

# 2018-2024年中国啤酒行业 市场运营态势与投资前景咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国啤酒行业市场运营态势与投资前景咨询报告》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/M93271CO9W.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

2016年，我国啤酒产量为4506.4万千升，同比下降4.44%。2017年1-8月，我国啤酒产量为3297.6万千升，同比增长0.50%。2016年，我国啤酒销量为4535.0万千升，同比下降3.50%。2016年，我国啤酒制造行业累计实现销售收入1916.99亿元，同比增长1.05%，行业共计实现利润总额150.70亿元，同比增长4.72%。未来啤酒主要有两大趋势：一是，啤酒消费结构将由中低端转向中高端，高品质产品渐成主流消费产品。近年来，我国啤酒市场正经历由金字塔式转向纺锤形的消费结构，中高端产品成为主流消费产品，而主要可以归结为两点：1、人均收入水平的提高；2、消费主体的改变，80后、90后成为消费主体，消费能力增强。二是，生啤占比较低，将成为消费结构升级主要爆发点。纯生啤酒相对普通啤酒来说口感更纯正，味道更新鲜，品质更高。过去受技术、物流限制以及生啤消费端需求不旺的影响，纯生啤酒占比较低。未来几年，我国啤酒产量将缓慢增长，预测2022年我国啤酒产量将达到528亿升，零售量将达到524亿升。随着啤酒行业产品往中高端方向发展，这就意味着未来啤酒行业吨价将会提高，预计到2022年，中国啤酒制造行业销售收入将达到2146亿元。

报告目录第一章 世界啤酒行业发展分析14第一节 世界啤酒发展概述14一、世界啤酒行业发展情况分析14二、世界啤酒行业并购情况分析14三、世界啤酒市场消费情况分析15第二节 欧洲啤酒行业发展分析16一、奥地利啤酒市场发展概况16二、俄罗斯啤酒产品销售情况16三、比利时啤酒市场发展分析16四、匈牙利啤酒市场消费情况17五、德国的啤酒行业发展情况17六、英国啤酒市场的消费情况18第三节 亚洲啤酒行业发展概况19一、越南啤酒市场增长潜力大19二、韩国啤酒的进口状况分析19三、日本啤酒销售量再创新低20四、泰国啤酒业增长态势分析20第四节 美国啤酒行业发展概况21一、美国啤酒业发展历程介绍21二、美国啤酒公司数量创新高22三、美国酒类消费者偏好调查22四、美国啤酒市场状况分析23五、美国精酿啤酒发展趋势24第五节 其他国家啤酒行业发展概况26一、加拿大啤酒市场发展分析26二、新西兰精酿啤酒的生产日渐升温26三、非洲国家啤酒市场发展前景良好27四、尼日利亚啤酒业的发展前景看好27第六节 世界啤酒业新品推出情况28一、喜力啤酒新品发布28二、丹麦研发能激发创意啤酒29三、台湾啤酒推出蜂蜜啤酒热销29四、朝日啤酒推出新产品“The Dream”29第二章 2012-2016年中国啤酒行业发展情况分析30第一节 2014-2016年中国啤酒行业发展情况分析30一、中国啤酒行业发展现状分析30二、2014年中国啤酒制造行业发展概况30三、2015年中国啤酒制造行业发展概况31四、2016年中国啤酒制造行业发展概况33第二节 2012-2016年中国啤酒制造行业规模分析34一、企业数量增长分析34二、资产规模增长分析34三、销售规模增长分析35四、利润规模增长分析36第三节 2012-2016年中国啤酒行业经营效益分析37一、偿债能力分析37二、盈利能力分析38三、毛利率的分析39四、运营能力分析39第四节 2012-2016年中国

啤酒市场供需分析41一、中国啤酒产量地区分析41二、中国啤酒零售量分析42三、中国啤酒零售额分析43四、中国啤酒人均消费量43第五节 2012-2016年中国易拉罐（听装啤酒）市场分析44一、易拉罐啤酒发展概述44二、易拉罐啤酒产能分析45三、易拉罐啤酒产量分析45第六节 2012-2016年啤酒行业相关技术发展情况分析46一、燕京新技术提升啤酒风味质量46二、青岛啤酒新技术工艺复原百年精酿47三、燕京加大互联网领域投入47第七节 2012-2016年啤酒包装发展现状与趋势48一、世界啤酒包装创新发展48（一）日本麒麟推出最轻啤酒包装48（二）百威啤酒20万罐包装完全不同49（三）神秘Oculto啤酒在外包装上制造惊喜49（四）便于携带的啤酒包装51二、啤酒包装细分市场分析51（一）玻璃瓶51（二）易拉罐装啤酒52（三）PET啤酒瓶52三、啤酒包装机行业科技走势52四、PET包装啤酒瓶发展现状53五、啤酒包装发展趋势分析54六、啤酒瓶包装市场制胜策略55 第三章 中国啤酒行业发展分析58第一节 中国啤酒行业发展状况分析58一、中国啤酒工业发展阶段分析58二、中国啤酒行业发展情况概述59第二节 2012-2017年中国啤酒供给分析59一、2012-2017年中国啤酒产量分析59二、2012-2016年中国啤酒销量分析60三、2017年中国啤酒月度产量情况60第三节 中国精酿啤酒发展状况分析61一、精酿啤酒相关概述61二、中国精酿啤酒发展现状61三、中国精酿啤酒市场规模62四、精酿啤酒市场竞争概况62五、精酿啤酒企业发展分析63六、中国精酿啤酒规模预测63第四节 互联网+啤酒运营情况分析63一、互联网+啤酒发展概况63二、互联网+啤酒运营模式64三、啤酒电商总体开展情况64四、啤酒电商交易规模分析65五、啤酒电商渠道渗透率分析65六、互联网+啤酒发展前景分析65 第四章 中国啤酒市场发展分析67第一节 中国啤酒市场总体概况67一、中国啤酒企业的市场布局分析67二、中国啤酒淡季市场的变化分析68三、中国啤酒零售市场发展分析69第二节 城市啤酒市场69一、城市啤酒市场的特点分析69二、城市啤酒市场网络的构成70三、中国南北城市啤酒市场竞争情况70四、啤酒企业开拓城市市场策略分析71第三节 农村啤酒市场74一、农村啤酒市场分析74二、农村啤酒市场的销售特点75三、啤酒企业开拓农村啤酒市场策略76四、中西部和农村啤酒市场为增长主力78第四节 中高档啤酒市场79一、中高档啤酒发展情况分析79二、开发中高档啤酒的市场机遇分析79三、中高档啤酒市场竞争日趋激烈79四、中高档啤酒终端市场秩序混乱80五、开发中国高端啤酒市场策略分析80第五节 啤酒经销商分析80一、啤酒经销商经营模式分析80二、公司化啤酒经销商模式82三、经销商面临的主要问题82四、啤酒经销商发展重在创新83五、建立公司化经营模式的方法83第六节 中国啤酒行业的利润分析85一、中国啤酒行业利润变化分析85二、二三线啤酒企业利润变化分析86三、提升啤酒企业利润的发展策略86 第五章 2010-2016年中国啤酒区域市场分析89第一节 中南地区89一、湖北啤酒市场89二、湖南啤酒市场90三、广东啤酒市场91四、广西啤酒市场91五、海南啤酒市场92第二节 西南地区93一、四川啤酒市场93二、云南啤酒市场94三、重庆啤酒市场95四、贵州啤酒市场96 第六章 中国啤酒品牌发展分析98

第一节 中国啤酒品牌的发展概况98一、中国啤酒企业市场份额分析98二、中国啤酒品牌市场份额分析98第二节 中国区域啤酒品牌的发展99一、中国区域性啤酒品牌发展情况分析99二、中国区域啤酒品牌市场的发展对策100第三节 解析啤酒无品牌观念现象103一、无品牌观念产生的根源103二、无品牌观念产生的后果104三、树立品牌观念的必然性105四、树立品牌的要点分析107第四节 国内啤酒品牌传播问题及对策分析108一、中国啤酒品牌传播现状108二、啤酒品牌传播存在问题110三、啤酒品牌传播对策分析111第五节 中国啤酒行业品牌整合战略分析115一、中国啤酒品牌传播现状115二、啤酒品牌传播存在问题117三、啤酒品牌传播对策分析118第六节 中国啤酒行业品牌整合战略分析122一、中国啤酒行业的品牌整合模式122二、啤酒品牌整合模式优劣势分析122三、啤酒品牌整合模式的理想路径125四、制定品牌战略的考虑因素分析126 第七章 中国啤酒行业营销分析128第一节 中国啤酒业的营销发展及趋势分析128一、啤酒业市场营销现状128二、啤酒业的五种营销模式129三、啤酒业中的“中国特色”130四、啤酒业营销创新策略131五、中国啤酒行业营销模式发展趋势135六、啤酒营销转型的“策略推进”136第二节 中国啤酒品牌营销策略研究139一、中国啤酒品牌营销的现状140二、中国啤酒品牌营销策略分析141三、构建区域强势啤酒品牌的实效策略142四、探寻中高档啤酒的蓝海策略147五、涨价或是啤酒品牌升级有效策略148第三节 中国啤酒品牌广告策略研究148一、中国啤酒企业广告投放存在的问题148二、中国啤酒品牌广告策略的限制因素149三、啤酒品牌广告策略之路径151四、如何缩小国啤与洋啤广告水平差距154五、中国啤酒广告发展趋势155第四节 啤酒旺季营销策略分析156一、旺季动销的三大助推器156二、啤酒旺季营销的八大短板159三、啤酒旺季营销策略162四、啤酒旺季促销的有效策略167五、中小啤酒企业淡季销售的误区与策略171第五节 啤酒夜场营销策略分析175一、啤酒夜场市场特点175二、啤酒夜场终端的分类176三、国产啤酒在夜场中的现状177四、啤酒夜场终端营销策略179第六节 中国啤酒营销网络策略分析184一、啤酒市场营销网络存在的问题184二、提高现有营销网络效率的有效方法186三、啤酒营销网络模式的创新与发展187第七节 中国啤酒营销案例分析189一、华润啤酒营销整合策略189二、青岛啤酒--欢乐营销193三、燕京啤酒--互联网营销195四、雪花啤酒--活动营销196五、哈啤的世界杯品牌营销198 第八章 中国啤酒市场竞争状况分析201第一节 中国啤酒行业竞争格局分析201一、啤酒业各整合阶段竞争状况201二、啤酒企业线下渠道分析203三、啤酒企业互联网+分析204四、啤酒行业竞争格局分析204第二节 中国高端啤酒市场竞争分析205一、高端啤酒外资品牌占七成205二、从抢份额到抢利润205三、高端不能仅是价格高206第三节 啤酒行业未来竞争趋势分析207一、啤酒市场未来竞争格局207二、沿海地区产品消费升级208三、啤酒市场争夺将加剧208 第九章 国内啤酒主要品牌及企业发展分析210第一节 主要啤酒品牌分析210一、百威啤酒210（一）新上市产品210（二）最新动态210（三）销售策略211（四）市场动作211二、雪花啤酒212（一）新

上市产品212 (二) 最新动态213 (三) 销售策略214 (四) 市场动作214三、珠江啤酒215 (一) 新上市产品215 (二) 品牌建设情况215四、青岛啤酒215五、燕京啤酒215六、哈尔滨啤酒216七、嘉士伯啤酒217八、金星啤酒218第二节 青岛啤酒股份有限公司219一、企业发展基本情况219二、企业主要产品分析220三、企业啤酒销售分析220四、企业经营情况分析221五、企业销售网络分析221六、企业竞争优势分析222七、企业发展战略分析223第三节 华润啤酒(控股)有限公司223一、企业发展基本情况223二、企业主要产品分析224三、企业啤酒产销分析225四、企业经营情况分析225五、企业竞争优势分析225六、企业发展战略分析226第四节 北京燕京啤酒股份有限公司227一、企业发展基本情况227二、企业主要产品分析227三、企业啤酒销售分析227四、企业经营情况分析228五、企业销售网络分析228六、企业竞争优势分析229七、企业发展战略分析230第五节 广州珠江啤酒股份有限公司231一、企业发展基本情况231二、企业主要产品分析231三、企业啤酒销售分析231四、企业经营情况分析232五、企业销售网络分析233六、企业竞争优势分析233第六节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司234一、企业发展基本情况234二、企业主要产品分析235三、企业啤酒销售分析235四、企业经营情况分析235五、企业销售网络分析236六、企业竞争优势分析237第七节 重庆啤酒股份有限公司237一、企业发展基本情况237二、企业主要产品分析238三、企业啤酒销量分析238四、企业经营情况分析238五、企业销售网络分析239六、企业竞争优势分析239七、企业发展战略分析240第八节 肇庆蓝带啤酒有限公司240一、企业发展基本情况240二、企业主要产品分析240三、企业经营情况分析241四、企业销售网络分析241五、企业竞争优势分析241第九节 百威英博雪津啤酒有限公司242一、企业发展基本情况242二、企业主要产品分析243三、企业经营情况分析243四、企业销售网络分析244五、企业竞争优势分析244第十节 三得利啤酒(上海)有限公司245一、企业发展基本情况245二、企业主要产品分析245三、企业经营情况分析246四、企业竞争优势分析246第十一节 哈尔滨啤酒集团有限公司246一、企业发展基本情况246二、企业主要产品分析247三、企业销售网络分析247四、企业竞争优势分析248第十二节 燕京啤酒(桂林漓泉)股份有限公司248一、企业发展基本情况248二、企业主要产品分析249三、企业经营情况分析249四、企业竞争优势分析250第十三节 金星啤酒集团有限公司251一、企业发展基本情况251二、企业主要产品分析251三、企业经营情况分析252四、企业销售网络分析252五、企业竞争优势分析252第十四节 百威(武汉)国际啤酒有限公司253一、企业发展基本情况253二、企业主要产品分析253三、企业经营情况分析254四、企业竞争优势分析254第十章 2018-2024年中国啤酒行业发展环境与趋势分析255第一节 2018-2024年中国啤酒行业发展环境分析255第二节 2018-2024年中国啤酒产业发展趋势分析255一、中国啤酒市场消费趋势分析255二、啤酒市场多元化发展趋势分析256三、个性化、低浓度啤酒提升女性消费占比257四、行业整合及消费升级促进高端啤酒占比258五、生啤及产品灌装化是产品升级的主要方向259

三节 2018-2024年中国啤酒市场规模预测分析260一、2018-2024年中国啤酒产量预测260二、2018-2024年中国啤酒零售量预测260三、2018-2024年啤酒行业销售收入预测261第四节 2018-2024年中国啤酒产业投资风险分析261一、市场竞争风险261二、市场运营风险261三、企业经营风险262四、产品质量风险262五、环保风险分析262第五节 2018-2024年中国啤酒行业投资策略及建议263 第十一章 2018-2024年中国啤酒行业发展战略分析264第一节 中国啤酒品牌的蓝海战略264一、中国啤酒品牌的“蓝海”264二、中国目前啤酒品牌态势265三、中国啤酒品牌“蓝海”之路堪忧266四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议267第二节 中国啤酒行业品牌突围策略269一、品牌--啤酒市场扩张的软实力269二、以资源整合实现品牌化突围270三、中小型啤酒企业的发展策略272第三节 中国啤酒国际化发展策略275一、中国啤酒企业的国际化风险275二、中国啤酒国际化之路初探277三、中国啤酒业国际化发展策略280第四节 中国啤酒企业发展战略研究284一、华润雪花“打通最后一公里”后5000时代新战略284二、品牌战略助推华雪啤酒崛起285三、千岛湖啤酒以错位竞争战略突围286四、青岛啤酒未来发展战略287五、燕京啤酒品牌战略效果显著288 图表目录 图表 1 2011-2016年全球啤酒产量变化趋势图14 图表 2 2011-2016年全球啤酒消费量变化趋势图15 图表 3 2015-2021年奥地利啤酒零售量情况16 图表 4 2015-2021年俄罗斯啤酒零售量情况16 图表 5 2015-2021年比利时啤酒零售量情况16 图表 6 2015-2021年匈牙利啤酒零售量情况17 图表 7 2015-2021年德国啤酒零售量情况18 图表 8 2015-2021年英国啤酒零售量情况19 图表 9 2015-2021年越南啤酒零售量情况19 图表 10 2015-2021年日本啤酒零售量情况20 图表 11 2015-2021年泰国啤酒零售量情况21 图表 12 2015-2021年美国啤酒零售量情况23 图表 13 美国顶级啤酒厂前十名24 图表 14 2015-2021年加拿大啤酒零售量情况26 图表 15 2014年中国啤酒制造行业经济指标统计31 图表 16 2015年中国啤酒制造行业经济指标统计32 图表 17 2016年中国啤酒制造行业经济指标统计33 图表 18 2012-2016年中国啤酒制造企业数量变化趋势图34 图表 19 2012-2016年中国啤酒制造行业资产总额统计35 图表 20 2012-2016年中国啤酒制造行业资产变化趋势图35 图表 21 2012-2016年中国啤酒制造行业销售收入统计35 图表 22 2012-2016年中国啤酒制造行业销售收入变化趋势图36 图表 23 2012-2016年中国啤酒制造行业利润总额统计36 图表 24 2012-2016年中国啤酒制造行业利润总额变化趋势图37 图表 25 2012-2016年中国啤酒制造行业资产负债率情况37 图表 26 2012-2016年中国啤酒制造行业成本费用利润率情况38 图表 27 2012-2016年中国啤酒制造行业销售利润率情况38 图表 28 2012-2016年中国啤酒制造行业总资产利润率情况39 图表 29 2012-2016年中国啤酒制造行业毛利率情况39 图表 30 2012-2016年中国啤酒制造行业应收账款周转率情况40 图表 31 2012-2016年中国啤酒制造行业流动资产周转率情况40 图表 32 2012-2016年中国啤酒制造行业总资产周转率情况41 图表 33 2016年中国各地区啤酒产量统计41 图表 34 2012-2016年中国啤酒零售量统计42 图表 35 2012-2016年中国啤酒零售额统计43 图表 36 2012-2016年中国人均啤酒消

费量变化趋势图43图表 37 2012-2016年中国易拉罐啤酒产量统计46图表 38 Oculito啤酒示意图50图表 39 汉莎啤酒4×750/660ml产品安全便携式纸板销售包装解决方案示意图51图表 40 2012-2017年中国啤酒产量情况统计59图表 41 2012-2016年中国啤酒销售量情况统计60图表 42 2017年中国啤酒月度产量情况统计60图表 43 2013-2016年中国精酿啤酒市场规模变化趋势图62图表 44 2013-2016年啤酒电商交易规模变化趋势图65图表 45 2010-2016年湖北省啤酒产量统计89图表 46 2010-2016年湖北省啤酒消费量统计89图表 47 2010-2016年湖南省啤酒产量统计90图表 48 2010-2016年湖南省啤酒消费量统计90图表 49 2010-2016年广东省啤酒产量统计91图表 50 2010-2016年广东省啤酒消费量统计91图表 51 2010-2016年广西区啤酒产量统计92图表 52 2010-2016年广西区啤酒消费量统计92图表 53 2010-2016年海南省啤酒产量统计93图表 54 2010-2016年海南省啤酒消费量统计93图表 55 2010-2016年四川省啤酒产量统计94图表 56 2010-2016年四川省啤酒消费量统计94图表 57 2010-2016年云南省啤酒产量统计95图表 58 2010-2016年云南省啤酒消费量统计95图表 59 2010-2016年重庆市啤酒产量统计96图表 60 2010-2016年重庆市啤酒消费量统计96图表 61 2010-2016年贵州省啤酒产量统计97图表 62 2010-2016年贵州省啤酒消费量统计97图表 63 2013-2016年中国啤酒生产企业市场份额情况98图表 64 2013-2016年中国啤酒品牌市场占有率情况99图表 65 中国啤酒企业竞争格局205图表 66 2010-2016年中国啤酒企业扩张模式统计209图表 67 百威英博主要产能及扩张方向统计212图表 68 雪花啤酒“雪花脸谱”基本情况212图表 69 雪花脸谱啤酒产品图213图表 70 雪花啤酒主要产能及扩张方向统计214图表 71 哈尔滨清凉啤酒基本情况216图表 72 哈尔滨啤酒清凉217图表 73 嘉士伯精酿拉格啤酒Korev产品图218图表 74 嘉士伯精酿拉格啤酒Frontier产品图218图表 75 金星原浆啤酒价格表219图表 76 金星原浆啤酒产品图219图表 77 青岛啤酒股份有限公司啤酒产品情况统计220图表 78 2013-2017年青岛啤酒股份有限公司啤酒销售情况统计221图表 79 2017年青岛啤酒股份有限公司分产品情况表221图表 80 2013-2017年青岛啤酒股份有限公司收入及利润统计221图表 81 2017年青岛啤酒股份有限公司分地区情况表222图表 82 华润啤酒（控股）有限公司雪花啤酒情况统计224图表 83 2013-2017年华润啤酒（控股）有限公司啤酒产销情况统计225图表 84 2013-2017年华润啤酒（控股）有限公司收入及利润统计225图表 85 北京燕京啤酒股份有限公司啤酒产品系列统计227图表 86 2013-2017年北京燕京啤酒股份有限公司啤酒销量统计228图表 87 2017年北京燕京啤酒股份有限公司分产品情况表228图表 88 2013-2017年北京燕京啤酒股份有限公司收入及利润统计228图表 89 2017年北京燕京啤酒股份有限公司分地区情况表229图表 90 广州珠江啤酒股份有限公司啤酒产品情况统计231图表 91 2013-2017年广州珠江啤酒股份有限公司啤酒销量统计232图表 92 2017年广州珠江啤酒股份有限公司分产品情况表232图表 93 2017年广州珠江啤酒股份有限公司业务结构情况232图表 94 2013-2017年广州珠江啤酒股份有限公司收入及利润统计233图表 95 2017年广州珠江啤酒股份



有限公司分地区情况表233图表 96 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司啤酒产品情况235图表 97  
2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司啤酒产销情况统计235图表 98 2016年福建省燕  
京惠泉啤酒股份有限公司分产品情况表236图表 99 2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司  
业务结构情况236图表 100 2013-2017年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司收入及利润统计236  
图表 101 2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分地区情况表237图表 102 重庆啤酒股份有  
限公司啤酒情况表238图表 103 2013-2016年重庆啤酒股份有限公司啤酒销量情况统计238图表  
104 2016年重庆啤酒股份有限公司分行业分产品情况表239图表 105 2013-2017年重庆啤酒股份  
有限公司收入及利润统计239图表 106 2016年重庆啤酒股份有限公司分地区情况表239图表 107  
2012-2016年肇庆蓝带啤酒有限公司收入及利润统计241图表 108 百威英博雪津啤酒有限公司啤  
酒产品情况统计243图表 109 2012-2016年百威英博雪津啤酒有限公司收入及利润情况243图表  
110 三得利啤酒（上海）有限公司主要啤酒产品列表245图表 111 2012-2016年三得利啤酒（上  
海）有限公司收入和利润统计情况246图表 112 哈尔滨啤酒集团有限公司主要啤酒产品列  
表247图表 113 哈尔滨啤酒集团有限公司主要啤酒产品列表249图表 114 2013-2017年燕京啤酒  
（桂林漓泉）股份有限公司收入及利润情况249图表 115 金星啤酒集团有限公司主要啤酒产品  
列表251图表 116 2013-2016年金星啤酒集团有限公司啤酒产量统计252图表 117 2012-2016年金  
星啤酒集团有限公司收入及利润情况252图表 118 2012-2016年百威（武汉）国际啤酒有限公司  
收入及利润情况254图表 119 中国啤酒市场消费趋势255图表 120 中国消费结构正在由金字塔  
型转向纺锤形258图表 121 2014年和2020年中国啤酒高中低端产品的销售变化259图表 122 中国  
及部分国家生啤占有率示意图259图表 123 2018-2024年中国啤酒产量预测趋势图260图表 124  
2018-2024年中国啤酒零售量预测趋势图260图表 125 2018-2024年中国啤酒行业销售收入预测趋  
势图261

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/M93271CO9W.html>