

# 2021-2027年中国啤酒行业 发展趋势与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国啤酒行业发展趋势与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202106/223623.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。这些营养成分人体容易吸收利用。啤酒中的低分子糖和氨基酸很易被消化吸收，在体内产生大量热能，因此往往啤酒被人们称为“液体面包”；

。1L12°Bx的啤酒，可产生3344kJ热量，相当于3~5个鸡蛋或210g面包所产生热量，一个轻体力劳动者，如果一天能饮用1L啤酒，即可获得所需热量的三分之一。2019年1-7月中国啤酒出口金额为141.53百万美元，同比下降2.8%。2014-2019年7月中国啤酒出口金额统计情况数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国啤酒行业发展趋势与投资方向研究报告》共十五章。首先介绍了啤酒行业市场发展环境、啤酒整体运行态势等，接着分析了啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了啤酒市场竞争格局。随后，报告对啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对啤酒产业有个系统的了解或者想投资啤酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

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

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

### 第二章世界啤酒所属行业发展分析

#### 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、2015-2019年奥地利啤酒市场发展概况

##### 二、2015-2019年俄罗斯酒类产品销售情况

##### 三、2015-2019年比利时啤酒市场发展情况

##### 四、2015-2019年德国巴伐利亚啤酒出口情况

#### 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、2015-2019年韩国啤酒的消费状况分析

##### 三、2015-2019年日本啤酒出货量再创新低

##### 四、2015-2019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、2015-2019年美国酒类消费市场的概况
  - 五、2015-2019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

### 第三章2015-2019年中国啤酒所属行业发展分析

#### 第一节中国啤酒行业发展状况分析中国啤酒行业格局数据来源：公开资料整理

- 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2015-2019年中国啤酒行业市场分析

- 一、2015-2019年中国啤酒行业销售市场分析
- 二、2015-2019年中国啤酒行业渠道市场分析
- 三、2015-2019年中国啤酒行业品牌分析

#### 第三节2015-2019年中国啤酒行业的利润分析

- 一、2015-2019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

#### 第四章中国啤酒所属行业发展状况分析

##### 第一节中国啤酒所属行业发展状况分析

- 一、啤酒行业经营效益分析
- 二、啤酒所属行业盈利能力分析
- 三、啤酒所属行业运营能力分析
- 四、啤酒所属行业偿债能力分析
- 五、啤酒行业发展能力分析

##### 第二节啤酒所属行业经济分析

- 一、啤酒所属行业经济指标分析
- 二、不同规模企业经济指标分析
- 三、不同性质企业经济指标分析
- 四、不同地区企业经济指标分析

##### 第三节啤酒所属行业供需平衡分析

- 一、全国啤酒行业供给情况分析
- 二、各地区啤酒行业供给情况分析
- 三、全国啤酒行业需求情况分析
- 四、各地区啤酒行业需求情况分析
- 五、全国啤酒所属行业产销率分析

##### 第四节中国啤酒所属行业进出口市场分析

- 一、2015-2019年啤酒行业出口市场分析
- 二、2015-2019年啤酒行业进口市场分析

#### 第五章2015-2019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区分析

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

第六章2015-2019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2015-2019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、2015-2019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

## 第八章2015-2019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、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析

### 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、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析

### 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、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析

### 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、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

#### 第五节重庆啤酒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

#### 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、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

#### 第七节哈尔滨啤酒有限公司

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

#### 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、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

#### 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、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析

#### 第十节嘉士伯啤酒（广东）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业发展能力分析

### 第十一章2021-2027年啤酒行业前景及趋势预测

#### 第一节2021-2027年啤酒市场发展前景

- 一、2021-2027年啤酒市场发展潜力
- 二、2021-2027年啤酒市场发展前景展望
- 三、2021-2027年啤酒细分行业发展前景分析

#### 第二节2021-2027年啤酒市场发展趋势预测

- 一、2021-2027年啤酒行业发展趋势
- 二、2021-2027年啤酒市场规模预测
- 三、2021-2027年细分市场发展趋势预测

#### 第三节2021-2027年中国啤酒行业供需预测

- 一、2021-2027年中国啤酒行业供给预测
- 二、2021-2027年中国啤酒行业产量预测
- 三、2021-2027年中国啤酒市场销量预测
- 四、2021-2027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2021-2027年啤酒行业投资机会与防范

### 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2021-2027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2021-2027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

## 第十三章2021-2027年啤酒行业面临的困境及对策

### 第一节2019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、2019年啤酒行业投资战略

#### 二、2021-2027年啤酒行业投资战略

#### 三、2021-2027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

#### 部分图表目录：

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：2015-2019年中国啤酒产量及增长趋势

图表：2015-2019年中国啤酒行业利润总额

图表：2015-2019年啤酒行业盈利能力

图表：2015-2019年啤酒行业运营能力

图表：2015-2019年啤酒行业偿债能力

图表：2015-2019年啤酒行业发展能力

图表：2019年啤酒业销售收入按企业规模分类

图表：2019年我国啤酒业销售收入按控股情况分类

图表：2015-2019年全国啤酒行业总产值

图表：2019年啤酒总产值排名前10个地区

图表：2015-2019年全国啤酒行业销售产值

图表：2015-2019年啤酒行业销售收入

图表：2019年各地区啤酒行业销售产值排名

图表：2015-2019年全国啤酒所属行业产销率

图表：2019年中国啤酒出口

图表：2015-2019年中国啤酒进口量

图表：2019年啤酒主要进口国情况

图表：啤酒县乡销售体系结构

图表：啤酒消费者对产品的认知过程

图表：啤酒行业餐饮娱乐终端分类

图表：2015-2019年华北啤酒销售收入

图表：2019年北京市啤酒产量分月度统计数据

图表：2019年河北啤酒产量分月度统计数据

图表：2021-2027年啤酒市场规模预测

图表：2021-2027年中国啤酒行业产量预测

图表：2021-2027年中国啤酒市场销量预测

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223623.html>