
一、辽宁啤酒市场分析
二、吉林啤酒市场分析
三、黑龙江啤酒市场分析
第三节 华东地区
一、华东啤酒市场分析
二、上海啤酒市场分析
三、浙江啤酒市场分析
四、江苏啤酒市场分析
五、山东啤酒市场分析
六、福建啤酒市场分析
七、安徽啤酒市场分析
第四节 中南地区
一、湖北啤酒市场分析
二、河南啤酒市场分析
三、湖南啤酒市场分析
四、广东啤酒市场分析
五、江西啤酒市场分析
第五节 西南地区
一、西南啤酒市场分析
二、四川啤酒市场分析
三、云南啤酒市场分析
四、贵州啤酒市场分析

第九章 中国啤酒行业竞争分析
第一节 21世纪中国啤酒竞争所面临的三大阶段

一、兼并期
二、消耗期
三、竞合期
第二节 中国啤酒行业竞争现状分析
一、中国啤酒行业的竞争格局分析
二、中国啤酒行业的竞争特点分析
三、影响啤酒行业竞争力的主要因素
四、中国啤酒产业整合优势分析
五、主要城市中高端啤酒品牌竞争状况
第三节 中国啤酒行业竞争的本质分析
一、啤酒行业竞争的并购战略驱动特点
二、啤酒行业初始的规模竞争情况分析
三、渠道、产品结构和品牌竞争分析
四、持续的管理竞争和其他因素影响
第四节 国外啤酒企业在中国的竞争状况
一、国外品牌啤酒商在中国的发展状况
二、国外品牌在中国市场水土不服情况
三、国外品牌在中国高端啤酒市场竞争状况
第五节 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
第六节 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、惯性竞争思维在啤酒行业竞争中的问题
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
第七节 中国啤酒行业竞争趋势
一、啤酒行业竞争发展特点分析
二、浅析啤酒企业竞争行为的演化方向
三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势
四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析
五、中国啤酒行业竞争趋势预测

第十章 啤酒行业领先企业经营形势分析
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 华润雪花啤酒（中国）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 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
第四节 百威英博啤酒投资(中国)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 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
第六节 广州珠江啤酒集团有限公司
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
第七节 哈尔滨啤酒有限公司
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
第八节 百威英博雪津啤酒有限公司
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
第九节 中国金星啤酒集团有限公司
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
第十节 嘉士伯啤酒（广东）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

第五部分 啤酒行业发展前景展望
第十一章 2021-2026年啤酒行业前景及趋势预测
第一节 2021-2026年啤酒市场发展前景
一、2021-2026年啤酒市场发展潜力
二、2021-2026年啤酒市场发展前景展望
三、2021-2026年啤酒细分行业发展前景分析
第二节 2021-2026年啤酒市场发展趋势预测
一、2021-2026年啤酒行业发展趋势
二、2021-2026年啤酒市场规模预测
三、2021-2026年细分市场发展趋势预测
第三节 2021-2026年中国啤酒行业供需预测
一、2021-2026年中国啤酒行业供给预测
二、2021-2026年中国啤酒行业产量预测
三、2021-2026年中国啤酒市场销量预测
四、2021-2026年中国啤酒行业需求预测
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
三、企业区域市场拓展的趋势
四、科研开发趋势及替代技术进展
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2026年啤酒行业投资机会与风险防范
第一节 啤酒行业投融资情况
一、行业资金渠道分析
二、固定资产投资分析
三、兼并重组情况分析
四、啤酒行业投资现状分析
第二节 2021-2026年啤酒行业投资机会
一、产业链投资机会
二、细分市场投资机会
三、重点区域投资机会
四、啤酒行业投资机遇
第三节 2021-2026年啤酒行业投资风险及防范
一、政策风险及防范
二、供求风险及防范
三、宏观经济波动风险及防范
四、关联产业风险及防范
五、产品结构风险及防范
六、其他风险及防范
第四节 中国啤酒行业投资建议
一、啤酒行业未来发展方向
二、啤酒行业主要投资建议
三、中国啤酒企业融资分析

第六部分 啤酒行业发展战略研究
第十三章 2021-2026年啤酒行业面临的困境及对策
第一节 2017-2020年啤酒行业面临的困境
第二节 啤酒企业面临的困境及对策
一、重点啤酒企业面临的困境及对策
二、中小啤酒企业发展困境及策略分析
三、国内啤酒企业的出路分析

第三节 中国啤酒行业存在的问题及对策
一、中国啤酒行业存在的问题
二、啤酒行业发展的建议对策
三、市场的重点客户战略实施
第四节 中国啤酒市场发展面临的挑战与对策

第十四章 啤酒行业发展战略研究
第一节 啤酒行业发展战略研究
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
第二节 对我国啤酒品牌的战略思考
一、啤酒品牌的重要性
二、啤酒实施品牌战略的意义
三、啤酒企业品牌的现状分析
四、我国啤酒企业的品牌战略
五、啤酒品牌战略管理的策略
第三节 啤酒经营策略分析
一、啤酒市场细分策略
二、啤酒市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、啤酒新产品差异化战略
第四节 啤酒行业投资战略研究
一、2017-2020年啤酒行业投资战略
二、2021-2026年啤酒行业投资战略
三、2021-2026年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议
第一节 啤酒行业研究结论及建议
第二节 啤酒子行业研究结论及建议
第三节 啤酒行业发展建议

一、行业发展策略建议
二、行业投资方向建议
三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2017-2020年国内生产总值增长速度
图表：2020年大米产量分地区分析
图表：2020年餐饮行业收入
图表：2017-2020年全球啤酒产量
图表：人均消费啤酒最高的十个国家
图表：美国消费者最喜欢的葡萄品种
图表：美国消费者在以下地点购酒频率
图表：葡萄酒应用软件使用情况
图表：2017-2020年中国啤酒产量及增长趋势
图表：2017-2020年中国啤酒行业利润总额
图表：2017-2020年啤酒行业发展能力
图表：2017-2020年啤酒业销售收入按企业规模分类
图表：2017-2020年我国啤酒业销售收入按控股情况分类
图表：2017-2020年全国啤酒行业总产值
图表：2017-2020年啤酒总产值排名前10个地区
图表：2017-2020年全国啤酒行业销售产值
图表：2017-2020年啤酒行业销售收入
图表：2017-2020年各地区啤酒行业销售产值排名
图表：2017-2020年全国啤酒行业产销率
图表：2020年中国啤酒出口交货值

图表详见报告正文……（GY YX）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、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-市场深度调研与发展趋势研究》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：https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/473251473251.html