

2019年中国精酿啤酒市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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年中国精酿啤酒市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/375194375194.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: 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

精酿啤酒用来区别于大部分常见的工业啤酒(青岛、雪花、燕京、百威、喜力、嘉士伯)。这和其口味是苦是甜，是香是酸，酒精度的高低与否并没有直接关系。

由于精酿啤酒这个概念是美国人发起的，所以我们引用美国酿造者协会BA对精酿酿造者的要求：

1、产量小

年产量小于600万桶（95.388万吨），生产的啤酒用于商业交易。

2、自主权

非精酿酿造者或公司机构，其占股份不能超过25%。

3、传统

酿造者所酿造的大部分啤酒的风味都应该是从传统的或者创新的原料与发酵工艺中获得。

由于现代精酿啤酒是一场文化运动，也是一种不停发展、变化、充满活力的文化，所以并没有世界范围内统一的、权威的定义。精酿啤酒的消费者可以拥有自己的见解。就产品而言，相较于常见的大型跨国啤酒品牌，精酿啤酒具有多元化，小型化，重品质，本土化等特点，带给消费者更丰富多样的风味和个性选择。现代精酿啤酒是对传统啤酒的复兴，并在此基础上让传统啤酒迸发出无限的创新活力。

现代精酿啤酒是源于1970年代英国和美国的精酿啤酒运动（The Craft Beer Movement）的产物，是啤酒从超大规模工业化生产，回归小型、独立、传统、多元化、个性化，乃至迸发出无限创新活力的一场运动。这场精酿啤酒运动在1990年代的美国开始迅速蔓延，催生出大量小型、本地化，追求品质和创新的自酿酒吧和酒厂。从21世纪开始，直至今日，精酿啤酒运动已经蔓延至世界的每个角落。

整个啤酒的世界大体可分为艾尔啤酒和拉格啤酒两个大家族。这两个大类主要的区别在于发酵采用的酵母种类不同。艾尔啤酒泛指采用艾尔酵母发酵的啤酒，又称上发酵啤酒，发酵温度通常在16°C – 25°C。拉格啤酒泛指采用拉格酵母发酵的啤酒，又称下发酵啤酒，发酵温度通常在4°C – 11°C。这两个啤酒的大类均有各自的优秀传统和历史。此外，还有一些靠自然界或人工驯服的野生菌种发酵的酸啤酒，也是精酿啤酒的流行趋势之一。

常见分类

以下是一些目前较流行、常见的精酿啤酒大类。精酿啤酒分类

发酵类型

啤酒风格

概述

艾尔啤酒

Ale

淡色艾尔Pale Ale

（淡金黄 – 深琥珀色）

啤酒世界中的“淡色”是个相对词，涵盖了从淡金黄至深琥珀色这样宽泛的颜色区间。历史上，直至低温烘干麦芽的技术诞生前，啤酒都采用烘烤至带焦糊的麦芽酿造，酒液都为深色。工业革命后英国率先发明了低温缓和烘烤麦芽的技术，制得相对浅色的麦芽，随之酿造出琥珀色的啤酒。相较过往的啤酒，颜色淡了许多，人们便开始把不是深色的啤酒叫做淡色啤酒。如今，淡色艾尔啤酒主要分英式、美式、比利时这几个派系，各有鲜明的特征。

印度淡色艾尔

India Pale Ale (IPA)

（金黄 – 深琥珀色）

源自十六世纪后期大英帝国时代的啤酒风格。当时为解决英国啤酒到殖民地印度的长途海运保质问题，酿酒师大量添加啤酒花作为防腐剂。在防腐之余，啤酒花贡献出了浓郁的啤酒花清香气和苦味，于是从英式的淡色艾尔派生出了印度淡色艾尔，并一度受到市场青睐，但后来逐渐失宠。直到1970年代的美国精酿运动，再次复兴了这一啤酒风格。目前市场上的IPA绝大多数为美式IPA，主要突出柑橘类水果、热带水果、松木、青草等美国啤酒花特有的风味，苦味扎实，酒体偏干，清新怡人，多饮不腻口。

琥珀/红色艾尔

Amber/Red Ale

（琥珀色）

源自美国精酿运动的啤酒风格。琥珀/红色艾尔是那些颜色偏深、带有红色的美式淡色艾尔进一步细分出的酒种。这类啤酒突出焦糖麦芽的风味，麦芽味层次丰富，同时带有大量的美式酒花香气和苦味，去平衡麦芽的甜味。

小麦啤酒

Wheat Beer

（黄白、浑浊）

常见的小麦啤酒包括比利时小麦啤酒，德式小麦啤酒，美式小麦啤酒。绝大多数小麦啤酒属于艾尔啤酒，部分美式小麦啤酒也会用拉格酵母发酵。小麦啤酒的配方中，除大麦麦芽以外，还用了一定比例的小麦麦芽或未发芽小麦，贡献出更多的蛋白质和绵柔、顺滑的酒体。小麦啤酒通常都具有轻松易饮，苦度低的特点。淡黄浑浊的酒液让人们俗称小麦啤酒为“白啤酒”。深色的小麦啤酒也是存在的。

波特、世涛

Porter, Stout

（深棕色 – 深黑色）

波特的字面意思为码头工人，这一啤酒风格源于十六世纪的英格兰，起初是一种在酒吧里由不同种啤酒调兑后再饮用的一种深色啤酒。由于颇受码头工人的青睐，逐渐被命名为波特。

随后在此基础上，出现了更为浓烈的加强版波特StoutPorter。之后波特一词逐渐失宠，被Stout取代。目前，波特和世涛在两者间并无明确的界线，但总体上，波特颜色略淡于世涛，咖啡味、焦糊味也低于世涛，而可可、巧克力味比世涛更为突出。很多情况下，波特与世涛的界定还取决于酿酒师的主观理解。无需纠结两者间的明确界定问题。

修道院双料、三料、四料Abbey Dubbel, Tripel, Quadple

所谓的修道院风格啤酒，是一个宽泛的大家族，其中具有明确风格特征的就是双料、三料、四料。三者的酒精度、麦芽度呈松散的递增关系，但无明确界限。三者均强调比利时酵母发酵时贡献的风味。双料是一种偏浓郁的棕红色啤酒，口味复杂，突出焦糖、水果蜜饯的味道。三料啤酒为金黄或橙黄色，酒体浓郁，风味复杂，突出类似蜂蜜的香甜和酵母贡献的水果风味。四料可以看作是双料的加强版。酿造糖也是修道院风格常用的原料，可以贡献额外的香气，较高的酒精度，以及相对轻薄的酒体。瓶内二次发酵赋予酒液更为丰富的味道和气泡。

赛松、农舍艾尔

Saison, Farmhouse Ale

赛松是一种源于比利时法语区农家酿造的啤酒。Saison字面为“季节”的意思，历史上指的是农民在寒冷的农闲季节酿造的啤酒，用于炎热的农忙季节消暑解渴。这类啤酒颜色较淡，原料使用比较灵活，主要突出酵母贡献的复杂果香、辛香，酒液含有大量气泡，清爽怡人的同时又具有一定的浓烈度。美国的精酿酒厂通常将其称为农舍艾尔或农舍赛松。

烈性大麦酒

Barley Wine

（琥珀色 – 深棕色）

源自于英国的一种酒精度非常高的啤酒，曾为皇室专享的奢侈饮品。主要突出丰富、浓厚的麦芽酒体和香甜，是一种需要长时间熟成的啤酒，其麦芽的复杂层次感堪比红葡萄酒。现代的一些美式版本会融入浓郁的美式酒花风味。

拉格啤酒

Lager

工业淡拉格

Mass-market Pale Lager

（淡金黄）

目前占据全球啤酒市场最大份额的啤酒种类，主流跨国大品牌的旗舰产品都属于工业淡拉格。这类啤酒颜色为淡金黄，香气、口味都比较寡淡，通常会添加大米、玉米、淀粉作为辅料，以此降低成本，淡化风味，以满足绝大多数人群的需要。

皮尔森Pilsener/Pils

（淡金黄）

皮尔森诞生自捷克波西米亚的皮尔森地区，是世界上最早的淡色拉格啤酒，也是现代工业淡

拉格的鼻祖。正宗的皮尔森啤酒不添加大米等辅料，具有清爽、清脆、干净的酒体，以及直白、简洁的麦香和酒花香苦。

琥珀拉格

Amber Lager

（琥珀 – 棕色）

最早的琥珀拉格诞生自维也纳，之后在德国风靡流行，并随德国移民传入美国。琥珀拉格具有突出的焦糖麦芽香甜风味，整体干净易饮，现代美式的版本经常还加入更多的美式酒花风味。

德式深色啤酒、黑啤酒

Dunkel, Schwarzbier

比较主流的德式深色啤酒，Dunkel是一种口感顺滑、柔和，强调丰富麦香甜风味的啤酒，略带烘烤麦芽的香气和焦糖、巧克力风味。Schwarzbier字面既“黑啤酒”，是一种颜色深黑，更强调烘烤麦芽焦香，和咖啡、巧克力风味的啤酒。这两种德式深色拉格均属于偏淡雅、柔和、易饮的啤酒风格。啤酒的颜色深浅与其浓烈度没有任何关系。

博克啤酒

Bocks

（琥珀色 – 深棕色）

博克一词源自德国的地名Einbeck。博克是一系列突出麦芽香甜，酒体浓郁，酒精度中到高的拉格啤酒。常见的子分类有淡色/五月博克，深色博克，双倍博克，冰馏博克。

酸啤酒

Sour Beer

兰比克

Lambic

正宗的兰比克啤酒是现存的最接近真正古法酿造的啤酒。整个酿造过程分为多个发酵阶段，短则半年，长则三五年。酿酒师不会向麦汁中添加自己培育的酵母，而是让来自空气中和旧的木桶中残留的各种野生菌种进行自然发酵，整个过程不像现代工业化生产那样严格可控，更具有“浑然天成”的魅力。大量产酸菌种会贡献出复杂、尖锐的酸味。兰比克啤酒会采用少量的陈年啤酒花，所以几乎不具有酒花的风味。为了平衡酸涩的口味，兰比克会采用老酒与新酒勾兑的工艺，也有加入各种水果、麦汁或糖浆的版本。目前，新型的酒厂也可采用人工添加野生菌种的方法，仿效出各种兰比克风格的酸啤酒。

法兰德斯老啤酒

Oud Bruin

（深棕色）

传统的法兰德斯老啤酒采用橡木发酵罐酿造，残留在罐体内的产酸菌种消耗酒液的糖分，产生复杂的酸味。有的酒厂还会将年份较长的老酒与新酒调兑，达到均衡的口味。这类酸啤酒

会有雪利酒、蜜饯、梅子的味道，焦糖味和酸味相互平衡。

特种啤酒

Specialty Beers

除上述大类以外，啤酒的世界充满创新与变化，原料的使用没有限制，常见的特种啤酒包括水果啤酒，蜂蜜啤酒，辣椒啤酒，香料啤酒，烟熏啤酒，坚果啤酒，橡木桶陈酿啤酒等。一款啤酒要做出令人惊艳的味道并不难，要做到各种复杂口味间的平衡，圆润、易饮，没有不该有的坏味、杂味，才能算得上优秀。

双倍/帝国

Double/Imperial

“双倍”或“帝国”是用于形容其他啤酒风格的前缀，两者是同一概念，可以理解为“加强版”。如，双倍IPA，可以理解为加强版的IPA，是一款将IPA的各种风味都放大的啤酒。双倍和修道院风格中的双料Dubbel是完全不同的概念，不要混淆。

社交型/轻盈型

Session

Session也是日渐流行的一个啤酒风格前缀，用于形容其他类型的啤酒。其英文本意是“一段时间”的意思，国内译为“社交型”或“轻盈”。可以理解为一种啤酒风格的“轻量版”，更适合社交，更轻松易饮，适合饮用较长一段时间。比如某品牌旗下Session IPA，会比其常规款IPA具有更低的酒精度，更轻薄的酒体，但同时尽可能保留IPA的风味。

资料来源：公开资料整理

当前阶段，我国精酿啤酒市场发展地区主要集中在上海、北京、广州、武汉等一线城市，但近年来也逐渐向二三线城市辐射渗透，如安徽、江苏、山东等地区的二线城市精酿啤酒在近两年呈现出遍地开花的趋势，越来越多的人接触到精酿啤酒，开始了解精酿啤酒。

就精酿啤酒本身的产品特点与发展特性来看，在一线城市掀起风潮之后，价格稳定、供应链逐步专业化、市场标准更加规范的背景下，在二三线城市以辐射周边社区、具有城市特色、符合区域特性与饮用习惯的小微型啤酒企业将越来越多。

在市场的前期发展中，很多啤酒企业“崇德推美”，以德国工艺或美式文化标榜推广啤酒产品，在这个阶段会取得一定市场认同与宣传效果，但在市场后期，本土元素，更能引起消费共鸣。在未来几年，将会更多出现加入青稞、荞麦、麻椒等中国特色原料的精酿啤酒，也会受到更多人的追捧与喜爱。更加符合中国人口味，并且激发民族自豪感的产品将在市场上占据越来越多的份额。（FSW）

观研天下发布的《2019年中国精酿啤酒市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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年中国精酿啤酒行业发展概述

第一节 精酿啤酒行业发展情况概述

- 一、精酿啤酒行业相关定义
- 二、精酿啤酒行业基本情况介绍
- 三、精酿啤酒行业发展特点分析

第二节 中国精酿啤酒行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、精酿啤酒行业产业链条分析
- 三、中国精酿啤酒行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国精酿啤酒行业生命周期分析

- 一、精酿啤酒行业生命周期理论概述
- 二、精酿啤酒行业所属的生命周期分析

第四节 精酿啤酒行业经济指标分析

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

第五节 中国精酿啤酒行业进入壁垒分析

一、精酿啤酒行业资金壁垒分析

二、精酿啤酒行业技术壁垒分析

三、精酿啤酒行业人才壁垒分析

四、精酿啤酒行业品牌壁垒分析

五、精酿啤酒行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球精酿啤酒行业市场发展现状分析

第一节 全球精酿啤酒行业发展历程回顾

第二节 全球精酿啤酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲精酿啤酒行业地区市场分析

一、亚洲精酿啤酒行业市场现状分析

二、亚洲精酿啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲精酿啤酒行业市场前景分析

第四节 北美精酿啤酒行业地区市场分析

一、北美精酿啤酒行业市场现状分析

二、北美精酿啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美精酿啤酒行业市场前景分析

第五节 欧盟精酿啤酒行业地区市场分析

一、欧盟精酿啤酒行业市场现状分析

二、欧盟精酿啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟精酿啤酒行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界精酿啤酒行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球精酿啤酒行业市场规模预测

第三章 中国精酿啤酒产业发展环境分析

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、全社会消费品精酿啤酒总额

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 中国精酿啤酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国精酿啤酒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 中国精酿啤酒行业运行情况

第一节 中国精酿啤酒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 中国精酿啤酒行业市场规模分析

第三节 中国精酿啤酒行业供应情况分析

第四节 中国精酿啤酒行业需求情况分析

第五节 中国精酿啤酒行业供需平衡分析

第六节 中国精酿啤酒行业发展趋势分析

第五章 中国精酿啤酒所属行业运行数据监测

第一节 中国精酿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 中国精酿啤酒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 中国精酿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

第六章 2016-2018年中国精酿啤酒市场格局分析

第一节 中国精酿啤酒行业竞争现状分析

一、中国精酿啤酒行业竞争情况分析

二、中国精酿啤酒行业主要品牌分析

第二节 中国精酿啤酒行业集中度分析

一、中国精酿啤酒行业市场集中度分析

二、中国精酿啤酒行业企业集中度分析

第三节 中国精酿啤酒行业存在的问题

第四节 中国精酿啤酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国精酿啤酒行业竞争力分析

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年中国精酿啤酒行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国精酿啤酒行业消费特点

第二节 中国精酿啤酒行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 精酿啤酒行业成本分析

第四节 精酿啤酒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 中国精酿啤酒行业价格现状分析

第六节 中国精酿啤酒行业平均价格走势预测

一、中国精酿啤酒行业价格影响因素

二、中国精酿啤酒行业平均价格走势预测

三、中国精酿啤酒行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国精酿啤酒行业区域市场现状分析

第一节 中国精酿啤酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地精酿啤酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区精酿啤酒市场规模分析

四、华东地区精酿啤酒市场规模预测

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、华中地区精酿啤酒市场规模分析
- 四、华中地区精酿啤酒市场规模预测

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、华南地区精酿啤酒市场规模分析

第九章 2016-2018年中国精酿啤酒行业竞争情况

第一节 中国精酿啤酒行业竞争结构分析（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 中国精酿啤酒行业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 中国精酿啤酒行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 精酿啤酒行业企业分析（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 2019-2025年中国精酿啤酒行业发展前景分析与预测

第一节 中国精酿啤酒行业未来发展前景分析

- 一、精酿啤酒行业国内投资环境分析
- 二、中国精酿啤酒行业市场机会分析
- 三、中国精酿啤酒行业投资增速预测

第二节 中国精酿啤酒行业未来发展趋势预测

第三节 中国精酿啤酒行业市场发展预测

- 一、中国精酿啤酒行业市场规模预测
- 二、中国精酿啤酒行业市场规模增速预测
- 三、中国精酿啤酒行业产值规模预测
- 四、中国精酿啤酒行业产值增速预测
- 五、中国精酿啤酒行业供需情况预测

第四节 中国精酿啤酒行业盈利走势预测

- 一、中国精酿啤酒行业毛利润同比增速预测
- 二、中国精酿啤酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国精酿啤酒行业投资风险与营销分析

第一节 精酿啤酒行业投资风险分析

- 一、精酿啤酒行业政策风险分析
- 二、精酿啤酒行业技术风险分析
- 三、精酿啤酒行业竞争风险
- 四、精酿啤酒行业其他风险分析

第二节 精酿啤酒行业企业经营发展分析及建议

- 一、精酿啤酒行业经营模式
- 二、精酿啤酒行业销售模式
- 三、精酿啤酒行业创新方向

第三节 精酿啤酒行业应对策略

- 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2019-2025年中国精酿啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国精酿啤酒行业品牌战略分析

- 一、精酿啤酒企业品牌的重要性
- 二、精酿啤酒企业实施品牌战略的意义
- 三、精酿啤酒企业品牌的现状分析
- 四、精酿啤酒企业的品牌战略
- 五、精酿啤酒品牌战略管理的策略

第二节中国精酿啤酒行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国精酿啤酒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 2019-2025年中国精酿啤酒行业发展策略及投资建议

第一节中国精酿啤酒行业产品策略分析

- 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 中国精酿啤酒行业定价策略分析

第三节中国精酿啤酒行业营销渠道策略

- 一、精酿啤酒行业渠道选择策略
- 二、精酿啤酒行业营销策略

第四节中国精酿啤酒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国精酿啤酒行业重点投资区域分析

二、中国精酿啤酒行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/jiulei/375194375194.html>