

2016-2022年中国啤酒花市 场前景研究与投资战略数据研究中心报告

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年中国啤酒花市场前景研究与投资战略数据研究中心报告》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/Q36189PL0G.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

啤酒花，又名忽布、香蛇麻花、酒花、野酒花、唐草花等，是多年生雌雄异株植物，只有雌性花序用于啤酒生产，赋予啤酒香味和防腐的特性。啤酒花不仅是酿造啤酒的原料，而且也是一种药材，据报道啤酒花可以防腐、止痛、健胃、化痰止咳、安神、腹泻，还可用于消化不良、失眠、肺结核、胸膜炎、麻风病等。最新医学研究证实啤酒花还可治疗糖尿病和预防癌症。此外，啤酒花还能做食品加工的添加剂及造纸和纺织原料。

2013年中国啤酒花产量为1.13万吨，2014年国内产量在1.25万吨左右，国内啤酒花单产水平达到3.05吨/公顷，远高于同期全球平均水平。

《2016-2022年中国啤酒花市场前景研究与投资战略数据研究中心报告》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。

报告揭示了啤酒花行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国啤酒花做了重点企业经营状况分析，并分析了中国啤酒花行业发展前景预测。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：

第一章世界啤酒花行业发展综述

第一节世界啤酒花行业发展状况

一、世界啤酒花市场发展现状

啤酒花，又名忽布、香蛇麻花、酒花、野酒花、唐草花等，是多年生雌雄异株植物，只有雌性花序用于啤酒生产，赋予啤酒香味和防腐的特性。啤酒花不仅是酿造啤酒的原料，而且也是一种药材，据报道啤酒花可以防腐、止痛、健胃、化痰止咳、安神、腹泻，还可用于消化不良、失眠、肺结核、胸膜炎、麻风病等。最新医学研究证实啤酒花还可治疗糖尿病和预防癌症。此外，啤酒花还能做食品加工的添加剂及造纸和纺织原料。

啤酒花主要分布于北半球，北纬30°-60°之间的区域，集中于欧洲、亚洲和北美，仅有1变种在北非的摩洛哥有分布。

根据FAO统计数据，2013年全球啤酒花产量为10.98万吨，全球啤酒花单产水平为1.45吨/公顷。2014年全球啤酒花产量约为11.5万吨，单产在1.5吨/公顷左右。当中欧洲北美啤酒花产量占

全球总产量的65%以上。

二、世界啤酒花需求分析

三、世界啤酒花市场规模

第二节世界啤酒花行业技术分析

一、世界啤酒花行业技术现状

二、世界啤酒花行业技术发展趋势

第二章中国啤酒花行业发展环境分析及展望

第一节中国宏观经济运行情况

一、国民生产总值（GDP）

二、工业生产与效益情况

三、固定资产投资情况

第二节中国宏观经济发展环境展望

一、中国GDP预测

二、中国固定资产投资预测

三、中国对外贸易总额预测

四、影响中国工业经济发展的主要因素

第三章2014-2015年中国啤酒花行业发展现状综述

第一节中国啤酒花行业界定及主要产品

第二节中国啤酒花行业产业链分析

第四章2014-2015年中国啤酒花行业发展状况分析

一、2014-2015年中国啤酒花市场供给分析

啤酒花是生产啤酒不可替代的核心原料之一，啤酒在中国逐渐得到发展以后，啤酒花的种植与加工也随之引入中国，在中国的种植历史已达半个世纪。啤酒花产业在我国属于完全市场化的产业，市场经济下的供求关系转换相当明显，供大于求时，价格持续走低，供给不足时价格则快速攀升，在传统种植模式下，由于种植农户的信息闭塞而缺少预见性，因此，反映在供求关系上，就是供给远滞后于需求，价格呈现出周期性的大幅波动，产生这种波幅的实质就是生产力落后的体现。因此，我国啤酒花产业的根源性问题是：生产方式落后和供求关系脱节。

几十年来，我国啤酒花的品种与种植模式基本没变，一直是引人时的品种和模式，仍以密集型的人工劳作为主，延续着几十年前的水平、而德国、美国几于年来的品种推陈出新，种植模式得到优化，机械化程度不断提高，用工量为我国的5%。以美国金色农场为例，7800亩种植面积，采收时每天120人作业，历时六周，合计用工5040个。其余田间管理时间六个半月，每天平均用工80人，合计用工15600个，全年用工总量控制在21000个以内(包括酒花烘烤、打包在内，平均用工2.6个工/亩)。

而我国仅种植环节就需30个工/亩以上，如计入采收和烘烤工序，约需52个工/亩。对比之下，啤酒花种植业发达国家的产品成本低，质量好，售价高，产品大量进入国际市场。近几年我国进口的啤酒花产品日益增多，我国的啤酒花产业面临巨大的生存压力。

啤酒花的生长需要光照时间长，昼夜温差大等条件。甘肃省因为具有独特的区位优势 and 气候条件，已成为中国啤酒花生产最适宜的区域之一。黑龙江、辽宁、山东等地在六、七十年代均有啤酒花种植，现均已弃耕，目前已逐渐集中到我国的西北地区。和美国的种植情况类似，由原来的多州种植转移到西北角的俄勒冈州和华盛顿州。

2013年中国啤酒花产量为1.13万吨，2014年国内产量在1.25万吨左右，国内啤酒花单产水平达到3.05吨/公顷，远高于同期全球平均水平。

二、2014-2015年中国啤酒花市场重点地区供给分析

三、2014-2015年中国啤酒花行业集中度分析

四、2014-2015年中国啤酒花市场需求分析

根据中国海关统计数据：2014年我国啤酒花进口数量为3374.6吨，进口总金额为3192.9万美元；出口数量为32.33吨，出口总金额为14.93万美元。

综合中国海关及世界粮食组织统计数据：我国啤酒花表观消费量从1993年的1.03万吨增长至2014年的1.58万吨。

五、2014-2015年中国啤酒花市场需求重点地区分析

第五章中国啤酒花产业总体发展状况

第一节中国啤酒花产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

四、产业市场规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节 国际竞争力比较

第五节 市场集中度分析

第六章 中国啤酒花行业区域市场营销策略分析

第一节 华北地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

二、啤酒花行业区域市场规模情况分析

三、啤酒花行业区域市场需求情况分析

四、啤酒花行业区域发展前景预测

五、啤酒花行业区域营销现状分析

第二节 华东地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

二、啤酒花行业区域市场规模情况分析

三、啤酒花行业区域市场需求情况分析

四、啤酒花行业区域发展前景预测

五、啤酒花行业区域营销现状分析

第三节 华南地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

二、啤酒花行业区域市场规模情况分析

三、啤酒花行业区域市场需求情况分析

四、啤酒花行业区域发展前景预测

五、啤酒花行业区域营销现状分析

第四节 东北地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

二、啤酒花行业区域市场规模情况分析

三、啤酒花行业区域市场需求情况分析

四、啤酒花行业区域发展前景预测

五、啤酒花行业区域营销现状分析

第五节西南地区

- 一、啤酒花行业区域发展现状分析
- 二、啤酒花行业区域市场规模情况分析
- 三、啤酒花行业区域市场需求情况分析
- 四、啤酒花行业区域发展前景预测
- 五、啤酒花行业区域营销现状分析

第六节西北地区

- 一、啤酒花行业区域发展现状分析
- 二、啤酒花行业区域市场规模情况分析
- 三、啤酒花行业区域市场需求情况分析
- 四、啤酒花行业区域发展前景预测
- 五、啤酒花行业区域营销现状分析

第七节重点城市

第七章啤酒花行业上下游产业分析

第一节啤酒花上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对啤酒花行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对啤酒花行业的意义

第二节啤酒花下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业新动态及其对啤酒花行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对啤酒花行业的意义

第八章啤酒花企业竞争策略分析

第一节啤酒花市场竞争策略分析

第二节啤酒花企业竞争策略分析

- 一、2014-2018年中国啤酒花市场竞争趋势
- 二、2014-2018年啤酒花行业竞争策略分析

第九章中国啤酒花行业重点企业产品营销状况对比分析（3-5家企业）

一、A企业

- 1、企业基本介绍
- 2、产品结构分析
- 3、产品价格分析
- 4、销售渠道分析
- 5、市场营销区域分析
- 6、主要客户分析
- 7、未来营销策略发展趋势

第十章啤酒花行业发展策略分析

第一节啤酒花市场策略分析

- 一、啤酒花价格策略分析
- 二、啤酒花渠道策略分析

第二节啤酒花销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节提高啤酒花企业竞争力的策略

- 一、影响啤酒花企业核心竞争力的因素及提升途径
- 二、提高啤酒花企业核心竞争力的策略

第四节对我国啤酒花品牌的战略思考

- 一、啤酒花实施品牌战略的意义
- 二、啤酒花企业品牌现状分析
- 三、啤酒花品牌战略管理策略（zyyzg）

第十一章中国啤酒花行业投资价值与投资策略分析

第一节啤酒花行业SWOT模型分析

- 一、啤酒花优势分析
- 二、啤酒花劣势分析
- 三、啤酒花机会分析

四、啤酒花风险分析

第二节啤酒花行业投资价值

一、啤酒花行业发展前景分析

二、啤酒花投资机会分析

第三节啤酒花行业投资风险分析

一、啤酒花市场竞争风险

二、啤酒花未来市场需求

三、啤酒花技术风险分析

四、啤酒花政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节啤酒花行业投资策略分析

一、啤酒花行业重点投资品种分析

二、啤酒花行业重点投资地区分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/Q36189PL0G.html>