

中国精酿啤酒行业现状深度调研与发展前景研究报告（2022-2029年）

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《中国精酿啤酒行业现状深度调研与发展前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607023.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

就精酿啤酒这一概念来看，其是美国人发起的，主要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)。随着大众啤酒市场的饱和，工业啤酒同质化、口味单一等缺点逐渐暴露。在国家经济快速发展，人们生活水平得到提升背景下，国内消费开始升级，啤酒消费者对啤酒的需求也逐渐由“价廉”转为“高质”，因此我国啤酒市场产品向着高端化快速发展，精酿啤酒也应运而生。

种类来看，全球精酿啤酒风格种类各异，风格类型更是有超过100多种，其中常见的精酿啤酒风格包括有小麦风味、艾尔（Ale）风味、修道院风味、水果风味和世涛（Stout）风味等。

常见精酿啤酒风味工艺特征、种类及特点

风味

工艺特征

种类

特点

小麦风味

啤酒花投放少、低酒精度和苦味度；大众口味，不宜存放

德式小麦

有强烈的香蕉或丁香香气

比利时小麦

酒体略微浑浊，有比较明显的芫荽子、橙皮和蜂蜜香气

美式小麦

浓郁的麦香香气

艾尔风味

啤酒花投入多，酒精度和苦味度更高

美式IPA

有橙子、柚子等柑橘属香气，苦味高，香气比英式更浓郁

英式IPA

有橙子、柚子为主的柑橘属香气，苦味度高

混浊IPA

香气更加浓郁，苦味度低

修道院风味

口味比较清爽、酒精度低、

双料

深红铜色酒体，麦芽甜香，有巧克力、焦糖和水果香气

三料

深黄或金黄酒体，复杂而明显辛香、花果香

四料

深棕色，伴有烘烤面包、焦香、黑色浆果的香气

水果风味

添加水果或果汁

西打

苹果及其他水果风味明显，低酒精度

世涛风味

使用烘烤后大麦酿造

牛奶世涛

酒体浅棕色或浅褐色，有烘焙咖啡、焦糖和深色巧克力香气

资料来源：公开资料整理

1、发展历程

发展历程来看，我国精酿啤酒行业发展一共历经了三个阶段：1949-1990年的阶段一、1990-2008年的阶段二以及2008年至今的阶段三。

20世纪初德国和俄罗斯的淡色拉格工业啤酒开始传入我国，在新中国成立初期国内经济水平、消费水平落后，因此价格低廉、性价比高的拉格啤酒成为首选，20世纪80-90年代，我国啤酒行业市场同质化、低质化严重低端经济型淡啤占据了大部分市场份额，此时国内精酿啤酒还只是萌芽阶段，此时“自酿啤酒”一词则代表着我国精酿的启蒙。

资料来源：观研天下整理

20世纪90年代伴随着欧美精酿啤酒文化的崛起，国内啤酒代购产业起步，海淘网站兴起使得精酿啤酒概念进一步深入人心，2008年国内第一家精酿啤酒酿造企业高大师啤酒工厂成立，随后以丰收精酿、拳击猫为代表的第一批精酿品牌出现，并在一线城市逐步扩张，精酿啤酒开始受到消费水平较高的小众圈层的青睐。

到第三阶段，2008年到2017年，外资精酿啤酒品牌在我国市场快速扩容，促使国内啤酒厂商精酿意识觉醒，与此同时国内啤酒龙头也纷纷布局精酿品类，市场上纯正的精酿啤酒厂快速增加，我国精酿啤酒行业全方位步入发展快车道。到第四阶段，即2018年一直持续至今，我国精酿啤酒行业入局者高速增加，市场规模继续快速发展，且开始逐步走向成熟。

2、市场现状

随着我国国民消费水平的提升、大众啤酒日趋饱和背景下，品种多样、品质高端、与休闲文化契合度高的精酿啤酒受到了啤酒消费者们的青睐。

就精酿啤酒本身的特点来看，精酿的口感超越普通啤酒的口感。与工业啤酒相比，精酿啤酒在原材料、发酵工业、营养成分、风味、保存、成本、生产规模、受众人群及经营特点均有

所不同，其成本更高、营养成分更加丰富、口味香醇、后味优雅。

精酿啤酒与工业啤酒对比

啤酒种类

精酿啤酒

工业啤酒

原材料

只使用麦芽、酒花、酵母和水

六成麦芽、四成大米或玉米、淀粉、水、酒花制品、酵母

发酵工艺

上部发酵（艾尔工艺），上面酵母为主的高温发酵工艺，发酵时间至少半月以上，部分甚至长达2个月

多为下部发酵（拉格工艺），下面酵母低温发酵，前酵5天左右，后酵则需两周左右

营养成分

营养丰富，麦汁浓度多为12°P以上，富含氨基酸、酯、有机酸、黄酮等物质

麦芽汁浓度多为12°P以下，营养物质含量比精酿啤酒少很多

风味

全麦汁，浓度高，口味香醇，后味优雅

有辅料，麦汁浓度低，口感偏淡

保存

活菌鲜，需冷藏，多数保质期较短，有些品种保质期仅为几十天

灭活，无需冷藏，保质期长，普遍为1-2年，有的甚至可以长达数十年

成本

制作生产、保存成本均较高

制作生产、保存等成本相对较低

生产规模

低产，存在较多手工酿造

大规模工业化生产，年产量是精酿啤酒的十几倍或几十倍

主要受众

热爱啤酒文化的啤酒爱好者和追求个性、重视消费体验的年轻消费者

大众消费者

经营特点

集中度较低，区域化强

寡头垄断

资料来源：观研天下整理

就精酿啤酒饮用场景来看，其既可以做主角也可以做配角；既可以在高端的餐厅里面替代拉

菲、香槟，可以上档次，成为餐桌灯光下的唯一主角，同样，精酿啤酒的啤酒属性也使得其可以在大排档里做配角，和烧烤搭配。

精酿啤酒的特点以及其饮用场景的多元使得其成为适应社会发展走势的产物，满足了现代消费者们快速多变的市场选择。也正是如此精酿啤酒在我国已经形成了自己独特的精酿啤酒休闲文化，其愈发受到广大消费者的欢迎。消费量来看，从2016年到2021年我国精酿啤酒消费量逐年递增，从2016年的3.6亿升增长至2021年的10亿升左右。增速来看，除了2020年新冠疫情，全民居家隔离影响，其增速下降之外，2017年以来我国精酿啤酒消费量增速均维持在25%以上。截止到2021年其消费量增速更是达到了28.21%。

资料来源：公开资料整理

而且对比我国啤酒和精酿啤酒消费量增速来看，近五年来精酿啤酒消费量增速一直都快于整个啤酒行业消费量增速。2020年我国啤酒表观消费量约为3430.86万千升，同比下降9.64%，这一年我国精酿啤酒消费量还是呈现增长态势，增速约为6.9%；截至2021年，我国啤酒表观消费量为3572.46万千升，同比增长4.13%，而此时我国精酿啤酒消费量较2020年同比增速高达28.2%，比啤酒消费量增速高出24.1个百分点。

资料来源：公开资料整理

随着我国精酿啤酒消费量的快速增长，越来越多的企业看好精酿啤酒赛道，纷纷入局。近五年来我国精酿啤酒相关企业新增注册数量均保持高速增长。根据数据显示，2015年我国新成立的精酿啤酒相关企业还只有57家；截至2021年底，我国新增精酿啤酒企业达到1252家，七年年平均增速更是高达299.5%。其中2016年和2017年我国精酿啤酒行业新成立企业增速分别达到了200%和100%以上。

资料来源：企查查

在我国精酿啤酒市场消费量快速增长，企业纷纷入局背景下，行业市场也进入了爆发增长阶段。市场规模来看，近十年来我国精酿啤酒行业市场规模均是逐年递增态势，且增速均维持在20%以上。根据数据显示，2011到2021年我国精酿啤酒市场规模从约33亿元增长至约428亿元，实现了从几十亿元向几百亿元的跨越。增速来看，从2012年到2016年我国精酿啤酒市场规模增速也是呈现逐年递增态势，在2016年其增速更是增长至39.5%；此后尽管其增速开始出现小幅度下滑，但仍然维持在25%以上；截止到2021年我国精酿啤酒市场规模增速约为29.3%，较2020年又有所增长，增长约2.3个百分点。

资料来源：观研天下数据中心整理

3、前景展望

当前我国精酿啤酒整体市场发展态势良好。但是不管是横向纵向来看，都能看出我国国内精

酿啤酒仍然具有极大的增长空间。

横向来看，参照美国市场，从2016年到2021年，我国精酿啤酒市场渗透率始终都远低于美国，而且即使是到了2021年，我国精酿啤酒市场渗透率仍然远低于2016年美国精酿啤酒市场渗透率。具体数据来看，2016年，中国与美国精酿啤酒市场渗透率分别约为0.8%和12.1%；到2021年，中国与美国精酿啤酒市场渗透率分别增长至约为2.8%和13.1%。

资料来源：公开资料整理

纵向来看，2016年我国精酿啤酒市场渗透率约为0.8%，到2021年尽管精酿啤酒市场渗透率较2016年提升了2个百分点，但其仍然未达到5%。从以上种种数据上来看，可以看出我国精酿啤酒行业市场仍然处于一片蓝海，有着较大的发展空间。

我国是啤酒消费大国，也是啤酒生产大国。如今，随着时代的进步和消费的升级，我国啤酒行业中高档消费需求愈发旺盛，对啤酒产品的需求也在不断丰富。当前我国国民每年要消费约429.6亿升的啤酒，平均每人每年喝掉约30升。另根据“十四五”中国酒类产业的发展目标显示，到2025年，我国啤酒产业产量要达3800万千升，比“十三五”末增长11.4%，年均递增2.2%；销售收入达到2400亿元，同比增长63.4%；实现利润300亿元，同比增长124.0%。然而目前我国工业啤酒市场趋于饱和，增速缓慢，相比之下精酿啤酒消费量、市场规模增速均维持在25%以上，从这里也可以看出我国精酿啤酒行业发展潜力巨大。

“十四五”我国啤酒产业发展目标

指标

2025年

较“十三五”末同比增长

年均递增

总产量（万千升）

3800

11.4%

2.20%

销售收入（亿元）

2400

63.4%

10.3%

利润（亿元）

300

124.0%

17.5%

资料来源：中国酒业协会

近三年，新冠疫情的到来使得我国精酿啤酒市场增速出现小幅度下滑。在2020年“观望”成了精酿赛道许多投资者和经销商所持的态度。尽管如此，但是随着疫情的恢复，行业市场消费量和市场规模快速回升，资本市场也随之火热起来。据不完全统计，2021年我国精酿啤酒品牌融资超过10亿元，碧山村、泰山原浆、新零啤酒等15家精酿啤酒品牌陆续获得融资，且有16个投资机构对精酿啤酒赛道进行过2次及以上的投资，此外，IDG资本、高瓴创投、梅花创投、天图资本等知名机构以及众多未披露的投资机构和个人也涉足精酿领域。可以预见我国精酿啤酒行业风口已经到来，预计未来未来3~5年内行业市场规模将步入千亿级别，市场渗透率也有望达到10%以上。

资料来源：观研天下整理（LQM）

观研报告网发布的《中国精酿啤酒行业现状深度调研与发展前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022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、精酿啤酒特点分析

三、精酿啤酒行业基本情况介绍

四、精酿啤酒行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、精酿啤酒行业需求主体分析

第二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

第三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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

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

第五节欧洲精酿啤酒行业地区市场分析

一、欧洲精酿啤酒行业市场现状分析

二、欧洲精酿啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲精酿啤酒行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界精酿啤酒行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球精酿啤酒行业市场规模预测

第三章 中国精酿啤酒行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对精酿啤酒行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对精酿啤酒行业的影响分析

第五节中国精酿啤酒行业产业社会环境分析

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

一、影响中国精酿啤酒行业市场规模的因素

二、中国精酿啤酒行业市场规模

三、中国精酿啤酒行业市场规模解析

第三节中国精酿啤酒行业供应情况分析

一、中国精酿啤酒行业供应规模

二、中国精酿啤酒行业供应特点

第四节中国精酿啤酒行业需求情况分析

一、中国精酿啤酒行业需求规模

二、中国精酿啤酒行业需求特点

第五节中国精酿啤酒行业供需平衡分析

第五章 中国精酿啤酒行业产业链和细分市场分析

第一节中国精酿啤酒行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、精酿啤酒行业产业链图解

第二节中国精酿啤酒行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对精酿啤酒行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对精酿啤酒行业的影响分析

第三节我国精酿啤酒行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国精酿啤酒行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国精酿啤酒行业市场集中度分析

第三节中国精酿啤酒行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国精酿啤酒行业模型分析

第一节中国精酿啤酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国精酿啤酒行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国精酿啤酒行业SWOT分析结论

第三节中国精酿啤酒行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国精酿啤酒行业需求特点与动态分析

第一节中国精酿啤酒行业市场动态情况

第二节中国精酿啤酒行业消费市场特点分析

- 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结构分析

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、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、中国精酿啤酒行业平均价格趋势分析
- 二、中国精酿啤酒行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国精酿啤酒行业所属行业运行数据监测

第一节中国精酿啤酒行业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行业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行业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

第十章 2018-2022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析

- 一、影响精酿啤酒行业区域市场分布的因素
- 二、中国精酿啤酒行业区域市场分布

第二节中国华东地区精酿啤酒行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区精酿啤酒行业市场分析
 - (1) 华东地区精酿啤酒行业市场规模
 - (2) 华南地区精酿啤酒行业市场现状
 - (3) 华东地区精酿啤酒行业市场规模预测

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、华中地区精酿啤酒行业市场分析
 - (1) 华中地区精酿啤酒行业市场规模
 - (2) 华中地区精酿啤酒行业市场现状
 - (3) 华中地区精酿啤酒行业市场规模预测

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、华南地区精酿啤酒行业市场分析
 - (1) 华南地区精酿啤酒行业市场规模
 - (2) 华南地区精酿啤酒行业市场现状
 - (3) 华南地区精酿啤酒行业市场规模预测

第五节华北地区精酿啤酒行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区精酿啤酒行业市场分析
 - (1) 华北地区精酿啤酒行业市场规模

(2) 华北地区精酿啤酒行业市场现状

(3) 华北地区精酿啤酒行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区精酿啤酒行业市场分析

(1) 东北地区精酿啤酒行业市场规模

(2) 东北地区精酿啤酒行业市场现状

(3) 东北地区精酿啤酒行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区精酿啤酒行业市场分析

(1) 西南地区精酿啤酒行业市场规模

(2) 西南地区精酿啤酒行业市场现状

(3) 西南地区精酿啤酒行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区精酿啤酒行业市场分析

(1) 西北地区精酿啤酒行业市场规模

(2) 西北地区精酿啤酒行业市场现状

(3) 西北地区精酿啤酒行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国精酿啤酒行业市场规模区域分布预测

第十一章 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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029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 中国精酿啤酒行业规模发展预测

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

第十三章 2022-2029年中国精酿啤酒行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节精酿啤酒行业风险分析

- 一、精酿啤酒行业宏观环境风险
- 二、精酿啤酒行业技术风险
- 三、精酿啤酒行业竞争风险
- 四、精酿啤酒行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国精酿啤酒行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国精酿啤酒行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国精酿啤酒行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 精酿啤酒行业营销策略分析

- 一、精酿啤酒行业产品策略
- 二、精酿啤酒行业定价策略
- 三、精酿啤酒行业渠道策略
- 四、精酿啤酒行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202208/607023.html>