

2020-2026年中国互联网+ 啤酒市场现状调研及投资发展战略研究报告

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

《2020-2026年中国互联网+啤酒市场现状调研及投资发展战略研究报告》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/D04382NT2V.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

啤酒作为继水和茶之后的第三大饮料，在世界范围内享有广泛的市场消费基础。我国啤酒行业自二十世纪刚刚传入后，也曾一度迎来增长爆发期，产量快速增加。然而，自2013年我国啤酒产量达到5061.6万千升的顶点之后，我国啤酒市场的消费需求量达到顶点，啤酒产量开始见顶回落。至2017年，啤酒产量跌至4401.5万千升。2013-2018年中国啤酒产量及增长走势

随着消费升级和我国消费者群体构成、消费口味、观念的变化，我国啤酒市场消费结构也随之改变，低端淡啤的市场份额在逐年下降，而中高端啤酒的市场的市场份额则在快速增长。据统计，中国中高档啤酒（终端统计价格7元及以上/L）占比已从2011年的38.4%提升至2017年的60.9%。未来在消费者中高档消费偏好加速，以及啤酒产商主推下，预计中高档啤酒的占比仍将进一步提升。2011-2018年中国啤酒市场份额 智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国互联网+啤酒市场现状调研及投资发展战略研究报告》共七章。首先介绍了中国互联网+啤酒行业市场发展环境、互联网+啤酒整体运行态势等，接着分析了中国互联网+啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+啤酒市场竞争格局。随后，报告对互联网+啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+啤酒产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+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 中国互联网+啤酒行业概述

1.1 “互联网+啤酒”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

（1）“互联网+”的提出

（2）“互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+啤酒”行业的内涵

1.2 中国互联网+啤酒行业发展背景

1.2.1 中国互联网+啤酒行业政策背景分析

（1）行业管理体制分析

（2）行业发展规划分析

(3) 行业政策动向分析

(4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+啤酒行业经济背景分析

(1) 宏观经济环境分析

(2) 关联产业发展背景

1) 中国电子商务发展状况分析2008-2018年中国电子商务交易规模走势

2) 中国大数据产业发展状况分析

3) 中国互联网产业发展状况分析

4) 关联产业发展对行业的影响

1.2.3 中国互联网+啤酒行业技术背景分析

(1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析

(2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析

(3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析

(4) 互联网相关技术对行业的影响总结

第二章 中国互联网+啤酒所属行业运行现状及市场前景分析

2.1 中国互联网+啤酒行业市场发展阶段分析

2.1.1 互联网+啤酒行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+啤酒行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给啤酒行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代啤酒行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给啤酒行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给啤酒行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+啤酒行业融合创新机会分析

2.3 中国互联网+啤酒行业市场发展现状分析

2.3.1 中国互联网+啤酒行业投资布局分析

(1) 中国互联网+啤酒行业投资切入方式

(2) 中国互联网+啤酒行业投资规模分析

(3) 中国互联网+啤酒行业投资业务布局

2.3.2 啤酒行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+啤酒行业市场规模分析

2.3.4 中国互联网+啤酒行业竞争格局分析

- (1) 中国互联网+啤酒行业参与者结构
- (2) 中国互联网+啤酒行业竞争者类型
- (3) 中国互联网+啤酒行业市场占有率
- 2.4 中国互联网+啤酒行业市场发展前景分析
 - 2.4.1 中国互联网+啤酒行业市场增长动力分析
 - 2.4.2 中国互联网+啤酒行业市场发展瓶颈剖析
 - 2.4.3 中国互联网+啤酒行业市场发展趋势分析
- 2.5 中国啤酒行业电商发展现状及前景预测
 - 2.5.1 中国啤酒行业电商总体开展情况
 - 2.5.2 中国啤酒行业电商交易规模分析
 - 2.5.3 中国啤酒行业电商产品/服务品类
 - 2.5.4 中国啤酒行业电商盈利情况分析
 - 2.5.5 中国啤酒行业电商市场现存问题
 - 2.5.6 中国啤酒行业电商市场趋势分析
 - 2.5.7 中国啤酒行业电商市场规模预测

第三章 中国互联网+啤酒所属行业商业模式创新策略

- 3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍
 - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
- 3.2 中国互联网+啤酒行业市场定位创新分析
 - 3.2.1 中国啤酒行业消费者特征分析
 - 3.2.2 中国啤酒行业企业主流的市场定位分析
 - 3.2.3 互联网对啤酒行业市场定位的变革分析
 - 3.2.4 互联网下啤酒行业市场定位优秀案例分析
- 3.3 中国互联网+啤酒行业价值主张创新分析
 - 3.3.1 中国啤酒行业主要的客户价值主张要素分析
 - 3.3.2 互联网+啤酒行业价值主张创新策略分析
 - (1) 啤酒行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
 - (2) 啤酒行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - (3) 啤酒行业企业如何利用互联网节约客户成本
 - 3.3.3 互联网+啤酒行业价值主张创新优秀案例

- 3.4 中国互联网+啤酒行业渠道通路创新分析
 - 3.4.1 中国啤酒行业渠道通路的主要类别及特点分析
 - (1) 价值传递通路的定义及特点
 - (2) 产品销售渠道的定义及特点
 - (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
 - (4) 互联网对渠道通路的改造分析
 - 3.4.2 互联网对啤酒行业渠道通路的颠覆性变革分析
 - 3.4.3 互联网+啤酒行业网络媒体广告宣传策略分析
 - 3.4.4 互联网+啤酒行业电商渠道构建策略分析
 - 3.4.5 互联网+啤酒行业渠道通路创新优秀案例
- 3.5 中国互联网+啤酒行业客户关系创新分析
 - 3.5.1 中国啤酒行业客户关系的类别及关系成本分析
 - (1) 啤酒行业客户关系的类别分析
 - (2) 啤酒行业客户关系成本分析
 - 3.5.2 中国互联网+啤酒行业客户关系创新路径分析
 - 3.5.3 中国互联网+啤酒行业客户关系创新优秀案例
- 3.6 中国互联网+啤酒行业收入来源创新分析
 - 3.6.1 中国啤酒行业收入的主要来源渠道及特点
 - 3.6.1 中国互联网+啤酒行业收入来源的创新分析
 - 3.6.3 中国互联网+啤酒行业收入来源创新优秀案例
- 3.7 中国互联网+啤酒行业合作伙伴创新分析
 - 3.7.1 中国啤酒行业主要的合作伙伴及其特点分析
 - 3.7.2 互联网如何改变啤酒行业合作伙伴结构
 - 3.7.3 互联网下啤酒行业新增合作伙伴的特点
 - 3.7.4 互联网下啤酒行业新增合作伙伴优秀案例
- 3.8 中国互联网+啤酒行业成本机构优化分析
 - 3.8.1 中国啤酒行业主要成本结构及特点分析
 - 3.8.2 互联网如何改变啤酒行业成本结构
 - 3.8.3 互联网下啤酒行业成本结构的优化路径
 - 3.8.4 互联网下啤酒行业成本结构优化优秀案例
- 3.9.1 国外互联网+啤酒行业商业模式优秀案例剖析
 - (1) 案例一

- 1) 基本信息分析
- 2) 经营情况分析
- 3) 盈利模式分析
- 4) 商业模式评价

(2) 案例二

- 1) 基本信息分析
- 2) 经营情况分析
- 3) 盈利模式分析
- 4) 商业模式评价

(3) 案例三

- 1) 基本信息分析
- 2) 经营情况分析
- 3) 盈利模式分析
- 4) 商业模式评价

第四章 中国啤酒行业企业电商发展战略及运行模式选择

4.1 中国啤酒行业企业电商战略规划分析

4.1.1 啤酒企业电商如何正确定位

4.1.2 啤酒电商核心业务确定策略

4.1.3 啤酒企业电商化组织变革策略

4.2 中国啤酒行业典型电商发展模式总体分析

4.2.1 中国电子商务主流模式分析

4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析

(1) B2B电商模式的特点

(2) B2B电商模式的适用范围

(3) B2B电商模式的优秀案例

(4) B2B电商模式的优劣势

4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

(1) B2C电商模式的特点

(2) B2C电商模式的适用范围

(3) B2C电商模式的优秀案例

(4) B2C电商模式的优劣势

4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

4.2.6 中国啤酒行业最优电商模式的选择

4.3 中国啤酒行业企业电商切入模式及发展路径

4.3.1 模式一

- (1) 特点及优劣势
- (2) 业务布局分析
- (3) 渠道通路分析
- (4) 收入来源分析
- (5) 关键资源能力分析
- (6) 经营风险分析
- (7) 优秀案例分析

4.3.2 模式二

- (1) 特点及优劣势
- (2) 业务布局分析
- (3) 渠道通路分析
- (4) 收入来源分析
- (5) 关键资源能力分析
- (6) 经营风险分析
- (7) 优秀案例分析

4.3.3 模式三

- (1) 特点及优劣势
- (2) 业务布局分析
- (3) 渠道通路分析

(4) 收入来源分析

(5) 关键资源能力分析

(6) 经营风险分析

(7) 优秀案例分析

4.4 中国啤酒行业移动电商切入路径及典型产品

4.4.1 中国啤酒行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网前景预测

4.4.2 中国啤酒行业移动电商市场发展现状

4.4.3 中国啤酒行业移动电商市场切入路径

4.4.4 中国啤酒行业移动电商典型产品形式

4.4.5 中国啤酒行业移动电商发展趋势及前景

第五章 中国互联网+啤酒商业模式创新优秀案例深度剖析

5.1 案例一

5.1.1 基本信息分析

5.1.2 经营情况分析

5.1.3 产品/服务分析

5.1.4 盈利模式分析

5.1.5 渠道通路分析

5.1.6 合作伙伴分析

5.1.7 融资情况分析

5.1.8 商业模式评价

5.2 案例二

5.2.1 基本信息分析

5.2.2 经营情况分析

5.2.3 产品/服务分析

5.2.4 盈利模式分析

5.2.5 渠道通路分析

5.2.6 合作伙伴分析

5.2.7 融资情况分析

- 5.2.8 商业模式评价
- 5.3 案例三
 - 5.3.1 基本信息分析
 - 5.3.2 经营情况分析
 - 5.3.3 产品/服务分析
 - 5.3.4 盈利模式分析
 - 5.3.5 渠道通路分析
 - 5.3.6 合作伙伴分析
 - 5.3.7 融资情况分析
 - 5.3.8 商业模式评价
- 5.4 案例四
 - 5.4.1 基本信息分析
 - 5.4.2 经营情况分析
 - 5.4.3 产品/服务分析
 - 5.4.4 盈利模式分析
 - 5.4.5 渠道通路分析
 - 5.4.6 合作伙伴分析
 - 5.4.7 融资情况分析
 - 5.4.8 商业模式评价
- 5.5 案例五
 - 5.5.1 基本信息分析
 - 5.5.2 经营情况分析
 - 5.5.3 产品/服务分析
 - 5.5.4 盈利模式分析
 - 5.5.5 渠道通路分析
 - 5.5.6 合作伙伴分析
 - 5.5.7 融资情况分析
 - 5.5.8 商业模式评价

第六章 中国大型企业互联网+啤酒企业经营策略及投资布局分析

- 6.1 大型互联网企业“互联网+啤酒”投资布局
 - 6.1.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+啤酒投资布局
- (4) 企业互联网+啤酒产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

6.1.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+啤酒投资布局
- (4) 企业互联网+啤酒产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

6.1.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+啤酒投资布局
- (4) 企业互联网+啤酒产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

第七章 中国互联网+啤酒行业市场投融资机会及投资建议 ()

7.1 中国互联网+啤酒行业投资特性及风险

7.1.1 互联网+啤酒行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 市场壁垒

7.1.2 互联网+啤酒行业投资特性分析

7.1.3 互联网+啤酒行业投资风险分析

7.2 中国互联网+啤酒行业投融资现状及趋势

7.2.1 中国互联网+啤酒行业投资现状及趋势

- (1) 中国互联网+啤酒行业投资主体结构
- (2) 各投资主体核心资源分析
- (3) 各投资主体投资方式分析
- (4) 各投资主体投资规模分析

(5) 主要投资事件分析

(6) 各投资主体投资趋势分析 ()

7.2.2 中国互联网+啤酒行业融资现状及趋势

(1) 中国互联网+啤酒行业融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

(3) 各融资主体融资方式分析

(4) 各融资主体融资规模分析

(5) 主要融资事件及用途

(6) 各融资主体融资趋势分析

7.3 中国互联网+啤酒行业投资机会及投资建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/D04382NT2V.html>