

2017-2022年中国啤酒市场 深度分析与前景展望研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国啤酒市场深度分析与前景展望研究报告》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.abaogao.com/b/pijiu/5591657APW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

啤酒是人类最古老的酒精饮料之一，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。啤酒于二十世纪初传入中国，属外来酒种。啤酒是根据英语Beer译成中文“啤”，称其为“啤酒”，沿用至今。

啤酒以大麦芽、酒花、水为主要原料，经酵母发酵作用酿制而成的富含二氧化碳的低酒精度酒，被称为“液体面包”，是一种低浓度酒精饮料。啤酒乙醇含量最少、故喝啤酒不但不易醉人伤身、少量饮用反而对身体健康有益处。现在国际上的啤酒大部分均添加辅助原料。

有的国家规定辅助原料的用量总计不超过麦芽用量的50%。在德国，除出口啤酒外，德国国内销售啤酒一概不使用辅助原料。在2009年，亚洲的啤酒产量约5867万千升，首次超越欧洲，成为全球最大的啤酒生产地。

在中国北方米家崖考古遗址发现的陶器中保存着大约5000年前的啤酒成分考古学家在陶制漏斗和广口陶罐中发现的黄色残留物表明，在一起发酵的多种成分包括，黍米、大麦、薏米和块茎作物。

2016年6月中国啤酒产量为480.7万千升，同比下降3.6%。2016年1-6月止累计中国啤酒产量2251.6万千升，同比下降4.3%。

2016年1-6月全国啤酒产量走势

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国啤酒市场深度分析与前景展望研究报告》共九章。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1章：中国啤酒行业及市场环境发展综述 17

1.1 啤酒行业定义及分类 17

1.1.1 行业概念及定义	17
1.1.2 行业主要产品大类	17
1.2 啤酒行业统计标准	19
1.2.1 啤酒行业统计部门和统计口径	19
1.2.2 啤酒行业统计方法	19
1.2.3 啤酒行业数据种类	19
1.3 啤酒行业政策环境分析	21
1.3.1 行业相关政策分析	21
1.3.2 啤酒行业发展规划	22
1.4 啤酒行业经济环境分析	22
1.4.1 GDP增长情况	22
1.4.2 GDP与行业关联性分析	23
1.5 啤酒行业消费环境分析	24
1.5.1 城市啤酒消费环境分析	24
(1) 城市啤酒消费习惯分析	24
(2) 城市居民消费能力分析	25
1.5.2 农村啤酒市场分析	26
(1) 农村啤酒消费习惯分析	26
(2) 农村居民消费能力分析	27
第2章：啤酒行业产业链发展分析	29
2.1 啤酒行业产业链概述	29
2.2 啤酒行业产业链上游分析	29
2.2.1 啤酒大麦市场发展情况分析	30
2.2.2 啤酒辅料市场发展情况分析	30
(1) 大米市场分析	30
(2) 小麦市场分析	32
(3) 玉米市场分析	34
2.2.3 啤酒包装市场发展情况分析	36
2.3 啤酒行业产业链下游分析	38
2.3.1 零售业发展情况分析	38
2.3.2 餐饮业发展情况分析	40

2.3.3 娱乐场所发展情况分析 41

第3章：中国啤酒行业发展状况分析 44

3.1 中国啤酒行业发展状况分析 44

3.1.1 啤酒行业经营效益分析 44

3.1.2 啤酒行业盈利能力分析 44

3.1.3 啤酒行业运营能力分析 45

2015年我国啤酒行业收入增速为1.52%

3.1.4 啤酒行业偿债能力分析 45

3.1.5 啤酒行业发展能力分析 46

3.2 啤酒行业经济指标分析 46

3.2.1 啤酒行业经济指标分析 46

3.2.2 不同规模企业经济指标分析 47

3.2.3 不同性质企业经济指标分析 53

3.2.4 不同地区企业经济指标分析 62

3.3 啤酒行业供需平衡分析 74

3.3.1 全国啤酒行业供给情况分析 74

(1) 全国啤酒行业总产值分析 74

(2) 全国啤酒行业产成品分析 75

3.3.2 各地区啤酒行业供给情况分析 75

(1) 总产值排名前10个地区分析 75

(2) 产成品排名前10个地区分析 77

3.3.3 全国啤酒行业需求情况分析 78

(1) 全国啤酒行业销售产值分析 78

(2) 全国啤酒行业销售收入分析 78

3.3.4 各地区啤酒行业需求情况分析 79

(1) 销售产值排名前10个地区分析 79

(2) 销售收入排名前10个地区分析 80

3.3.5 全国啤酒行业产销率分析 81

3.4 中国啤酒行业进出口市场分析 82

3.4.1 2011-2016年啤酒行业出口市场分析 82

(1) 2011-2016年行业出口总体情况	82
2016年1-6月中国啤酒出口量	
2016年1-6月中国啤酒出金额	
(2) 2011-2016年行业出口产品结构	82
(3) 啤酒行业出口前景及建议	84
3.4.2 2011-2016年啤酒行业进口市场分析	84
(1) 2011-2016年行业进口总体情况	84
2016年1-6月中国啤酒进口量	
2016年1-6月中国啤酒进口量	
(2) 2011-2016年行业进口产品结构	85
(3) 啤酒行业进口前景及建议	87
第4章：啤酒行业市场竞争状况分析	88
4.1 国际啤酒市场发展与投资布局分析	88
4.1.1 国际啤酒市场发展状况	88
4.1.2 跨国公司在华市场投资布局	89
(1) 美国AB公司	89
(2) 丹麦嘉士伯有限公司	90
(3) 比利时英博啤酒集团	90
(4) 南非SABMiller公司	90
(5) 荷兰喜力啤酒集团	91
(6) 日本朝日啤酒集团	91
(7) 日本麒麟啤酒集团	91
4.1.3 跨国公司在华发展策略分析	92
4.2 中国啤酒市场竞争状况分析	93
4.2.1 啤酒行业市场格局分析	93
4.2.2 啤酒行业五力模型分析	94
4.2.3 啤酒行业竞争情况总结	95
4.2.4 行业投资兼并与重组整合分析	96
4.3 中国啤酒市场品牌竞争分析	98

4.3.1 一线啤酒企业品牌竞争分析 98

(1) 青岛啤酒 98

(2) 燕京啤酒 99

(3) 雪花啤酒 100

4.3.2 二线啤酒企业品牌竞争分析 101

(1) 百威啤酒 101

(2) 金威啤酒 102

(3) 珠江啤酒 103

(4) 哈尔滨啤酒 104

(5) 金星啤酒 105

(6) 雪津啤酒 105

第5章：中国啤酒行业市场发展分析 107

5.1 中国啤酒产销情况分析 107

5.1.1 啤酒产量分析 107

5.1.2 啤酒消费量分析 109

5.1.3 啤酒价格分析 110

2011-2015年我国啤酒吨酒价格走势

5.2 中国啤酒细分市场分析 110

5.2.1 外资品牌啤酒市场分析 110

5.2.2 国产品牌啤酒市场分析 112

5.2.3 中高端啤酒市场分析 113

5.2.4 低端啤酒市场分析 113

5.3 中国啤酒新品市场动向 114

5.3.1 国际啤酒市场新品动向 114

5.3.2 国内啤酒市场新品动向 115

第6章：中国啤酒行业销售渠道分析 117

6.1 啤酒行业销售渠道现状 117

6.1.1 啤酒行业商超渠道分析 117

6.1.2 啤酒行业餐饮渠道分析 119

6.1.3 啤酒行业娱乐场所渠道分析 119

- 6.2 啤酒行业销售渠道延伸与发展 120
 - 6.2.1 啤酒行业校园渠道分析 120
 - 6.2.2 啤酒行业车站/码头渠道分析 121
- 6.3 啤酒行业销售渠道创新模式 122
 - 6.3.1 啤酒销售渠道创新主要模式 122
 - 6.3.2 啤酒销售渠道创新模式应用范围 125

第7章：中国啤酒市场营销策略分析 127

- 7.1 中国城市啤酒市场营销策略分析 127
 - 7.1.1 城市啤酒市场营销情况 127
 - 7.1.2 啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端市场策略 127
 - (1) 餐饮、娱乐终端市场特点 127
 - (2) 营销策略 128
 - 7.1.3 啤酒企业开拓城市超市市场策略 130
 - (1) 超市市场特点 130
 - (2) 营销策略 131
 - 7.1.4 啤酒企业开拓城市社区市场策略 132
 - (1) 社区市场特点 132
 - (2) 营销策略 133
- 7.2 中国农村啤酒市场营销策略分析 135
 - 7.2.1 农村啤酒市场营销情况 135
 - 7.2.2 啤酒企业开拓农村市场策略 135
 - (1) 农村市场特点 135
 - (2) 营销策略 136

第8章：中国啤酒行业重点区域市场分析 138

- 8.1 行业总体区域结构特征分析 138
 - 8.1.1 行业区域结构总体特征 138
 - 8.1.2 行业区域集中度分析 141
 - 8.1.3 行业区域分布特点分析 143
 - 8.1.4 行业规模指标区域分布分析 143
 - 8.1.5 行业效益指标区域分布分析 144

- 8.1.6 行业企业数的区域分布分析 145
- 8.2 山东省啤酒行业发展分析及预测 146
 - 8.2.1 山东省啤酒行业在行业中的地位变化 146
 - 8.2.2 山东省啤酒行业经济运行状况分析 146
 - 8.2.3 山东省啤酒行业发展趋势预测 147
- 8.3 广东省啤酒行业发展分析及预测 148
 - 8.3.1 广东省啤酒行业在行业中的地位变化 148
 - 8.3.2 广东省啤酒行业经济运行状况分析 149
 - 8.3.3 广东省啤酒行业发展趋势预测 150
- 8.4 河南省啤酒行业发展分析及预测 150
 - 8.4.1 河南省啤酒行业在行业中的地位变化 150
 - 8.4.2 河南省啤酒行业经济运行状况分析 151
 - 8.4.3 河南省啤酒行业发展趋势预测 152
- 8.5 四川省啤酒行业发展分析及预测 153
 - 8.5.1 四川省啤酒行业在行业中的地位变化 153
 - 8.5.2 四川省啤酒行业经济运行状况分析 153
 - 8.5.3 四川省啤酒行业发展趋势预测 154
- 8.6 江苏省啤酒行业发展分析及预测 155
 - 8.6.1 江苏省啤酒行业在行业中的地位变化 155
 - 8.6.2 江苏省啤酒行业经济运行状况分析 155
 - 8.6.3 江苏省啤酒行业发展趋势预测 156
- 8.7 辽宁省啤酒行业发展分析及预测 157
 - 8.7.1 辽宁省啤酒行业在行业中的地位变化 157
 - 8.7.2 辽宁省啤酒行业经济运行状况分析 158
 - 8.7.3 辽宁省啤酒行业发展趋势预测 159
- 8.8 湖北省啤酒行业发展分析及预测 159
 - 8.8.1 湖北省啤酒行业在行业中的地位变化 159
 - 8.8.2 湖北省啤酒行业经济运行状况分析 160
 - 8.8.3 湖北省啤酒行业发展趋势预测 161
- 8.9 浙江省啤酒行业发展分析及预测 162
 - 8.9.1 浙江省啤酒行业在行业中的地位变化 162
 - 8.9.2 浙江省啤酒行业经济运行状况分析 162

- 8.9.3 浙江省啤酒行业发展趋势预测 163
- 8.10 北京市啤酒行业发展分析及预测 164
 - 8.10.1 北京市啤酒行业在行业中的地位变化 164
 - 8.10.2 北京市啤酒行业经济运行状况分析 164
 - 8.10.3 北京市啤酒行业发展趋势预测 166
- 8.11 福建省啤酒行业发展分析及预测 166
 - 8.11.1 福建省啤酒行业在行业中的地位变化 166
 - 8.11.2 福建省啤酒行业经济运行状况分析 167
 - 8.11.3 福建省啤酒行业发展趋势预测 168
- 8.12 黑龙江省啤酒行业发展分析及预测 168
 - 8.12.1 黑龙江省啤酒行业在行业中的地位变化 168
 - 8.12.2 黑龙江省啤酒行业经济运行状况分析 169
 - 8.12.3 黑龙江省啤酒行业发展趋势预测 170

第9章：中国啤酒行业领先企业生产经营分析 171

- 9.1 啤酒企业发展总体状况分析 171
 - 9.1.1 啤酒行业企业规模 171
 - 9.1.2 啤酒行业工业产值状况 171
 - 9.1.3 啤酒行业销售收入和利润 172
 - 9.1.4 主要啤酒企业创新能力分析 173
- 9.2 啤酒行业领先上市企业个案分析 173
 - 9.2.1 青岛啤酒股份有限公司经营情况分析 173
 - (1) 企业发展简况分析 173
 - (2) 主要经济指标分析 174
 - (3) 企业盈利能力分析 175
 - (4) 企业运营能力分析 176
 - (5) 企业偿债能力分析 177
 - (6) 企业发展能力分析 177
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 178
 - (8) 企业销售渠道与网络 178
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 179
 - (10) 企业最新发展动向分析 179

9.2.2 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析 180

- (1) 企业发展简况分析 180
- (2) 主要经济指标分析 181
- (3) 企业盈利能力分析 182
- (4) 企业运营能力分析 183
- (5) 企业偿债能力分析 183
- (6) 企业发展能力分析 184
- (7) 企业产品结构及新产品动向 184
- (8) 企业销售渠道与网络 184
- (9) 企业经营状况优劣势分析 185
- (10) 企业最新发展动向分析 186

9.2.3 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析 186

- (1) 企业发展简况分析 186
- (2) 主要经济指标分析 187
- (3) 企业盈利能力分析 188
- (4) 企业运营能力分析 189
- (5) 企业偿债能力分析 189
- (6) 企业发展能力分析 190
- (7) 企业产品结构及新产品动向 190
- (8) 企业销售渠道与网络 191
- (9) 企业经营状况优劣势分析 191
- (10) 企业最新发展动向分析 192

9.2.4 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析 192

- (1) 企业发展简况分析 192
- (2) 主要经济指标分析 193
- (3) 企业盈利能力分析 194
- (4) 企业运营能力分析 195
- (5) 企业偿债能力分析 195
- (6) 企业发展能力分析 196
- (7) 企业产品结构及新产品动向 196
- (8) 企业销售渠道与网络 197
- (9) 企业经营状况优劣势分析 197

(10) 企业投资兼并与重组分析 198

9.2.5 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析 198

(1) 企业发展简况分析 198

(2) 主要经济指标分析 199

(3) 企业盈利能力分析 199

(4) 企业运营能力分析 200

(5) 企业偿债能力分析 201

(6) 企业发展能力分析 201

(7) 企业产品结构及新产品动向 202

(8) 企业销售渠道与网络 202

(9) 企业经营状况优劣势分析 202

(10) 企业最新发展动向分析 203

9.2.6 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析 203

(1) 企业发展简况分析 203

(2) 主要经济指标分析 204

(3) 企业盈利能力分析 205

(4) 企业运营能力分析 205

(5) 企业偿债能力分析 206

(6) 企业发展能力分析 206

(7) 企业组织架构分析 207

(8) 企业产品结构及新产品动向 207

(9) 企业销售渠道与网络 208

(10) 企业经营状况优劣势分析 208

(11) 企业最新发展动向分析 209

9.2.7 新疆啤酒花股份有限公司经营情况分析 209

(1) 企业发展简况分析 209

(2) 主要经济指标分析 210

(3) 企业盈利能力分析 210

(4) 企业运营能力分析 211

(5) 企业偿债能力分析 212

(6) 企业发展能力分析 212

(7) 企业产品结构及新产品动向 213

- (8) 企业销售渠道与网络 213
- (9) 企业经营状况优劣势分析 214
- (10) 企业投资兼并与重组分析 214
- 9.3 啤酒行业领先企业个案分析 214
 - 9.3.1 华润雪花啤酒(辽宁)有限公司经营情况分析 214
 - (1) 企业发展简况分析 214
 - (2) 企业产销能力分析 215
 - (3) 企业盈利能力分析 215
 - (4) 企业运营能力分析 216
 - (5) 企业偿债能力分析 216
 - (6) 企业发展能力分析 217
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 217
 - (8) 企业销售渠道与网络 217
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 218
 - 9.3.2 英博雪津啤酒有限公司经营情况分析 218
 - (1) 企业发展简况分析 218
 - (2) 企业产销能力分析 219
 - (3) 企业盈利能力分析 219
 - (4) 企业运营能力分析 220
 - (5) 企业偿债能力分析 220
 - (6) 企业发展能力分析 221
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 221
 - (8) 企业销售渠道与网络 221
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 221
 - 9.3.3 百威(武汉)国际啤酒有限公司经营情况分析 222
 - (1) 企业发展简况分析 222
 - (2) 企业产销能力分析 222
 - (3) 企业盈利能力分析 223
 - (4) 企业运营能力分析 223
 - (5) 企业偿债能力分析 224
 - (6) 企业发展能力分析 224
 - (7) 企业销售渠道与网络 225

- (8) 企业经营状况优劣势分析 225
- 9.3.4 燕京啤酒(桂林漓泉)股份有限公司经营情况分析 225
 - (1) 企业发展简况分析 225
 - (2) 企业产销能力分析 226
 - (3) 企业盈利能力分析 226
 - (4) 企业运营能力分析 227
 - (5) 企业偿债能力分析 227
 - (6) 企业发展能力分析 228
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 228
 - (8) 企业销售渠道与网络 228
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 229
- 9.3.5 河北蓝贝酒业集团有限公司经营情况分析 229
 - (1) 企业发展简况分析 229
 - (2) 企业产销能力分析 230
 - (3) 企业盈利能力分析 230
 - (4) 企业运营能力分析 231
 - (5) 企业偿债能力分析 231
 - (6) 企业发展能力分析 232
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 232
 - (8) 企业销售渠道与网络 232
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 233

- 第10章：中国啤酒行业投资与发展前景分析 313 (ZY GXH)
 - 10.1 中国啤酒行业投资特性分析 313
 - 10.1.1 啤酒行业进入壁垒分析 313
 - 10.1.2 啤酒行业盈利模式分析 313
 - 10.1.3 啤酒行业盈利因素分析 314
 - 10.2 中国啤酒行业发展趋势与前景 315
 - 10.2.1 啤酒行业发展趋势分析 315
 - 10.2.2 啤酒行业发展前景分析 315
 - 10.3 中国啤酒行业投资/并购风险及建议 317
 - 10.3.1 啤酒行业投资风险 317

10.3.2 啤酒行业投资建议 318 (ZY GXH)

图表目录：

图表1：按色泽划分的啤酒类型 17

图表2：按生产方式划分的啤酒类型 18

图表3：啤酒的其他划分方式 18

图表4：啤酒行业相关政策列举 21

图表5：啤酒行业相关发展规划 22

图表6：2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 23

图表7：2011-2016年中国GDP增速与啤酒行业产值增速对比图（单位：%） 23

图表8：中国啤酒主要消费地区分布情况（单位：%） 24

图表9：2011-2016年中国城镇居民人均可支配收入及其实际增速（单位：元，%） 25

图表10：2011-2016年中国农村居民人均纯收入及其实际增速（单位：元，%） 27

图表11：啤酒行业产业链 29

图表12：2009-2016年中国单月啤酒大麦进口数量及平均单价（单位：美元/吨，万吨） 30

图表13：2011-2016年中国大米产量情况（单位：万吨） 31

图表14：2011-2016年国内大米零售价格（单位：元/500克） 31

图表15：2011-2016年大米进出口数量及价格（单位：万吨，美元/吨） 32

图表16：2011-2016年中国小麦产量情况（单位：万吨） 33

图表17：2011-2016年国内小麦价格（单位：元/50公斤） 33

图表18：2011-2016年中国玉米产量情况（单位：万吨） 34

图表19：2011-2016年国内玉米价格（单位：人民币/公斤） 35

图表20：2011-2016年国内玉米进出口数量及价格（单位：万吨，美元/吨） 36

图表21：玻璃瓶啤酒的优劣势分析 37

图表22：易拉罐装啤酒的优劣势分析 37

图表23：2011-2016年中国社会消费品零售总额及其增长速度（单位：亿元，%） 39

图表24：2011-2016年中国社会零售总额增速与啤酒行业收入增速对比图（单位：%） 39

图表25：2011-2016年中国住宿餐饮业收入及其增长速度（单位：亿元，%） 40

图表26：2011-2016年中国住宿餐饮业收入增速与啤酒行业收入增速对比图（单位：%） 40

图表27：啤酒娱乐场所终端按目标消费者分类 41

图表28：啤酒娱乐场所终端按档次分类 42

图表29：2010-2016年啤酒行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%） 44

图表30：2010-2015中国啤酒行业盈利能力分析（单位：%） 45

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/5591657APW.html>