

2016-2022年中国啤酒市场 前景研究与行业前景预测报告

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

《2016-2022年中国啤酒市场前景研究与行业前景预测报告》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/6684770JX7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

销量持续下滑，市场规模、营收、利润维稳，大麦价格跌幅收窄。据国家统计局数据统计，截至2015年10月，啤酒制造业主营业务收入1660亿元，同比增长1.39%，增速同比下滑2.59pcts。销量方面，2015年啤酒全年产量4716万千升，同比下降4.18%。利润方面，截至2015年10月获得利润139亿元，同比上升6.47%。啤酒行业产量继续下滑，但营收和利润保持正增长。2015年大麦价格总体趋势保持稳定，从年初同比下降18%到年末同比下降4%，跌幅收窄。2016年一季度大麦价格121.09美元/公吨，同比下滑9.52%。巨头挤压下，小啤酒厂普遍亏损，行业整合或将继续。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国啤酒市场前景研究与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了啤酒产业相关概念及发展环境，接着分析了中国啤酒行业规模及消费需求，然后对中国啤酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国啤酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国啤酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 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 啤酒工业废水处理方法介绍

第二章 2013-2016年世界啤酒行业发展分析

2.1 世界啤酒发展状况

2.1.1 2015年行业生产状况

2.1.2 2016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 2015年市场分析

2.4.3 2016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 2013-2016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 2013-2016年中国啤酒行业发展分析
 - 3.2.1 2015年行业发展回顾
 - 3.2.2 2016年行业发展分析
 - 3.2.3 2016年行业运行现状
- 3.3 2015年-2016年全国啤酒产量分析
 - 3.3.1 2013-2016年全国啤酒产量趋势
 - 3.3.2 2015年全国啤酒产量情况
 - 3.3.3 2016年全国啤酒产量情况
 - 3.3.4 2016年全国啤酒产量情况
 - 3.3.5 2016年啤酒产量分布情况
- 3.4 中国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 2011-2016年啤酒制造业销售规模
 - 4.1.2 2011-2016年啤酒制造业利润规模
 - 4.1.3 2011-2016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 2011-2016年啤酒制造业亏损面

- 4.2.2 2011-2016年啤酒制造业销售毛利率
- 4.2.3 2011-2016年啤酒制造业成本费用利润率
- 4.2.4 2011-2016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 2011-2016年啤酒制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2011-2016年啤酒制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2011-2016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 2011-2016年啤酒制造业资产负债率
 - 4.4.2 2011-2016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 2013-2016年中国啤酒市场分析

- 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 2013-2016年中国啤酒区域市场分析

- 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 2016年产量分析

6.3.3 2016年产量分析

6.4 河南

6.4.1 2015年产量分析

6.4.2 2016年产量分析

6.4.3 2016年产量分析

6.5 辽宁

6.5.1 2015年产量分析

6.5.2 2016年产量分析

6.5.3 2016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 2016年产量分析

6.6.3 2016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 2013-2016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发展战略
 - 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区分析
- 7.7 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势
 - 7.7.1 啤酒品牌健康发展策略
 - 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 2013-2016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 2013-2016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 2015年行业发展状况

9.1.6 2016年行业运行状况

9.1.7 2016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 2013-2016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 中国啤酒花行业发展策略

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 啤酒包装行业分析
 - 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 2013-2016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 中国啤酒行业竞争态势
 - 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 2013-2016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 2013财年公司经营状况
 - 12.1.3 2014财年公司经营状况
 - 12.1.4 2015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 2016年公司经营状况
- 12.2.4 2016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 2016年公司经营状况
- 12.3.4 2016年公司经营状况

第十三章 2013-2016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 2016-2022年啤酒行业投资分析及未来发展预测（ZY CW）

- 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 2016-2022年中国啤酒行业预测分析
 - 14.3.1 2016-2022年中国啤酒行业产量预测
 - 14.3.2 2016-2022年中国啤酒行业资产总额预测

14.3.3 2016-2022年中国啤酒行业销售收入预测

14.3.4 2016-2022年中国啤酒行业利润总额预测

附录：

附录一：啤酒生产许可证审查细则

附录二：酒类商品零售经营管理规范

附录三：酒类商品批发经营管理规范

附录四：酒类流通管理办法（修订）（征求意见稿）

图表目录：

图表1 日本某啤酒厂生产废水水量和水质状况表

图表2 日本某啤酒厂各生产工段废水成分

图表3 制麦厂废水的污染强度

图表4 啤酒污染物来源

图表5 氧化塘法废水处理效果

图表6 2010-2015年全球啤酒产量

图表7 全球啤酒生产区域格局

图表8 全球啤酒区域CR3集中度

图表9 欧洲各国的啤酒税

图表10 2008-2015年我国啤酒产量及增长率

图表11 2008-2015年各大区啤酒市场（产量）变化

图表12 2008-2015年我国啤酒业销售收入变化表

图表13 2008-2015年我国啤酒业经济指标变化表

图表14 2008-2014年我国啤酒业企业及工厂数量变化表

图表15 2008-2015年我国啤酒业行业集中度变化图

图表16 2008-2014年我国啤酒产品包装结构变化

图表17 2007年和2014年啤酒产品包装结构图

图表18 2008-2015年我国啤酒进口量

图表19 2004-2014年我国啤酒产量增长走势图

图表20 2014年我国啤酒产量月度增长状况

图表21 2013-2015年全国啤酒产量趋势图

图表22 2014年全国啤酒产量数据

- 图表23 2014年主要省份啤酒产量占全国产量比重情况
- 图表24 2015年全国啤酒产量数据
- 图表25 2015年主要省份啤酒产量占全国产量比重情况
- 图表26 2015年全国啤酒产量数据
- 图表27 2015年主要省份啤酒产量占全国产量比重情况
- 图表28 2015年啤酒产量集中程度示意图
- 图表29 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒进口分析
- 图表30 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒出口分析
- 图表31 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒贸易现状分析
- 图表32 2013-2015年中国麦芽酿造的啤酒贸易顺逆差分析
- 图表33 2014年主要贸易国麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况
- 图表34 2015年主要贸易国麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况
- 图表35 2015年主要贸易国麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况
- 图表36 2014年主要贸易国麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况
- 图表37 2015年主要贸易国麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况
- 图表38 2015年主要贸易国麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况
- 图表39 2014年主要省市麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况
- 图表40 2015年主要省市麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况
- 图表41 2015年主要省市麦芽酿造的啤酒进口量及进口额情况
- 图表42 2014年主要省市麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况
- 图表43 2015年主要省市麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况
- 图表44 2015年主要省市麦芽酿造的啤酒出口量及出口额情况
- 图表45 2011-2015年啤酒制造业销售收入
- 图表46 2011-2015年啤酒制造业销售收入增长趋势图
- 图表47 2011-2015年啤酒制造业利润总额
- 图表48 2011-2015年啤酒制造业利润总额增长趋势图
- 图表49 2011-2015年啤酒制造业资产总额
- 图表50 2011-2015年啤酒制造业总资产增长趋势图
- 图表51 2011-2015年啤酒制造业亏损面
- 图表52 2011-2015年啤酒制造业亏损企业亏损总额
- 图表53 2011-2015年啤酒制造业销售毛利率趋势图
- 图表54 2011-2015年啤酒制造业成本费用率

- 图表55 2011-2015年啤酒制造业成本费用利润率趋势图
- 图表56 2011-2015年啤酒制造业销售利润率趋势图
- 图表57 2011-2015年啤酒制造业应收账款周转率对比图
- 图表58 2011-2015年啤酒制造业流动资产周转率对比图
- 图表59 2011-2015年啤酒制造业总资产周转率对比图
- 图表60 2011-2015年啤酒制造业资产负债率对比图
- 图表61 2011-2015年啤酒制造业利息保障倍数对比图
- 图表62 不同年龄段消费者的品牌购买倾向比例
- 图表63 啤酒消费者对产品的认识过程
- 图表64 啤酒消费场所归类及特点
- 图表65 中国不同地域啤酒消费者口味偏好坐标图
- 图表66 中国啤酒行业满意度指数
- 图表67 中国啤酒行业感知质量指数
- 图表68 中国啤酒行业消费信心指数
- 图表69 中国啤酒行业各品牌感知质量指数
- 图表70 我国人均啤酒年摄入酒精量预测
- 图表71 啤酒主要消费群体
- 图表72 2015年全国各地区啤酒产销量及变化情况
- 图表73 2015年全国各省市啤酒产销量及变化情况
- 图表74 2015年啤酒行业各地区利润水平情况
- 图表75 中国啤酒市场品牌分布情况
- 图表76 2014年山东省啤酒产量数据
- 图表77 2015年山东省啤酒产量数据
- 图表78 2015年山东省啤酒产量数据
- 图表79 2014年广东省啤酒产量数据
- 图表80 2015年广东省啤酒产量数据
- 图表81 2015年广东省啤酒产量数据
- 图表82 2014年河南省啤酒产量数据
- 图表83 2015年河南省啤酒产量数据
- 图表84 2015年河南省啤酒产量数据
- 图表85 2014年辽宁省啤酒产量数据
- 图表86 2015年辽宁省啤酒产量数据

- 图表87 2015年辽宁省啤酒产量数据
- 图表88 2014年浙江省啤酒产量数据
- 图表89 2015年浙江省啤酒产量数据
- 图表90 2015年浙江省啤酒产量数据
- 图表91 2015年五大啤酒品牌市场份额
- 图表92 品牌金字塔
- 图表93 2015年酒行业主要酒种销售收入增长情况
- 图表94 2015年我国啤酒业销售收入按控股情况分类比值表
- 图表95 2015年我国啤酒业销售收入按企业规模分类比值表
- 图表96 中国啤酒品牌地形图
- 图表97 2015年全国白酒批发价格同比、环比指数
- 图表98 2015年全国白酒价格、全国名酒价格定基指数
- 图表99 2015年全国地方酒同比、环比指数
- 图表100 2015年全国基酒批发价格同比、环比、定基指数
- 图表101 2015年全国及四川白酒批发价格同比指数
- 图表102 2015年全国名酒与泸州名酒同比指数
- 图表103 2015年主要进口来源国瓶装葡萄酒均价
- 图表104 2011-2015年主要进口来源国瓶装葡萄酒历年价格趋势
- 图表105 啤酒及饮料罐装机械行业市场总额变化
- 图表106 啤酒包装采用的全裹标签
- 图表107 国内啤酒市场品牌竞争格局
- 图表108 华润、青岛啤酒、百威英博、燕京啤酒产业格局
- 图表109 成熟啤酒市场集中度比较
- 图表110 地域间的啤酒品牌喜爱程度对比
- 图表111 各个年龄层的啤酒品牌喜爱程度
- 图表112 各个收入层的啤酒品牌喜爱程度
- 图表113 青岛啤酒高端产品占比
- 图表114 青岛啤酒高端产品毛利率
- 图表115 燕京啤酒西部地区布局状况
- 图表116 燕京啤酒市场占有率及单省消费占全国比重
- 图表117 各品牌啤酒中高端产品市场空间
- 图表118 各品牌啤酒吨酒价值

- 图表119 雪花啤酒近20年成长经历阶段
- 图表120 2007-2012年中国三大啤酒品牌的市场布局情况
- 图表121 雪花啤酒产能基地布局
- 图表122 啤酒企业的速度管理模式
- 图表123 各地区人均啤酒消费量增长趋势
- 图表124 2002-2018年啤酒行业RTD复合增长率
- 图表125 各种女性酒类消费占比
- 图表126 各大品牌巨头高端品牌占比
- 图表127 2012-2013财年南非米勒酿酒公司综合收益表
- 图表128 2012-2013财年南非米勒酿酒公司收入分地区资料
- 图表129 2014-2015财年南非米勒酿酒公司综合收益表
- 图表130 2014-2015财年南非米勒酿酒公司收入分地区资料
- 图表131 2014-2015财年南非米勒酿酒公司综合收益表
- 图表132 2013-2015年百威英博综合收益表
- 图表133 2013-2015年百威英博综合收益表
- 图表134 2014-2015年百威英博综合收益表
- 图表135 2013-2015年喜力公司综合收益表
- 图表136 2013-2015年喜力公司收入分地区资料
- 图表137 2013-2015年喜力公司综合收益表
- 图表138 2015年喜力公司收入分地区资料
- 图表139 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表140 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表141 2015年青岛啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表142 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司现金流量
- 图表143 2015年青岛啤酒股份有限公司现金流量
- 图表144 2015年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表145 2015年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入分地区
- 图表146 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司成长能力
- 图表147 2015年青岛啤酒股份有限公司成长能力
- 图表148 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表149 2015年青岛啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表150 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力

- 图表151 2015年青岛啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表152 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司运营能力
- 图表153 2015年青岛啤酒股份有限公司运营能力
- 图表154 2013-2015年青岛啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表155 2015年青岛啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表156 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表157 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表158 2015年北京燕京啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表159 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量
- 图表160 2015年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量
- 图表161 2015年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区
- 图表162 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司成长能力
- 图表163 2015年北京燕京啤酒股份有限公司成长能力
- 图表164 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表165 2015年北京燕京啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表166 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表167 2015年北京燕京啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表168 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司运营能力
- 图表169 2015年北京燕京啤酒股份有限公司运营能力
- 图表170 2013-2015年北京燕京啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表171 2015年北京燕京啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表172 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表173 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表174 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表175 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司现金流量
- 图表176 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司现金流量
- 图表177 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表178 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务收入分地区
- 图表179 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司成长能力
- 图表180 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司成长能力
- 图表181 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表182 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司短期偿债能力

- 图表183 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表184 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表185 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司运营能力
- 图表186 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司运营能力
- 图表187 2013-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表188 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表189 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司总资产和净资产
- 图表190 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表191 2015年重庆啤酒股份有限公司营业收入和净利润
- 图表192 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司现金流量
- 图表193 2015年重庆啤酒股份有限公司现金流量
- 图表194 2015年重庆啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表195 2015年重庆啤酒股份有限公司主营业务收入分地区
- 图表196 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司成长能力
- 图表197 2015年重庆啤酒股份有限公司成长能力
- 图表198 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表199 2015年重庆啤酒股份有限公司短期偿债能力
- 图表200 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表201 2015年重庆啤酒股份有限公司长期偿债能力
- 图表202 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司运营能力
- 图表203 2015年重庆啤酒股份有限公司运营能力
- 图表204 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表205 2015年重庆啤酒股份有限公司盈利能力
- 图表206 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司总资产和净资产
- 图表207 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司营业收入和净利润
- 图表208 2015年新疆啤酒花股份有限公司营业收入和净利润
- 图表209 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司现金流量
- 图表210 2015年新疆啤酒花股份有限公司现金流量
- 图表211 2015年新疆啤酒花股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表212 2015年新疆啤酒花股份有限公司主营业务收入分地区
- 图表213 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司成长能力
- 图表214 2015年新疆啤酒花股份有限公司成长能力

图表215 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司短期偿债能力
图表216 2015年新疆啤酒花股份有限公司短期偿债能力
图表217 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司长期偿债能力
图表218 2015年新疆啤酒花股份有限公司长期偿债能力
图表219 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司运营能力
图表220 2015年新疆啤酒花股份有限公司运营能力
图表221 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司盈利能力
图表222 2015年新疆啤酒花股份有限公司盈利能力
图表223 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司总资产和净资产
图表224 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司营业收入和净利润
图表225 2015年广州珠江啤酒股份有限公司营业收入和净利润
图表226 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司现金流量
图表227 2015年广州珠江啤酒股份有限公司现金流量
图表228 2015年广州珠江啤酒股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区
图表229 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司成长能力
图表230 2015年广州珠江啤酒股份有限公司成长能力
图表231 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司短期偿债能力
图表232 2015年广州珠江啤酒股份有限公司短期偿债能力
图表233 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司长期偿债能力
图表234 2015年广州珠江啤酒股份有限公司长期偿债能力
图表235 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司运营能力
图表236 2015年广州珠江啤酒股份有限公司运营能力
图表237 2013-2015年广州珠江啤酒股份有限公司盈利能力
图表238 2015年广州珠江啤酒股份有限公司盈利能力
图表239 2015年啤酒行业上市公司盈利能力指标分析
图表240 2015年啤酒行业上市公司盈利能力指标分析
图表241 2014年啤酒行业上市公司盈利能力指标分析
图表242 2015年啤酒行业上市公司成长能力指标分析
图表243 2015年啤酒行业上市公司成长能力指标分析
图表244 2014年啤酒行业上市公司成长能力指标分析
图表245 2015年啤酒行业上市公司营运能力指标分析
图表246 2015年啤酒行业上市公司营运能力指标分析

- 图表247 2014年啤酒行业上市公司营运能力指标分析
- 图表248 2015年啤酒行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表249 2015年啤酒行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表250 2014年啤酒行业上市公司偿债能力指标分析
- 图表251 2016-2022年中国啤酒行业产量预测
- 图表252 2016-2022年中国啤酒行业资产总额预测
- 图表253 2016-2022年中国啤酒行业销售收入预测
- 图表254 2016-2022年中国啤酒行业利润总额预测
- 图表255 啤酒产品质量检验项目表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/6684770JX7.html>