

2016-2022年中国啤酒行业 前景研究与投资潜力分析报告

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年中国啤酒行业前景研究与投资潜力分析报告》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/883827VV2E.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

前言

自2003年起，中国啤酒产销量就是世界第一，并保持连续增长。但从2014年开始，啤酒产销量增速纷纷下滑。相关数据显示：2014年，中国啤酒产业年产量达到4921.9万千升，同比下降0.96%，这是24年来中国啤酒产量首次出现年度负增长。

2014年中国啤酒行业销量494亿升，占全球销量的26%左右，二十多年来首次出现负增长。我们分析其中原因，认为有两点，其一，中国人均消费啤酒量已经不低，达37.4升/人，即人均消费500ML标准瓶75瓶。其二，中国反腐高端白酒自2012年开始深度调整，啤酒虽然不属于高端消费，但也受反腐和经济影响。

本啤酒行业研究报告共十章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国啤酒行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据研究中心报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国啤酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国啤酒行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国啤酒行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章啤酒行业相关概述

第一节啤酒行业发展概述

第二节啤酒行业发展特征

第三节啤酒行业经营模式分析

第四节啤酒行业生命周期分析

第二章2014年中国啤酒行业发展环境分析

第一节2014年中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、居民消费价格变化分析

第二节中国啤酒行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、产业相关政策影响

第三节中国啤酒行业社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、城镇化进程趋势分析

三、城乡居民收入增长分析

第三章2012-2013年中国啤酒市场规模分析

第一节中国啤酒市场销售情况分析

一、2011-2015年中国啤酒零售量分析

二、2016-2022年中国啤酒零售量预测

第二节中国啤酒市场规模分析

一、2011-2015年中国啤酒零售额分析

二、2016-2022年中国啤酒零售额预测

第四章2011-2015年中国啤酒细分产品市场分析

一、2011-2015年产品A零售规模分析

二、2011-2015年产品B零售规模分析

三、2011-2015年产品C零售规模分析

四、2011-2015年产品B零售规模分析

五、2011-2015年产品C零售规模分析

第五章2014-2015年度啤酒重点品牌市场份额（以零售额计算）

一、品牌1市场份额分析

- 二、品牌2市场份额分析
- 三、品牌3市场份额分析
- 四、品牌4市场份额分析
- 五、品牌5市场份额分析

第六章2014-2015年度啤酒重点企业市场份额（以零售额计算）

- 一、企业1市场份额分析
- 二、企业2市场份额分析
- 三、企业3市场份额分析
- 四、企业4市场份额分析
- 五、企业5市场份额分析

第七章中国啤酒市场营销策略与趋势分析

第一节啤酒产品开发与定位策略

- 一、产品组合策略
- 二、产品生命周期
- 三、新产品开发策略
- 四、产品包装决策
- 五、产品线扩展策略

第二节啤酒品牌宣传推广策略分析

- 一、消费者互动的推广
- 二、新闻广告品牌推广
- 三、事件营销品牌推广
- 四、网络营销品牌推广
- 五、活动赞助品牌推广
- 六、口碑传播品牌推广

第三节啤酒企业销售促进策略分析

- 一、特价折扣促销策略
- 二、赠品礼品促销策略
- 三、购物返券促销策略
- 四、购物抽奖促销策略
- 五、现场演示促销策略

七、消费卡促销策略分析

第四节啤酒企业营销发展趋势分析

一、战略营销

二、精确营销

三、体验营销

四、服务营销

五、网络营销

第八章中国啤酒重点企业竞争力分析

第一节企业一

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第六节企业六

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第七节企业七

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第八节企业八

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第九章2016-2022年中国啤酒行业发展趋势与前景分析

第一节2016-2022年中国啤酒行业投资前景分析

一、啤酒行业发展前景

二、啤酒发展趋势分析

三、啤酒市场前景分析

第二节2016-2022年中国啤酒行业投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、原料市场风险
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第三节2016-2022年中国啤酒行业投资策略及建议（ZYCSM）

第十章啤酒行业商业模式构建与创新策略

第一节啤酒行业商业模式构建分析

- 一、商业定位分析
- 二、客户价值挖掘
- 三、业务系统建立
- 四、盈利模式设计
- 五、资源能力整合
- 六、财务结构设计
- 七、商业价值实现

第二节啤酒行业商业模式成功要素分析

- 一、产品质量控制
- 二、差异化的管理
- 三、技术创新分析
- 四、品牌发展战略

第三节啤酒行业商业模式创新路径分析

- 一、企业重新定位
- 二、挖掘企业潜能
- 三、重整产业链条
- 四、重建价值网络
- 五、创新盈利模式
- 六、提升学习能力

第四节啤酒行业商业模式创新战略分析

- 一、价值链创新战略分析
- 二、供应链体系创新战略

图表目录：

图表2011-2015年中国啤酒零售量 (Volume) 变化趋势图

图表2016-2022年中国啤酒零售量 (Volume) 预测趋势图

图表2011-2015年中国啤酒零售额 (Value) 变化趋势图

图表2016-2022年中国啤酒零售额 (Value) 预测趋势图

图表2014-2015年度中国啤酒重点企业市场份额统计

图表2014-2015年度中国啤酒重点品牌市场份额统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/883827VV2E.html>