2019-2025年中国啤酒市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2019-2025年中国啤酒市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/B33827I1GP.html

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2019-06-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2019-2025年中国啤酒市场现状分析及投资前景研究报告》介绍了啤酒行业相关概述、中国啤酒产业运行环境、分析了中国啤酒行业的现状、中国啤酒行业竞争格局、对中国啤酒行业做了重点企业经营状况分析及中国啤酒产业发展前景与投资预测。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。

啤酒是以大麦芽为主要原料，大米为淀粉类辅料，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3 344kJ 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。

据博思数据发布的《2019-2025年中国啤酒市场现状分析及投资前景研究报告》表明：2019年上半年我国啤酒产量达1948.8万千升，累计增长0.8%。 指标 2019年6月 2019年5月 2019年4月 2019年3月 2019年2月 啤酒产量当期值(万千升) 440.1 363.9 292.1 309 啤酒产量累计值(万千升) 1948.8 1508.5 1128.8 846.7 539 啤酒产量同比增长(%) 4.5 -3.3 -5.6 1.2 啤酒产量累计增长(%) 0.8 -0.2 0.8 3 4.2

报告目录：

第一章 啤酒行业相关概述
1.1 啤酒简介
1.1.1 啤酒的定义
1.1.2 啤酒的典型特征
1.1.3 啤酒的原料
1.1.4 啤酒的分类
1.1.5 啤酒生产流程
1.2 啤酒工业与废水
1.2.1 啤酒工业废水污染源探究
1.2.2 啤酒工业废水的特征分析
1.2.3 啤酒工业废水污染强度分析
1.2.4 啤酒工业废水处理法介绍

第二章 2015-2017年世界啤酒行业发展分析
2.1 世界啤酒发展状况
2.1.1 2017年行业生产状况
2.1.2 2017年行业的发展
2.1.3 市场新变化分析
2.2 欧洲啤酒行业发展分析
2.2.1 欧洲各国啤酒税分析
2.2.2 丹麦
2.2.3 德国
2.2.4 意大利
2.3 亚洲啤酒行业发展概况
2.3.1 亚洲啤酒业总况
2.3.2 越南
2.3.3 韩国
2.3.4 日本
2.3.5 缅甸
2.4 美国啤酒
2.4.1 行业发展历程
2.4.2 2017年市场调研
2.4.3 2017年行业的发展
2.5 其他
2.5.1 墨西哥
2.5.2 加拿大
2.5.3 尼日利亚

第三章 2015-2017年中国啤酒行业发展分析
3.1 中国啤酒行业发展状况分析
3.1.1 行业经济运行状况
3.1.2 产业结构日趋成熟
3.1.3 产品结构深化调整
3.1.4 新常态下行业的发展

3.2 2016-2017年中国啤酒行业发展分析
3.2.1 2016年行业发展回顾
3.2.2 2017年行业发展分析
3.2.3 2017年行业运行现状
3.3 2016-2017年中国啤酒产量数据分析
3.3.1 2016-2017年全国啤酒产量趋势
2017-2018年全国啤酒当月产量及增长走势

2017-2018年全国啤酒当月累计产量及增长走势

3.3.2 2016年全国啤酒产量情况
3.3.3 2017年全国啤酒产量情况
3.3.4 2017年啤酒产量分布情况
3.3.5 2017年全国啤酒产量情况
3.4 中国麦芽酿造的啤酒进出口数据分析
3.4.1 进出口总量数据分析
3.4.2 主要贸易国进出口情况分析
3.4.3 主要省市进出口情况分析
3.5 中国啤酒行业存在的问题分析
3.5.1 产能过剩问题分析
3.5.2 行业创新难问题
3.5.3 原料对外依存严重
3.6 中国啤酒行业发展对策分析
3.6.1 市场突围策略
3.6.2 行业创新策略
3.6.3 “互联网+啤酒”解决方案
3.6.4 增强行业软实力的措施
3.6.5 中小啤企业发展建议

第四章中国啤酒制造业财务状况
4.1 中国啤酒制造行业经济规模
4.1.1 2012-2017年啤酒制造业销售规模

4.1.2 2012-2017年啤酒制造业利润规模
4.1.3 2012-2017年啤酒制造业资产规模
4.2 中国啤酒制造行业盈利能力指标分析
4.2.1 2012-2017年啤酒制造业亏损面
4.2.2 2012-2017年啤酒制造业销售毛利率
4.2.3 2012-2017年啤酒制造业成本费用利润率
4.2.4 2012-2017年啤酒制造业销售利润率
4.3 中国啤酒制造行业营运能力指标分析
4.3.1 2012-2017年啤酒制造业应收账款周转率
4.3.2 2012-2017年啤酒制造业流动资产周转率
4.3.3 2012-2017年啤酒制造业总资产周转率
4.4 中国啤酒制造行业偿债能力指标分析
4.4.1 2012-2017年啤酒制造业资产负债率
4.4.2 2012-2017年啤酒制造业利息保障倍数
4.5 中国啤酒制造行业财务状况综合评价
4.5.1 啤酒制造业财务状况综合评价
4.5.2 影响啤酒制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2015-2017年中国啤酒市场调研
5.1 中国啤酒市场总体状况
5.1.1 市场总体格局
5.1.2 市场需求分析
5.1.3 市场走向分析
5.2 城市啤酒市场
5.2.1 城市啤酒市场的特点分析
5.2.2 城市啤酒市场网络的构成
5.2.3 中国南北城市啤酒市场竞争情况
5.2.4 城市超市啤酒市场的开发策略
5.2.5 城市社区啤酒市场的开发策略
5.3 农村啤酒市场
5.3.1 农村啤酒市场的特点分析
5.3.2 农村成啤酒市场新增长点

5.3.3 国内农村啤酒市场潜力巨大
5.3.4 中西部和农村啤酒市场为增长主力
5.3.5 啤企建立乡镇网络销售体系的策略
5.3.6 啤企针对乡镇市场的促销方案介绍
5.3.7 中国农村啤酒市场的拓展策略分析
5.4 中高档啤酒市场
5.4.1 高端啤酒发展现状
5.4.2 高端啤酒市场份额分析
5.4.3 国产高端啤酒发展障碍
5.4.4 国产高端啤酒破局策略
5.5 啤酒市场消费分析
5.5.1 啤酒消费者对产品的认知过程
5.5.2 啤酒消费者的消费场所归类及特点
5.5.3 影响啤酒消费者消费选择的因素
5.5.4 啤酒消费者的惯性消费特点分析
5.5.5 中国啤酒行业消费者满意度
5.5.6 啤酒消费者的消费趋势分析
5.6 啤酒经销商分析
5.6.1 个体啤酒经销商模式
5.6.2 公司化啤酒经销商模式
5.6.3 经销商面临的主要问题
5.6.4 啤酒经销商发展重在创新
5.6.5 提高经销商素质的有效途径

第六章 2015-2017年中国啤酒区域市场调研
6.1 区域总体状况
6.1.1 区域产销规模
6.1.2 区域经营状况
6.1.3 区域品牌分布
6.2 山东
6.2.1 市场发展现状
6.2.2 市场产量分析

6.2.3 企业经营动态
6.3 广东
6.3.1 2015年产量分析
6.3.2 2017年产量分析
6.3.3 2017年产量分析
6.4 河南
6.4.1 2015年产量分析
6.4.2 2017年产量分析
6.4.3 2017年产量分析
6.5 辽宁
6.5.1 2015年产量分析
6.5.2 2017年产量分析
6.5.3 2017年产量分析
6.5.4 市场发展现状
6.6 浙江
6.6.1 2015年产量分析
6.6.2 2017年产量分析
6.6.3 2017年产量分析
6.7 其他地区
6.7.1 北京
6.7.2 温州
6.7.3 湖南
6.7.4 新疆

第七章 2015-2017年中国啤酒品牌发展分析
7.1 中国啤酒品牌的发展状况
7.1.1 中国啤酒品牌的发展阶段划分
7.1.2 中国啤酒品牌市场的发展分析
7.1.3 中国啤酒市场主要的品牌企业
7.2 中国啤酒品牌发展的市场格局
7.2.1 主要啤酒品牌国内市场份额
7.2.2 国产啤酒品牌仍占市场主导

7.2.3 洋品牌冲击国内高端啤酒市场
7.2.4 国内啤酒发力于塑造高端品牌
7.3 中国区域啤酒品牌的发展
7.3.1 中国区域强势啤酒品牌道路的可行性
7.3.2 中国区域性啤酒品牌发展情况分析
7.3.3 中国区域啤酒品牌市场的发展对策
7.4 中国啤酒行业品牌整合战略分析
7.4.1 中国啤酒行业的品牌整合模式
7.4.2 啤酒品牌整合模式的优劣分析
7.4.3 啤酒品牌整合模式的理想路径
7.4.4 制定品牌战略的考虑因素分析
7.5 中国啤酒品牌年轻化投资前景
7.5.1 市场定位年轻化
7.5.2 啤酒包装年轻化
7.5.3 促销活动年轻化
7.5.4 广告宣传年轻化
7.5.5 经典品牌年轻化
7.6 中国啤酒品牌发展中的问题
7.6.1 国产啤酒品牌受洋品牌挑战
7.6.2 中国啤酒品牌市场发展存在的障碍
7.6.3 中国高端啤酒品牌市场发展的难题
7.6.4 中国啤酒品牌的传播误点分析
7.7 中国啤酒品牌市场的投资策略及趋势
7.7.1 啤酒品牌健康投资策略
7.7.2 啤酒品牌发展和推广策略
7.7.3 雪花啤酒品牌营销策略借鉴
7.7.4 二、三线啤酒品牌的发展建议
7.7.5 中国啤酒品牌市场的发展趋势
7.7.6 中国啤酒品牌市场的发展方向

第八章 2015-2017年中国啤酒行业营销分析
8.1 中国啤酒营销总体状况

8.1.1 中国啤酒市场营销模式
8.1.2 中国啤酒营销的中国特色
8.1.3 中国啤酒市场营销现状
8.1.4 中国啤酒市场营销方向
8.2 中国啤酒文化营销分析
8.2.1 运用啤酒文化营销的原因
8.2.2 啤酒文化的内涵分析
8.2.3 解析啤酒文化与营销的有效结合
8.3 啤酒夜场营销分析
8.3.1 啤酒夜场终端分类
8.3.2 啤酒夜场市场特征
8.3.3 啤酒夜场营销策略
8.4 中国啤酒行业分众营销分析
8.4.1 中国啤酒行业分众营销概述
8.4.2 中国啤酒突破分众营销阻力
8.4.3 中国啤酒行业分众营销策略
8.5 中国啤酒品牌广告策略简析
8.5.1 中国啤酒品牌实施广告策略的状况
8.5.2 中国啤酒品牌广告策略影响因素
8.5.3 中国啤酒品牌广告策略途径探索
8.6 中国啤酒企业资源营销分析
8.6.1 营销资源构成分析
8.6.2 营销资源优劣势分析
8.6.3 资源营销策略分析
8.7 啤酒营销中存在问题分析
8.7.1 传统营销模式问题分析
8.7.2 啤酒营销渠道存在问题
8.7.3 中国啤酒品牌营销误区
8.7.4 中国啤酒企业营销误区
8.8 啤酒行业营销的策略分析
8.8.1 啤酒企业营销渠道改进
8.8.2 啤酒企业营销渠道管理

8.8.3 啤酒市场创新营销策略
8.8.4 啤酒行业深度营销策略

第九章 2015-2017年相关酒业发展状况分析
9.1 白酒
9.1.1 行业的发展阶段
9.1.2 行业发展成就
9.1.3 行业地域分布特征
9.1.4 行业竞争格局
9.1.5 2014年行业发展状况
9.1.6 2015年行业运行状况
9.1.7 2017年行业发展现状
9.1.8 行业主要问题
9.1.9 行业发展对策
9.2 葡萄酒
9.2.1 行业发展变化趋势
9.2.2 行业发展热点动态
9.2.3 市场呈现回暖态势
9.2.4 市场消费空间巨大
9.2.5 行业发展面临挑战
9.2.6 行业未来发展走向
9.3 黄酒
9.3.1 行业发展综述
9.3.2 市场发展回顾
9.3.3 行业弱势反弹
9.3.4 行业发展面临机遇
9.3.5 行业文化构建分析

第十章 2015-2017年啤酒关联产业的发展分析
10.1 中国啤酒花行业发展分析
10.1.1 中国啤酒花产业发展简况
10.1.2 中国啤酒花市场发展状况

10.1.3 中国啤酒花行业存在的问题
10.1.4 中国啤酒花行业投资策略
10.2 啤酒大麦市场的发展
10.2.1 中国啤麦产业发展状况
10.2.2 中国啤酒大麦市场发展状况
10.2.3 中国啤麦市场发展的影响因素及对策
10.3 啤酒相关的机械设备分析
10.3.1 中国啤酒饮料灌装机械业发展分析
10.3.2 中国啤酒饮料灌装机械发展现状
10.3.3 中国啤酒灌装设备产业发展迅速
10.3.4 中国小型啤酒酿造设备发展状况
10.3.5 中国啤酒装备存在的问题
10.4 啤酒包装行业调研
10.4.1 灌装啤酒与瓶装啤酒的发展趋势
10.4.2 中国啤酒干包装发展状况
10.4.3 啤酒瓶包装材料市场发展情况
10.4.4 啤酒包装制胜终端市场策略分析
10.4.5 啤酒外包装全裹标签发展模式
10.4.6 未来啤酒纸箱包装的发展走势分析

第十一章 2015-2017年中国啤酒行业竞争分析
11.1 中国啤酒竞争所面临的三大阶段
11.1.1 兼并期
11.1.2 消耗期
11.1.3 竞合期
11.2 中国啤酒行业竞争现状分析
11.2.1 中国啤酒行业的竞争格局
11.2.2 中国啤酒行业的竞争特点
11.2.3 影响啤酒行业竞争力主要因素
11.2.4 中国啤酒行业竞争力分析
11.2.5 中国啤酒行业竞争现状
11.2.6 主要城市中高端啤酒品牌竞争状况

11.3 中国啤酒行业竞争的本质分析
11.3.1 啤酒行业竞争的并购战略驱动特点
11.3.2 啤酒行业初始的规模竞争情况分析
11.3.3 渠道、产品结构和品牌竞争分析
11.3.4 持续的管理竞争和其他因素影响
11.4 国外啤酒企业在中国的竞争状况
11.4.1 国外啤酒竞争格局演变
11.4.2 国外品牌啤酒商在中国的发展状况
11.4.3 国外品牌在中国市场水土不服情况
11.4.4 国外品牌在中国高端啤酒市场竞争状况
11.4.5 中国本土啤企国际化转型状况
11.5 速度管理提高啤酒企业竞争能力
11.5.1 速度管理的定义
11.5.2 速度管理在啤酒企业运用的要点
11.5.3 啤酒企业的速度管理模式探讨
11.6 啤酒行业竞争中存在的问题及其策略
11.6.1 啤酒市场不正当竞争现象分析
11.6.2 惯性竞争思维在行业竞争中的问题
11.6.3 啤酒行业实现竞争合作的策略
11.6.4 规范啤酒市场竞争的对策探讨
11.6.5 啤酒行业竞争思维的转型
11.6.6 中小啤酒企业市场竞争策略剖析
11.7 中国啤酒行业竞争趋势
11.7.1 啤酒行业竞争发展特点分析
11.7.2 啤酒企业竞争行为的演化方向
11.7.3 中国啤酒行业竞争格局发展趋势
11.7.4 中国啤酒业竞争焦点分析
11.7.5 中国啤酒行业竞争趋势预测

第十二章 2015-2017年国际啤酒上市公司
12.1 南非米勒酿酒公司（SABMiller）
12.1.1 企业发展概况

12.1.2 2015财年公司经营状况
12.1.3 2016财年公司经营状况
12.1.4 2017财年公司经营状况
12.2 百威英博（Anheuser-Busch InBev SA/NV）
12.2.1 企业发展概况
12.2.2 2015年公司经营状况
12.2.3 2017年公司经营状况
12.2.4 2017年公司经营状况
12.3 喜力啤酒公司（Heineken N.V.）
12.3.1 企业发展概况
12.3.2 2015年公司经营状况
12.3.3 2017年公司经营状况
12.3.4 2017年公司经营状况

第十三章 2015-2017年中国啤酒重点企业经营状况分析
13.1 青岛啤酒股份有限公司
13.1.1 企业发展概况
13.1.2 经营效益分析
13.1.3 业务经营分析
13.1.4 财务状况分析
13.1.5 未来前景展望
13.2 北京燕京啤酒股份有限公司
13.2.1 企业发展概况
13.2.2 经营效益分析
13.2.3 业务经营分析
13.2.4 财务状况分析
13.2.5 未来前景展望
13.3 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司
13.3.1 企业发展概况
13.3.2 经营效益分析
13.3.3 业务经营分析
13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望
13.4 重庆啤酒股份有限公司
13.4.1 企业发展概况
13.4.2 经营效益分析
13.4.3 业务经营分析
13.4.4 财务状况分析
13.4.5 未来前景展望
13.5 新疆啤酒花股份有限公司
13.5.1 企业发展概况
13.5.2 经营效益分析
13.5.3 业务经营分析
13.5.4 财务状况分析
13.5.5 未来前景展望
13.6 广州珠江啤酒股份有限公司
13.6.1 企业发展概况
13.6.2 经营效益分析
13.6.3 业务经营分析
13.6.4 财务状况分析
13.6.5 未来前景展望
13.7 上市公司财务比较分析
13.7.1 盈利能力分析
13.7.2 成长能力分析
13.7.3 营运能力分析
13.7.4 偿债能力分析

第十四章 2019-2025年啤酒行业投资分析及未来发展预测
14.1 啤酒行业投资分析
14.1.1 未来中国啤酒行业投资潜力地区
14.1.2 未来啤酒行业投资潜力品种分析
14.2 中国啤酒行业未来发展预测
14.2.1 “互联网+”时代啤酒市场空间展望
14.2.2 中国啤酒行业发展趋势

14.2.3 啤酒工业发展将渐趋低碳化
14.3 2019-2025年中国啤酒行业预测分析
14.3.1 2019-2025年中国啤酒行业产量预测
14.3.2 2019-2025年中国啤酒行业资产总额预测
14.3.3 2019-2025年中国啤酒行业销售收入预测
14.3.4 2019-2025年中国啤酒行业利润总额预测

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：2010-2017年全球啤酒产量
图表：全球啤酒生产区域格局
图表：全球啤酒区域CR3集中度
图表：欧洲各国的啤酒税
图表：2008-2017年我国啤酒产量及增长率
图表：2008-2017年各大区啤酒市场（产量）变化
图表：2008-2017年我国啤酒业销售收入变化表
图表：2008-2017年我国啤酒业经济指标变化表
图表：2008-2017年我国啤酒业企业及工厂数量变化表
图表：2008-2017年我国啤酒业行业集中度变化图
图表：2009-2017年我国啤酒产品包装结构变化
图表：2008年和2017年啤酒产品包装结构图
图表：2008-2017年我国啤酒进口量
图表：2005-2017年我国啤酒产量增长走势图
图表：2017年我国啤酒产量月度增长状况
图表：2014-2017年全国啤酒产量趋势图

详细请访问：http://www.bosidata.com/report/B33827I1GP.html