

2017-2022年中国啤酒市场 全景调查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

《2017-2022年中国啤酒市场全景调查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/J68941VW6N.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

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。

目前国内啤酒行业品牌经过多年不断角逐早已跑出几个顶端品牌，多年的积累不论是政府关系，渠道认知还是资金链都不可绕过去。啤酒市场还是以青岛为首，其他品牌群雄并据的竞争情况。通过对全国大型零售企业的月度、年度市场销售数据监测，2015年度中国啤酒十大品牌排名如下：

品牌名称	市场综合占有率 (%)	市场销售份额 (%)	市场覆盖面 (%)	青岛	25.7
雪花	48.48	10.51	9.27	11.58	7.74
哈尔滨	7.27	8.1	6.72	蓝带	5.97
百威	5.91	2.95	7.88	凯撒	3.82
瓦伦丁	2.77	2.33	3.07	喜力	1.59
燕京	3.78	2.22	4.82	崂山	3.55
丁	2.77	2.33	3.07	喜力	1.59
瓦伦丁	2.77	2.33	3.07	喜力	1.59
瓦伦丁	2.77	2.33	3.07	喜力	1.59

2015年中国啤酒十大品牌市场占有率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国啤酒市场全景调查与投资潜力分析报告》共十五章。首先介绍了啤酒相关概念及发展环境，接着分析了中国啤酒规模及消费需求，然后对中国啤酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国啤酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国啤酒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 2014-2016年世界啤酒行业运行状况分析

第一节 2014-2016年世界啤酒产业运行概况

- 一、全球经济现状对啤酒业的影响分析
- 二、世界啤酒兼并与重组对中国的影响
- 三、全球啤酒制造业巨头抢进中国市场

第二节 2014-2016年世界啤酒市场运行探析

- 一、世界啤酒生产量统计
- 二、世界品牌啤酒消费情况
- 三、啤酒消费量增长全球酒花紧缺
- 四、世界啤酒新产品市场运行分析
- 五、世界啤酒贸易动态分析

第三节 2017-2022年世界啤酒行业发展趋势分析

第二章 2014-2016年世界主要地区及国家啤酒行业运营情况分析

第一节 欧洲

- 一、欧洲啤酒市场销售情况
- 二、啤酒价格波动及影响分析

第二节 美国啤酒

- 一、美国啤酒生产与消费
- 二、美国啤酒包装探讨
- 三、美国啤酒酿造商承受涨价压力

第三节 其他国家

- 一、日本啤酒出货量分析
- 二、加拿大啤酒业发展状况
- 三、墨西哥啤酒的发展概况
- 四、香港啤酒商反对取消啤酒税
- 五、德国开发健康啤酒抢攻女性市场

第三章 2014-2016年中国啤酒产业市场运行环境解析

第一节 2014-2016年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

自改革开放以来，中国国民经济快速增长。2001年后，中国经济进入了新一轮的增长周期。国民经济总体呈现增长较快、价格回稳、结构优化、民生改善的发展态势。2010年，中国国内生产总值达到408903亿元，2010年国内生产总值按平均汇率折算达到58791亿美元，超过日本，成为仅次于美国的世界第二大经济体，中国经济增长对世界经济的贡献不断提高2015年中国国内生产总值676708亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。

2016年上半年，中国国内生产总值340637亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

2014-2016年中国国内生产总值及构成 单位：亿元

	2014年	2015年	2016年	国内生产总值
第一产业	58332	60863	22097	636463
第二产业	271392	274278	134250	676708
第三产业	306739	341567	184290	340637

二、城乡家庭人均可支配收入分析

三、中国CPI分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

六、中国啤酒制造业在国民经济中的地位

第二节 2014-2016年中国啤酒行业政策环境分析

一、啤酒业国家产业政策支持

二、啤酒生产许可证审查细则

三、酒类广告管理办法

四、酒类流通管理办法

第三节 2014-2016年中国啤酒行业社会环境分析

一、居民消费观念

二、中国啤酒消费群体巨大

第四章 2014-2016年中国啤酒产业运行新形势透析

第一节 2014-2016年中国啤酒制造业运行总况

一、中国啤酒业呼唤转变增长方式

二、中国啤酒业兼并与重组新格局呈现

三、中国啤酒业逆市扩张显生机

四、中国啤酒业装备制造使用现状

五、中国啤酒制造业与污水处理

第二节 近三年中国啤酒行业的利润分析

一、啤酒行业三种盈利模式

二、产能过剩使我国啤酒企业利润走低

三、制约啤酒市场利润提升的其他因素

四、提升啤酒企业利润的发展策略

第三节 2014-2016年外资进入对中国啤酒企业应冲击

一、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较

二、中国啤酒企业面临的外资冲击

三、中国啤酒企业的突围措施

四、中国啤企的国际化道路发展对策

第四节 2014-2016年中国啤酒行业存在的问题及其对策

一、中国啤酒业存在的十问题

二、我国啤酒业产品结构有待改善

三、中国啤酒业国际化战略探讨

四、啤酒业应当加速向果汁纯生方向发展

第五章 2014-2016年中国啤酒制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2014-2016年（按季度更新）中国啤酒制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2014-2016年（按季度更新）中国啤酒制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年啤酒制造盈利能力预测

第三节 2014-2016年（按季度更新）中国啤酒制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年啤酒制造产品产销衔接预测

第四节 2014-2016年（按季度更新）啤酒制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第六章 2014-2016年中国啤酒产量数据统计分析

第一节 2015-2016年全国啤酒产量数据分析

一、2015-2016年全国啤酒产量数据

二、2015-2016年重点省市啤酒产量数据

第二节 2016年全国啤酒产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

一、2016年全国啤酒产量数据

二、2016年重点省市啤酒产量数据

第三节 全国啤酒产量增长性分析

第七章 2014-2016年中国啤酒市场消费形势分析

第一节 2014-2016年中国啤酒市场现状综述

一、我国啤酒市场平稳发展

二、我国啤酒市场进入价格提升周期

第二节 2014-2016年中国城市啤酒市场运行动态分析

一、城市啤酒市场特点

二、城市啤酒市场网络构成

三、沿海及一线大城市啤酒消费市场有所萎缩

四、燕京啤酒五大重点市场增长延续

五、啤酒城市高效渠道模式的建立与发展

六、城市社区啤酒市场开发策略

第三节 2014-2016年中国农村啤酒市场运行态势分析

一、农村啤酒市场特点

二、国内农村啤酒市场潜力巨大

三、啤酒拓展农村市场之五攻略

第四节 2014-2016年中国中高档啤酒市场运行走势分析

一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎

二、中高档啤酒终端市场秩序混乱

三、中高档啤酒市场终端竞争带来的后果

四、规范中高档啤酒终端市场的对策

第八章 2014-2016年中国啤酒市场进出口数据分析

第一节 2014-2016年中国啤酒出口统计

第二节 2014-2016年中国啤酒进口统计

第三节 2014-2016年中国啤酒进出口价格对比

第四节 中国啤酒进出口主要来源地及出口目的地

第九章 2014-2016年中国啤酒消费者与经销商运行模分析

第一节 啤酒消费者分析

一、啤酒消费者对产品的认知过程

二、啤酒消费者的消费场所

三、影响啤酒消费者消费选择的因素

四、啤酒消费者的惯性消费

第二节 啤酒经销商分析

一、个体啤酒经销商模式

二、公司化啤酒经销商模式

三、国内啤酒经销商面临的主要问题

四、啤酒经销商发展重在创新

五、提高经销商素质的有效途径

第十章 2014-2016年中国啤酒品牌及市场运营调查分析

第一节 2014-2016年中国啤酒品牌发展分析

一、中国啤酒品牌发展剖析

二、中国区域啤酒品牌的发展

三、解析啤酒无品牌观念现象

四、中国啤酒品牌发展中的问题及策略

第二节 2014-2016年中国啤酒行业营销分析

一、中国啤酒营销总体概况

二、中国啤酒文化营销分析

三、啤酒夜场营销分析

四、中国啤酒行业分众营销分析

五、中国啤酒品牌广告策略简析

第三节 2014-2016年中国啤酒消费者分析

一、啤酒消费者对产品的认知过程

二、啤酒消费者的消费场所

三、影响啤酒消费者消费选择的因素

四、啤酒消费者的惯性消费

第十一章 2014-2016年中国啤酒行业市场竞争格局分析

第一节 2014-2016年中国啤酒行业竞争现状分析

一、啤酒行业步入理性竞争时代

二、我国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析

三、啤酒产业竞争大战正酣竞合大戏上演

四、啤酒厂商竞争力的要素

1、品牌塑造

2、运作能力

五、中国啤酒业寡头割据初定

第二节 2014-2016年速度管理提高啤酒企业竞争能力

一、速度管理在啤酒企业运用的要点

二、探讨啤酒企业的速度管理模式

第三节 2014-2016年中国啤酒产业集中度分析

一、产品产量区域分布

二、生产企业的集中分布

三、市场集中度分析

第四节 2017-2022年中国啤酒行业竞争趋势分析

第十二章 2014-2016年国际啤酒巨头企业运营情况分析

第一节 SABMILLER

- 一、公司概况
- 二、产品市场竞争力分析
- 三、公司产品在华销售情况分析
- 四、公司国际化发展战略

第二节 英博啤酒集团

- 一、公司概况
- 二、产品市场竞争力分析
- 三、公司产品在华销售情况分析
- 四、公司国际化发展战略

第三节 A-B公司 (ANHEUSER -BUSCH)

- 一、公司概况
- 二、产品市场竞争力分析
- 三、公司产品在华销售情况分析
- 四、公司国际化发展战略

第四节 喜力啤酒公司 (HEINEKEN N.V.)

- 一、公司概况
- 二、产品市场竞争力分析
- 三、公司产品在华销售情况分析
- 四、公司国际化发展战略

第十三章 2014-2016年中国啤酒行业上市企业竞争力与关键性数据分析

第一节 青岛啤酒(600600)

- 一、公司基本情况概述
- 二、2014-2016年公司成长性分析
- 三、2014-2016年公司财务能力分析
- 四、2014-2016年公司偿债能力分析
- 五、2014-2016年公司现金流量分析表
- 六、2014-2016年公司经营能力分析
- 七、2014-2016年公司盈利能力分析

第二节 燕京啤酒(000729)

- 一、公司基本情况概述

- 二、2014-2016年公司成长性分析
- 三、2014-2016年公司财务能力分析
- 四、2014-2016年公司偿债能力分析
- 五、2014-2016年公司现金流量分析表
- 六、2014-2016年公司经营能力分析
- 七、2014-2016年公司盈利能力分析

第三节 重庆啤酒(600132)

- 一、公司基本情况概述
- 二、2014-2016年公司成长性分析
- 三、2014-2016年公司财务能力分析
- 四、2014-2016年公司偿债能力分析
- 五、2014-2016年公司现金流量分析表
- 六、2014-2016年公司经营能力分析
- 七、2014-2016年公司盈利能力分析

第四节 惠泉啤酒(600573)

- 一、公司基本情况概述
- 二、2014-2016年公司成长性分析
- 三、2014-2016年公司财务能力分析
- 四、2014-2016年公司偿债能力分析
- 五、2014-2016年公司现金流量分析表
- 六、2014-2016年公司经营能力分析
- 七、2014-2016年公司盈利能力分析

第五节 兰州黄河(000929)

- 一、公司基本情况概述
- 二、2014-2016年公司成长性分析
- 三、2014-2016年公司财务能力分析
- 四、2014-2016年公司偿债能力分析
- 五、2014-2016年公司现金流量分析表
- 六、2014-2016年公司经营能力分析
- 七、2014-2016年公司盈利能力分析

第六节 啤酒花(600090)

- 一、公司基本情况概述

- 二、2014-2016年公司成长性分析
- 三、2014-2016年公司财务能力分析
- 四、2014-2016年公司偿债能力分析
- 五、2014-2016年公司现金流量分析表
- 六、2014-2016年公司经营能力分析
- 七、2014-2016年公司盈利能力分析

第七节 雪花啤酒

- 一、企业概况
- 二、企业动态分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、企业三大发展优势

第十四章 2017-2022年中国啤酒行业发展趋势预测分析

第一节 2017-2022年中国啤酒行业发展前景分析

- 一、未来我国啤酒业增长潜力地区
- 二、2017-2022年中国啤酒行业预测分析

第二节 2017-2022年中国啤酒业细分产品发展前景及预测

- 一、高度啤酒市场发展潜力巨大
- 二、2017-2022年高端啤酒市场潜力无限
- 三、功能啤酒开发前景看好
- 四、风味啤酒具有广阔的发展空间

第三节 2017-2022年中国啤酒行业市场盈利预测分析

第十五章 2017-2022年中国啤酒行业投资前景预测 (ZY ZM)

第一节 2014-2016年中国啤酒行业投资环境分析

第二节 2017-2022年中国啤酒行业投资机会分析

- 一、广东佛山啤酒市场掀起投资热潮
- 二、啤酒业投资机会来临

第三节 2017-2022年中国啤酒行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料风险
- 三、政策风险

四、技术外资进入风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：2006-2016年中国啤酒制造行业企业数量增长趋势图

图表：2006-2016年中国啤酒制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表：2006-2016年中国啤酒制造行业总体销售额增长趋势图

图表：2006-2016年中国啤酒制造行业总体利润总额增长

图表：2006-2016年中国啤酒制造行业总体从业人数分析

图表：2006-2016年中国啤酒制造行业投资资产增长性分析

图表：2016年5月中国各省市啤酒制造行业企业数量统计表

图表：2016年5月中国各省市啤酒制造行业企业数量分布图

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业销售收入统计表

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业销售收入分布图

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业利润总额统计表

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业利润总额分布图

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表：2016年5月底中国各省市啤酒制造行业资产统计表

图表：2016年5月底中国各省市啤酒制造行业资产分布图

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业资产增长速度对比图

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业工业总产值

图表：2016年1-5月中国各省市啤酒制造行业工业销售产值

图表：2016年啤酒制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表：2015-2016年重点省市啤酒制造产量统计分析

图表：2016年重点省市啤酒制造产量统计

图表：2017-2022年中国啤酒制造行业产能预测

图表：2017-2022年中国啤酒制造行业消费量预测

图表：2017-2022年中国啤酒制造行业市场前景预测

图表：2017-2022年中国啤酒制造行业市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国啤酒制造行业发展前景预测

图表：2017-2022年中国啤酒行业市场盈利预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/J68941VW6N.html>