

2015-2020年中国啤酒市场 全景调查与行业前景预测报告

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

《2015-2020年中国啤酒市场全景调查与行业前景预测报告》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/V8189429IP.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

我国啤酒行业自80年代以来，经历了多年的快速成长，啤酒产量迅速提高，在近几年连续的扩张、兼并、整合后，我国啤酒规模化进程基本完成，形成了华润、百威、青岛、燕京和嘉士伯五大集团，以及金星、珠江等中型集团和众多中小型啤酒企业的格局。在多年的高速发展之后，我国啤酒行业进入稳定增长期：根据国家统计局数据，我国啤酒产量由2005年的3,126.05万千升增长至2014年的4,921.85万千升，复合增长率达到5.1%。

啤酒行业经过多年并购整合，行业集中度不断提高，前五大啤酒企业市场份额（CR5）由2008年的60%提升至2013年的72%。

报告目录：

第一章啤酒行业相关概述

第一节啤酒行业发展概述

第二节啤酒行业发展特征

第三节啤酒行业经营模式分析

第四节啤酒行业生命周期分析

第二章2014年中国啤酒行业发展环境分析

第一节2014年中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、居民消费价格变化分析

第二节中国啤酒行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、产业相关政策影响

第三节中国啤酒行业社会环境分析

一、人口规模及结构分析

二、城镇化进程趋势分析

三、城乡居民收入增长分析

第三章2012-2013年中国啤酒市场规模分析

第一节中国啤酒市场销售情况分析

一、2010-2014年中国啤酒零售量分析

二、2015-2020年中国啤酒零售量预测

第二节中国啤酒市场规模分析

一、2010-2014年中国啤酒零售额分析

二、2015-2020年中国啤酒零售额预测

第四章2010-2014年中国啤酒细分产品市场分析

一、2010-2014年产品A零售规模分析

二、2010-2014年产品B零售规模分析

三、2010-2014年产品C零售规模分析

四、2010-2014年产品B零售规模分析

五、2010-2014年产品C零售规模分析

第五章2013-2014年度啤酒重点品牌市场份额（以零售额计算）

一、品牌1市场份额分析

二、品牌2市场份额分析

三、品牌3市场份额分析

四、品牌4市场份额分析

五、品牌5市场份额分析

第六章2013-2014年度啤酒重点企业市场份额（以零售额计算）

一、企业1市场份额分析

二、企业2市场份额分析

三、企业3市场份额分析

四、企业4市场份额分析

五、企业5市场份额分析

第七章中国啤酒市场营销策略与趋势分析

第一节啤酒产品开发与定位策略

- 一、产品组合策略
- 二、产品生命周期
- 三、新产品开发策略
- 四、产品包装决策
- 五、产品线扩展策略

第二节啤酒品牌宣传推广策略分析

- 一、消费者互动的推广
- 二、新闻广告品牌推广
- 三、事件营销品牌推广
- 四、网络营销品牌推广
- 五、活动赞助品牌推广
- 六、口碑传播品牌推广

第三节啤酒企业销售促进策略分析

- 一、特价折扣促销策略
- 二、赠品礼品促销策略
- 三、购物返券促销策略
- 四、购物抽奖促销策略
- 五、现场演示促销策略
- 六、有奖竞赛促销策略
- 七、消费卡促销策略分析

第四节啤酒企业营销发展趋势分析

- 一、战略营销
- 二、精确营销
- 三、体验营销
- 四、服务营销
- 五、网络营销

第八章中国啤酒重点企业竞争力分析

第一节企业一

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 企业二

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第六节 企业六

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第七节企业七

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第八节企业八

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第九章2015-2020年中国啤酒行业发展趋势与前景分析

第一节2015-2020年中国啤酒行业投资前景分析

一、啤酒行业发展前景

二、啤酒发展趋势分析

三、啤酒市场前景分析

第二节2015-2020年中国啤酒行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、原料市场风险

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节2015-2020年中国啤酒行业投资策略及建议

第十章啤酒行业商业模式构建与创新策略

第一节啤酒行业商业模式构建分析

一、商业定位分析

二、客户价值挖掘

三、业务系统建立

四、盈利模式设计

五、资源能力整合

六、财务结构设计

七、商业价值实现

第二节啤酒行业商业模式成功要素分析

一、产品质量控制

二、差异化的管理

三、技术创新分析

四、品牌发展战略

第三节啤酒行业商业模式创新路径分析

一、企业重新定位

二、挖掘企业潜能

三、重整产业链条

四、重建价值网络

五、创新盈利模式

六、提升学习能力

第四节啤酒行业商业模式创新战略分析（ZY LXY）

一、价值链创新战略分析

二、供应链体系创新战略

图表目录：

图表2010-2014年中国啤酒零售量（Volume）变化趋势图

图表2015-2020年中国啤酒零售量（Volume）预测趋势图

图表2010-2014年中国啤酒零售额（Value）变化趋势图

图表2015-2020年中国啤酒零售额（Value）预测趋势图

图表2013-2014年度中国啤酒重点企业市场份额统计

图表2013-2014年度中国啤酒重点品牌市场份额统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/V8189429IP.html>