

2016-2022年中国啤酒行业 全景调研及发展趋势研究报告

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

《2016-2022年中国啤酒行业全景调研及发展趋势研究报告》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/K77161DDEV.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人、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。

“十二五”期间，我国主要啤酒行业集中度和利润率水平仍有很大提高的空间。目前中国啤酒传统三强（华润雪花、青岛、燕京）的总产量和利润占全国的49.2%和88.4%，与美国前4大啤酒企业市场占有率占到90%相比，我国目前仅相当于美国20世纪70年代后期的水平。预计在未来5-10年中国啤酒行业依旧会保持“大鱼吃小鱼”的形势，像华润雪花收购江苏大富豪这种案例将一直延续。

《2016-2022年中国啤酒行业全景调研及发展趋势研究报告》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。

报告揭示了啤酒行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国啤酒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。

报告目录：

第一章 世界啤酒行业发展分析

第一节 世界啤酒发展历程

第二节 世界桶装啤酒市场发展现状

第三节 2014年世界啤酒市场消费现状分析

一、2014年德国啤酒消费分析

二、2014年美国啤酒销售分析

三、2014年日本啤酒销售情况分析

四、2014年保加利亚啤酒产量分析

第四节 2015年世界啤酒市场发展现状分析

- 一、2015年美国啤酒行业销量分析
- 二、2015年奥地利啤酒销量上升
- 三、精酿风味啤酒将引领美国市场
- 四、英国GreeneKing啤酒销量分析
- 五、英国高级进口啤酒市场的定位策略
- 六、日本计划酿造首款“太空啤酒”
- 七、欧美啤酒商向中国进发

第五节 世界啤酒面临品牌挑战

- 一、创新立品牌
- 二、新兴市场成焦点
- 三、印度、俄罗斯仍需努力
- 四、艰难时期将至

第二章 2015年中国啤酒行业发展环境分析

第一节 2015年中国啤酒行业经济环境

第二节 中国啤酒行业政策环境

第三节 中国啤酒行业技术环境

- 一、国内啤酒行业技术动态
- 二、国外啤酒生产新技术

第三章 2015年我国啤酒相关竞争行业发展分析

第一节 白酒行业

- 一、2015年白酒行业运行情况
- 二、2013-2015年我国白酒产量分析
- 三、白酒行业竞争格局分析

第二节 葡萄酒行业

- 一、2015年我国葡萄酒行业运行分析
- 二、2013-2015年我国葡萄酒产量分析
- 三、我国葡萄酒行业发展和进口现状
- 四、我国葡萄酒产业发展的优劣势分析

第三节 黄酒行业

- 一、2015年我国黄酒业动力与压力并存

二、黄酒营销策略分析

第四章 我国啤酒生产要素与关联产业分析

第一节 中国啤酒主要原料市场分析

- 一、2015年啤酒制造原料暴涨迫使产品提价
- 二、玉门将建成全国最大啤酒原料基地
- 三、湖北啤酒市场初现竞购迹象
- 四、中国啤酒大麦产业五年发展分析
- 五、啤酒花产业的机遇、问题与对策

第二节 中国国产啤酒机械发展现状分析

- 一、灌装机贴标机吹瓶机技术水平飞速提升
- 二、我国啤酒装备存在的问题
- 三、国产啤酒装备已赢得国内企业青睐

第三节 啤酒包装发展分析

- 一、啤酒包装发展现状与趋势
- 二、啤酒行业聚焦环保包装新技术
- 三、西得乐将推出新型啤酒包装生产线
- 四、未来啤酒纸箱包装的发展趋势
- 五、啤酒瓶包装制胜终端市场策略

第四节 我国啤酒业发展趋势与转型分析

第五章 2015年中国啤酒行业发展现状分析

第一节 2015年啤酒行业发展分析

- 一、2015年我国啤酒工业概况分析
- 二、2015年我国啤酒产量分析
- 三、啤酒行业集中度将进一步提高
- 四、啤酒期待行业整体提价
- 五、啤酒行业龙头公司优势凸显
- 六、国内啤酒行业大变局渐行渐近
- 七、我国成为全球增长最快的啤酒生产与消费国
- 八、啤酒消费对经济萧条“免疫”

第二节 2015年我国啤酒进出口情况分析

一、2015年我国啤酒进出口数据统计

二、2015年深圳口岸啤酒出口分析

第三节 啤酒行业优化结构分析

一、啤酒供大于求

二、优化产品结构应成竞争优势所在

第四节 啤酒企业的成本分析

一、三流企业眼中的成本：生产

二、二流企业眼中的成本：市场

三、一流企业眼中的成本：资本整合

第五节 果汁啤酒发展前景分析

一、口味多样，受消费者青睐

二、符合消费趋势，发展前景广阔

三、标准缺失，产品差异大

第六章 2015年中国啤酒制造业综合运行数据分析

第一节 2015年中国啤酒制造业产销情况

一、2015年中国啤酒制造业产成品

二、2015年中国啤酒制造业工业总产值（当年价格）

三、2015年中国啤酒制造业产品销售收入

第二节 2015年中国啤酒制造业成本费用情况

一、2015年中国啤酒制造业销售成本

二、2015年中国啤酒制造业销售费用

三、2015年中国啤酒制造业管理费用

四、2015年中国啤酒制造业财务费用

第三节 2015年中国啤酒制造业资产负债情况

一、2015年中国啤酒制造业资产总计

二、2015年中国啤酒制造业负债合计

三、2015年中国啤酒制造业资产负债率

四、2015年中国啤酒制造业资本保值增值率

第四节 2015年中国啤酒制造业行业规模情况

一、2015年中国啤酒制造业企业单位数

二、2015年中国啤酒制造业全部从业人员平均人数

第五节 2015年中国啤酒制造业行业效益情况

- 一、2015年中国啤酒制造业利润总额
- 二、2015年中国啤酒制造业产值利税率
- 三、2015年中国啤酒制造业成本费用利润率
- 四、2015年中国啤酒制造业资金利税率
- 五、2015年中国啤酒制造业产成品资金占用率

第六节 2015年中国啤酒制造业亏损情况

- 一、2015年中国啤酒制造业亏损单位数
- 二、2015年中国啤酒制造业亏损企业亏损总额

第七节 2015年中国啤酒制造业不同规模企业主要经济指标

- 一、2015年中国啤酒制造业大型企业主要经济指标
- 二、2015年中国啤酒制造业中型企业主要经济指标
- 三、2015年中国啤酒制造业小型企业主要经济指标

第八节 2015年中国啤酒制造业不同经济类型企业主要经济指标

- 一、2015年中国啤酒制造业国有企业主要经济指标
- 二、2015年中国啤酒制造业集体企业主要经济指标
- 三、2015年中国啤酒制造业股份合作企业主要经济指标
- 四、2015年中国啤酒制造业股份制企业主要经济指标
- 五、2015年中国啤酒制造业私营企业主要经济指标
- 六、2015年中国啤酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标
- 七、2015年中国啤酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

第九节 2015年啤酒制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

第七章 2013-2015年中国啤酒行业区域市场分析

第一节 2013-2015年华北地区啤酒市场分析

- 一、北京
- 二、天津
- 三、河北
- 四、山西
- 五、内蒙古

第二节 2013-2015年华中地区啤酒市场分析

- 一、河南

二、湖北

三、湖南

第三节 2007-2008年华东地区啤酒市场分析

一、长三角啤酒市场局势分析

二、上海

三、江苏

四、浙江

五、江西

六、安徽

七、山东

八、福建

第四节 2013-2015年华南地区啤酒市场分析

一、2008年华南啤酒市场发展分析

二、广东

四、广西

五、海南

第五节 2013-2015年西南地区啤酒市场分析

一、重庆

二、四川

三、贵州

四、云南

第六节 2013-2015年西北地区啤酒市场分析

一、陕西

二、宁夏

三、甘肃

四、新疆

五、青海

第七节 2013-2015年东北啤酒市场分析

一、辽宁

二、吉林

三、黑龙江

第八章 中国啤酒消费者分析

第一节 啤酒消费者行为调查

- 一、经常饮用啤酒的场合
- 二、啤酒的购买的地点
- 三、饮用啤酒的地点
- 四、啤酒的购买习惯
- 五、消费者喝啤酒主要考虑的因素
- 六、啤酒特色新品的选择
- 七、消费者注重的啤酒感观指标
- 八、啤酒品牌的认知途径
- 九、消费者所喜欢的促销方式
- 十、消费者经常看的中央电视台节目
- 十一、消费者经常看的报纸版面
- 十二、经销啤酒品牌/品种的理由
- 十三、最有效的广告手段

第二节 城市啤酒消费分析

- 一、啤酒消费特点与影响因素
- 二、城市啤酒消费分析

第三节 农村啤酒消费分析

- 一、农村市场特点
- 二、农村市场开拓

第四节 啤酒消费趋势分析

- 一、中国啤酒业面临消费升级
- 二、高端啤酒消费趋势

第九章 中国啤酒业营销分析

第一节 啤酒四巨头营销分析

- 一、百威争夺曝光率
- 二、燕京青岛“本土保卫战”
- 三、华润声音不容忽视

第二节 啤酒企业城市市场渠道高效模式

- 一、传统营销渠道模式影响营销绩效

二、顶新集团营销渠道模式给我们的启示

三、实现高效营销渠道模式的建议

第三节 高档啤酒市场营销分析

一、高档啤酒的渠道策略

二、高档啤酒地差异化策略

三、高档啤酒的目标策略

四、高档啤酒的生命周期策略

五、高档啤酒的渠道设计

第四节 啤酒夜场营销策略分析

一、啤酒夜场终端的分类

二、啤酒夜场市场特点

三、啤酒夜场营销策略

第五节 中国啤酒营销渠道变革与发展

一、啤酒营销渠道的现状与存在的问题

二、中国啤酒营销渠道变革的推动力分析

三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势分析

第六节 中国啤酒企业的营销宝典

一、网络建设

二、促销

第十章 2015年啤酒行业整合分析

第一节 2015年啤酒行业整合现状分析

一、融资：兵马未动，粮草先行

二、转向：应对危机

三、成本压力下整合已开始

四、外资势力掀波澜

五、收购路线有启发

第二节 啤酒业并购成本分析

一、自建为主

二、并购成本

三、新格局

第三节 从L啤酒看区域啤酒品牌扩张

一、案例：某区域啤酒品牌扩张的困境

二、L啤酒走入困境的原因分析

三、L啤酒的战略选择

第四节 中外啤酒厂商新一轮并购分析

一、外资掀起新一轮并购潮

二、本土品牌“跑马圈地”，加快整合

三、啤酒业开放机遇与挑战并存

第五节 国内啤酒业酝酿大整合

一、青岛啤酒：半年扩产能百万吨

二、燕京啤酒：入川淘金

三、金星啤酒：空降高管筹谋上市

第十一章 中国啤酒业竞争格局分析

第一节 2015年啤酒业竞争格局分析

一、2015年原材料价格大幅提高

二、英博并购AB影响中国啤酒格局

三、啤酒业竞争大战正酣竞合大戏开演

四、中国啤酒业迎来理性竞争时代

第二节 中国啤酒市场竞争特点分析

一、竞争者层次明显化

二、竞争行为的多样化、高层次化

三、竞争秩序的规范化

四、竞争程度的激烈化

第三节 中国啤酒市场竞争者主体竞争行为分析

一、巨型啤酒企业竞争行为

二、大型啤酒企业竞争行为

三、中小啤酒企业竞争行为

四、国外资本竞争行为

第四节 中高档啤酒终端市场的竞争现状分析

一、终端竞争日益激烈

二、中高档啤酒终端市场秩序较为混乱

三、终端恶性竞争造成了极其严重的后果

第五节 中国啤酒业竞争格局发展趋势分析

一、中国啤酒产业未来的竞争格局分析

二、中国啤酒业未来的竞争焦点

第十二章 国外啤酒企业在中国的发展分析

第一节 英博啤酒集团

一、进入中国概况

二、英博公司在华布局

三、2015年财务分析

四、英博中国整合分析

第二节 安海斯—布希公司

一、进入中国概况

二、AB公司在华战略分析

第三节 嘉士伯

一、进出中国概况

二、嘉士伯变身为重啤二股东

三、嘉士伯专注西部酒市

第四节 喜力啤酒

一、进入中国概况

二、2013-2015年财务分析

第五节 三得利

一、进入中国概况

二、在华营销分析

三、三得利啤酒在上海三大法则分析

第十三章 国内啤酒业部分主要企业分析

第一节 青岛啤酒集团

一、公司简介

二、2013-2015年财务分析

三、2015年青岛啤酒整合烟台啤酒

四、2015年青岛啤酒蝉联“最具全球竞争力”

第二节 燕京啤酒集团

- 一、公司简介
- 二、公司发展历程
- 三、2013-2015年财务分析
- 四、2013-2015年惠泉啤酒经营业绩分析

第三节 华润啤酒

- 一、公司简介
- 二、发展历程
- 三、2013-2015年财务分析
- 四、扩张战略分析

第四节 广东珠江啤酒集团

- 一、公司简介
- 二、珠江啤酒产能分析
- 三、全国布局分析
- 四、上市分析

第五节 河南金星啤酒集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、从农村包围城市
- 三、金星啤酒有望挺进非洲市场

第六节 哈尔滨啤酒集团

- 一、公司简介
- 二、发展历程
- 三、百威哈啤整合分析
- 四、2015年哈啤集团易主全球“啤酒王”

第七节 重庆啤酒(集团)有限责任公司

- 一、公司简介
- 二、2013-2015年财务分析
- 三、重庆啤酒产能扩充分析

第十四章 啤酒行业市场投资分析

第一节 啤酒行业投资机会分析

- 一、并购整合仍将不断进行
- 二、市场需求依然旺盛

第二节 啤酒产业投资风险

- 一、啤酒西进面临三大风险
- 二、中国啤酒企业的国际化风险

第十五章 啤酒行业发展趋势及策略分析

第一节 中国啤酒行业的发展趋势

- 一、中国啤酒产业行业结构的变化
- 二、中国啤酒产业市场结构的变化
- 三、企业间竞争焦点的变化

第二节 啤酒行业渠道壁垒的破解策略

- 一、传统流通渠道壁垒破解策略
- 二、餐饮终端渠道壁垒破解策略
- 三、零售终端壁垒破解策略

第三节 啤酒行业微利时代的利润提升策略

- 一、成本优势策略
- 二、产品结构优化策略
- 三、积极实施品牌营销战略

第四节 构建区域强势啤酒品牌的实效策略

一、区域啤酒品牌走自我发展的强势品牌之路可行性分析

- (一) 中国啤酒市场区域的广阔性
- (二) 中国啤酒市场的成长性
- (三) 啤酒销售半径的有限性
- (四) 顾客品牌忠诚度的游离性
- (五) 中国啤酒市场竞争阶段特质
- (六) 顾客地域情感与乡土情怀

二、构建区域强势啤酒品牌的实效策略

- (一) 树立正确的企业发展观念
- (二) 树立正确的营销观念
- (三) 树立大质量观念，全力打造产品竞争优势
- (四) 重视和加强品牌形象与情感内涵塑造
- (五) 高效的促销和公关活动
- (六) 强化与顾客的深度沟通

（七）组建强势的营销团队

第五节 中高档啤酒终端市场的蓝海策略

- 一、啤酒企业自身做起
- 二、终端商应树立长远的经营意识
- 三、行政执法部门应该发挥其应有的作用

图表目录：

图表 2014年黑龙江啤酒产量合计

图表 2014年吉林省啤酒产量合计

图表 2009年辽宁省啤酒产量合计

图表 2014年青海啤酒产量合计

图表 2014年新疆区啤酒产量合计

图表 2014年甘肃省啤酒产量合计

图表 2014年宁夏区啤酒产量合计

图表 2014年陕西省啤酒产量合计

图表 2014年广东啤酒产量合计

图表 2014年福建啤酒产量合计

图表 2014年山东省啤酒产量合计

图表 2014年安徽省啤酒产量合计

图表 2014年江西省啤酒产量合计

图表 2014年江西啤酒产量合计

图表 2014年江苏省啤酒产量合计

图表 2014年广西区啤酒产量合计

图表 2014年上海市啤酒产量合计

图表 2014年湖南省啤酒产量合计

图表 2014年湖北啤酒产量合计

图表 2014年河南省啤酒合计

图表 2014年内蒙古啤酒产量合计

图表 2014年山西啤酒产量合计

图表 2014年河北省啤酒产量合计

图表 2014年天津市啤酒产量合计

图表 2014年啤酒产量合计

图表 2014年年我国葡萄酒产量统计

图表 2014年我国白酒产量统计

图表 2014年云南省啤酒产量合计

图表 2014年贵州省啤酒产量合计

图表 2014年贵州啤酒产量合计

图表 2014年重庆市啤酒产量合计

图表 2014年海南省啤酒产量合计

图表 2015年我国白酒制造业产成品情况

图表 2015年我国白酒制造业产品销售收入情况

图表 2015年我国白酒制造业资产总计情况

图表 2015年我国白酒制造业利润总额情况

图表 2015年我国白酒制造业工业总产值（当年价格）情况

图表 2008我国白酒产量统计

图表 2015年我国葡萄酒制造产成品

图表 2015年我国葡萄酒制造销售收入

图表 2015年我国葡萄酒制造利润总额

图表 2015年我国葡萄酒制造工业总产值（当年价格）

图表 2015年我国葡萄酒产量统计

图表 2015年全国啤酒产量

图表 2015年我国麦芽酿造的啤酒进口总量

图表 2015年我国麦芽酿造的啤酒进口情况

图表 2015年中国啤酒制造业产成品

图表 2015年中国啤酒制造业工业总产值（当年价格）

图表 2015年中国啤酒制造业产品销售收入

图表 2015年中国啤酒制造业销售成本

图表 2015年中国啤酒制造业销售费用

图表 2015年中国啤酒制造业管理费用

图表 2015年中国啤酒制造业财务费用

图表 2015年中国啤酒制造业资产总计

图表 2015年中国啤酒制造业负债合计

图表 2015年中国啤酒制造业资产负债率

图表 2015年中国啤酒制造业资本保值增值率

图表 2015年中国啤酒制造业企业单位数

图表 2015年中国啤酒制造业全部从业人员平均人数

图表 2015年中国啤酒制造业利润总额

图表 2015年中国啤酒制造业产值利税率

图表 2015年中国啤酒制造业成本费用利润率

图表 2015年中国啤酒制造业资金利税率

图表 2015年中国啤酒制造业产成品资金占用率

图表 2015年中国啤酒制造业亏损单位数

图表 2015年中国啤酒制造业亏损企业亏损总额

图表 2015年中国啤酒制造业大型企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业中型企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业小型企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业国有企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业集体企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业股份合作企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业股份制企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业私营企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2015年中国啤酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

图表 2015年啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2015年北京市啤酒产量合计

图表 2015年天津市啤酒产量合计

图表 2015年河北省啤酒产量合计

图表 2015年山西省啤酒产量合计

图表 2015年内蒙古啤酒产量合计

图表 2015年河南省啤酒产量合计

图表 2015年湖北省啤酒产量合计

图表 2015年湖南省啤酒产量合计

图表 2015年上海市啤酒产量合计

图表 2015年江苏省啤酒产量合计

图表 2015年浙江省啤酒产量合计

图表 2015年江西省啤酒产量合计

图表 2015年安徽省啤酒产量合计

图表 2015年山东省啤酒产量合计

图表 2015年福建省啤酒产量合计

图表 2015年广东省啤酒产量合计

图表 2015年广西区啤酒产量合计

图表 2015年海南省啤酒产量合计

图表 2015年重庆市啤酒产量合计

图表 2015年四川省啤酒产量合计

图表 2015年贵州省啤酒产量合计

图表 2015年云南省啤酒产量合计

图表 2015年陕西省啤酒产量合计

图表 2015年宁夏区啤酒产量合计

图表 2015年甘肃省啤酒产量合计

图表 2015年新疆区啤酒产量合计

图表 2015年青海啤酒产量合计

图表 2015年辽宁省啤酒产量合计

图表 2015年吉林省啤酒产量合计

图表 2015年黑龙江啤酒产量合计

图表 2015年青岛啤酒主营收入情况

图表 2015年青岛啤酒净利润和基本每股基本收益情况

图表 2015年燕京啤酒主营收入情况

图表 2015年燕京啤酒净利润和基本每股收益情况

图表 2015年惠泉啤酒主营收入情况

图表 2015年惠泉啤酒净利润和基本每股收益情况

图表 2015年重庆啤酒主营收入情况

图表 2015年重庆啤酒净利润和基本每股收益情况

图表 2015年重庆啤酒净利润和基本每股收益情况

图表 2015年重庆啤酒主营收入情况

图表 2013-2015年重庆啤酒偿债能力指标

图表 2013-2015年重庆啤酒盈利能力指标

图表 2013-2015年重庆啤酒经营能力指标

图表 2013-2015年重庆啤酒成长性指标

图表 2015年惠泉啤酒净利润和基本每股收益情况

图表 2015年惠泉啤酒主营收入情况

图表 2013-2015年惠泉啤酒偿债能力分析

图表 2013-2015年惠泉啤酒盈利能力分析

图表 2013-2015年惠泉啤酒经营能力分析

图表 2013-2015年惠泉啤酒成长性分析

图表 2015年燕京啤酒净利润和基本每股收益情况

图表 2015年燕京啤酒主营收入情况

图表 2013-2015年燕京啤酒偿债能力指标

图表 2013-2015年燕京啤酒盈利能力指标

图表 2013-2015年燕京啤酒成长性指标

图表 2013-2015年青岛啤酒偿债能力分析

图表 2013-2015年青岛啤酒盈利能力分析

图表 2013-2015年青岛啤酒经营能力分析

图表 2013-2015年青岛啤酒现金流量分析

图表 2013-2015年青岛啤酒成长性分析

图表 2015年喜力啤酒公司经营业绩情况

图表 2013-2015年外来啤酒品牌入闽进程

图表 啤酒消费与收入水平的关系统计

图表 城市居民每周饮用啤酒量

图表 全国及地方品牌前三位

图表 不同收入消费者的品牌偏好度

图表 城市啤酒消费品牌观

图表 城市啤酒品牌渗透率

图表 全国市场啤酒品牌综合占有率情况

图表 新的营销渠道模式结构和流程图

图表 营销渠道金字塔式结构

图表 啤酒营销渠道金字塔式结构

图表 啤酒直销渠道模式

图表 啤酒平台式渠道模式

图表 世界人均年啤酒销量对比

图表 影响顾客购买啤酒的主要因素分析

图表 大众型啤酒比例

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/K77161DDEV.html>