

2018-2024年中国精酿啤酒 产业深度调研与投资战略分析报告

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

《2018-2024年中国精酿啤酒产业深度调研与投资战略分析报告》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/X05043K6K5.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

根据中国酒业协会的统计报告，我国仅仅2016年1月至9月的进口啤酒量就逼近了2015年全年统计数据，夏季和欧洲杯的影响直接导致上半年进口同比增长46%，形势大大好于国内各个大型酒厂产销量。同期，中国总体啤酒产量却下降了3.6%。对比下以精酿啤酒为代表的进口啤酒增长势头着实令人可喜，本土精酿品牌的增长速度也绝不逊于进口品牌。

据不完全统计，目前国内做精酿啤酒的作坊(包括个人)和企业加起来估计有3000-5000家。不过，这些作坊和企业的规模都非常小。即使加上国内大型啤酒企业的产量，精酿啤酒的总销售额占比不到整个啤酒销售额的1%。

近三年，精酿市场以每年40%的速度在逆势增长。未来几年，精酿市场的份额有望提升至全部啤酒市场的3%。

随着中国经济的持续稳定增长，国内啤酒行业的消费升级带动产品结构优化和价格提升，啤酒市场消费由增量向增质转变，差异化、低浓度、高品质啤酒成消费趋势，中高端啤酒实现加速增长。以精酿啤酒为代表的高附加值产品成为行业加码对象。北京、上海、成都、武汉、重庆、南京等一线城市，精酿啤酒在市场上表现活跃，同时精酿啤酒也逐渐渗透二三线城市啤酒市场，西藏、宁夏等地也出现本土精酿品牌身影。

国产精酿啤酒在近几年才真正兴起，仍属小众产业，既未形成成熟产业链，也没有规模化运营。精酿啤酒现在属于中国啤酒消费的顶端产品，随着中产阶级新生代崛起以及商务人群消费需求，精酿啤酒将逐渐发展成规模、产业链成熟的高端啤酒产业。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 精酿啤酒行业发展综述12

第一节 精酿啤酒行业定义及分类12

一、行业定义12

二、行业产品/服务分类12

三、行业主要商业模式21

第二节 精酿啤酒行业特征分析21

一、产业链分析21

二、精酿啤酒行业在产业链中的地位22

三、精酿啤酒行业生命周期分析23

1、行业生命周期理论基础23

2、精酿啤酒行业生命周期24

第三节 最近3-5年中国精酿啤酒行业经济指标分析25

- 一、赢利性25
- 二、成长速度25
- 三、附加值的提升空间25
- 四、进入壁垒 / 退出机制26
- 五、区域和年龄消费分布26
- 六、行业周期27
- 七、竞争激烈程度指标27
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析28

第二章 精酿啤酒行业运行环境（PEST）分析29

第一节 精酿啤酒行业政治法律环境分析29

- 一、行业管理体制分析29
- 二、行业主要法律法规31
- 三、行业相关发展规划33

第二节 精酿啤酒行业经济环境分析34

- 一、国际宏观经济形势分析34
- 二、国内宏观经济形势分析38
 - (1) 2016年一季度经济增速高于市场预期38
 - (2) 工业生产缓中趋稳39
 - (3) 农业生产形势总体平稳41
 - (4) 固定资产投资增速稳中有升42
 - (5) 消费品市场稳定增长44
 - (6) 价格水平有所回升45
 - (7) 进出口数据大幅改善47
 - (8) 居民收入稳定增长47
 - (10) 国家外汇储备余额显著下降50

三、产业宏观经济环境分析51

- 1、政治法律环境 51
- 2、经济环境 52
- 3、技术环境 53

4、社会文化环境 53

第三节 精酿啤酒行业社会环境分析54

- 一、精酿啤酒产业社会环境54
- 二、社会环境对行业的影响55
- 三、精酿啤酒产业发展对社会发展的影响55

第四节 精酿啤酒行业技术环境分析56

- 一、精酿啤酒技术分析56
- 二、精酿啤酒技术发展水平59
- 三、行业主要技术发展趋势60

第二部分 行业深度分析

第三章 我国精酿啤酒行业运行分析61

第一节 我国精酿啤酒行业发展状况分析61

- 一、我国精酿啤酒行业发展阶段61
- 二、我国精酿啤酒行业发展总体概况61
- 三、我国精酿啤酒行业发展特点分析62

第二节 2014-2016年精酿啤酒行业发展现状63

- 一、2014-2016年我国精酿啤酒行业市场规模63
- 二、2014-2016年我国精酿啤酒行业发展分析63
- 三、2014-2016年中国精酿啤酒企业发展分析63

第三节 区域市场分析65

- 一、区域市场分布总体情况65
- 二、2014-2016年重点省市市场分析65

第四节 精酿啤酒细分产品/服务市场分析66

- 一、细分产品/服务特色66
- 二、2014-2016年细分产品/服务市场规模及增速67
- 三、重点细分产品/服务市场前景预测68

第五节 精酿啤酒产品/服务价格分析69

- 一、2014-2016年精酿啤酒价格走势69
- 二、影响精酿啤酒价格的关键因素分析69

1、成本69

2、供需情况70

- 3、关联产品70
- 4、其他71
- 三、2018-2024年精酿啤酒产品/服务价格变化趋势71
- 四、主要精酿啤酒企业价位及价格策略71

第四章 我国精酿啤酒行业整体运行指标分析72

第一节 2014-2016年中国精酿啤酒行业总体规模分析72

- 一、企业数量结构分析72
- 二、人员规模状况分析72
- 三、行业资产规模分析73
- 四、行业市场规模分析73

第二节 2014-2016年中国精酿啤酒行业运营情况分析74

- 一、我国精酿啤酒行业营收分析74
- 二、我国精酿啤酒行业成本分析74
- 三、我国精酿啤酒行业利润分析75

第三节 2014-2016年中国精酿啤酒行业财务指标总体分析75

- 一、行业盈利能力分析75
- 二、行业偿债能力分析76
- 三、行业营运能力分析76
- 四、行业发展能力分析77

第五章 我国精酿啤酒行业供需形势分析78

第一节 精酿啤酒行业供给分析78

- 一、2014-2016年精酿啤酒行业供给分析78
- 二、2018-2024年精酿啤酒行业供给变化趋势78
- 三、精酿啤酒行业区域供给分析78

第二节 2014-2016年我国精酿啤酒行业需求情况79

- 一、精酿啤酒行业需求市场79
- 二、精酿啤酒行业客户结构79
- 三、精酿啤酒行业需求的地区差异80

第三节 精酿啤酒市场应用及需求预测80

- 一、精酿啤酒应用市场总体需求分析80

- 1、精酿啤酒应用市场需求特征80
- 2、精酿啤酒应用市场需求总规模81
- 二、2018-2024年精酿啤酒行业领域需求量预测81
- 1、2018-2024年精酿啤酒行业领域需求产品/服务功能预测81
- 2、2018-2024年精酿啤酒行业领域需求产品/服务市场格局预测82
- 三、重点行业精酿啤酒产品/服务需求分析预测82

第三部分 产业结构分析

第六章 精酿啤酒行业产业结构分析85

第一节 精酿啤酒产业结构分析85

- 一、市场细分充分程度分析85
- 二、各细分市场占总市场的结构比例85
- 三、企业分布结构分析86

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析87

- 一、产业价值链的构成87
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析87

第三节 产业结构发展预测88

- 一、产业结构调整指导政策分析88
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素89
- 三、中国精酿啤酒行业参与国际竞争的战略市场定位89
- 四、精酿啤酒产业结构调整方向分析90
- 五、建议90

第七章 我国精酿啤酒行业产业链分析92

第一节 精酿啤酒行业产业链分析92

- 一、产业链结构分析92
- 二、主要环节的增值空间92
- 三、与上下游行业之间的关联性93

第二节 精酿啤酒上游行业分析93

- 一、精酿啤酒产品成本构成93
- 二、2014-2016年上游行业发展现状95
- 三、2018-2024年上游行业发展趋势98

四、上游供给对精酿啤酒行业的影响100

第三节 精酿啤酒下游行业分析100

一、精酿啤酒下游行业分布100

二、2014-2016年下游行业发展现状100

三、2018-2024年下游行业发展趋势103

四、下游需求对精酿啤酒行业的影响104

第八章 我国精酿啤酒行业渠道分析及策略105

第一节 精酿啤酒行业渠道分析105

一、渠道形式及对比105

二、渠道对精酿啤酒行业的影响105

三、精酿啤酒企业渠道策略研究105

四、区域主要代理商情况106

第二节 精酿啤酒行业用户分析106

一、用户认知程度分析106

二、用户需求特点分析106

三、用户购买途径分析107

第三节 精酿啤酒行业营销策略分析108

一、中国精酿啤酒营销概况108

二、精酿啤酒营销策略探讨108

三、精酿啤酒营销发展趋势121

第四部分 竞争格局分析

第九章 我国精酿啤酒行业竞争形势及策略122

第一节 行业总体市场竞争状况分析122

一、精酿啤酒行业竞争结构分析122

1、现有企业间竞争122

2、潜在进入者分析122

3、替代品威胁分析123

4、供应商议价能力123

5、客户议价能力123

6、竞争结构特点总结123

二、精酿啤酒行业企业间竞争格局分析123

三、精酿啤酒行业集中度分析124

四、精酿啤酒行业SWOT分析125

第二节 中国精酿啤酒行业竞争格局综述128

一、精酿啤酒行业竞争概况128

1、中国精酿啤酒行业竞争格局128

2、精酿啤酒行业未来竞争格局和特点129

3、精酿啤酒市场进入及竞争对手分析130

二、中国精酿啤酒行业竞争力分析130

1、我国精酿啤酒行业竞争力剖析130

2、我国精酿啤酒企业市场竞争的优势131

3、国内精酿啤酒企业竞争能力提升途径131

三、精酿啤酒市场竞争策略分析131

第十章 精酿啤酒行业领先企业经营形势分析132

第一节 熊猫精酿132

一、企业概况132

二、企业优势分析132

三、产品/服务特色132

四、2014-2016年经营状况133

五、2018-2024年发展规划133

第二节 青岛啤酒股份有限公司133

一、企业概况133

二、企业优势分析134

三、产品/服务特色134

四、2014-2016年经营状况135

五、2018-2024年发展规划137

第三节 南京高大师啤酒有限公司137

一、企业概况137

二、企业优势分析138

三、产品/服务特色138

四、企业发展历程139

五、2016年企业大事件140

第四节 上海莱宝啤酒酿造有限公司142

一、企业概况142

二、企业优势分析142

三、产品/服务特色142

四、2018-2024年发展规划143

第五节 大跃啤酒屋143

一、企业概况143

二、企业优势分析143

三、产品/服务特色144

四、2014-2016年经营状况144

五、2018-2024年发展规划144

第六节 青岛威沃啤酒饮料生物科技有限公司144

一、企业概况144

二、企业优势分析145

三、产品/服务特色145

四、2014-2016年经营状况145

五、2018-2024年发展规划145

第七节 燕鹰啤酒有限公司146

一、企业概况146

二、企业优势分析146

三、产品/服务特色146

四、2014-2016年经营状况146

五、2018-2024年发展规划147

第八节 黑龙江商和精酿啤酒饮品有限公司147

一、企业概况147

二、企业优势分析148

三、企业项目148

四、2014-2016年经营状况148

第九节 台北啤酒头148

一、企业概况148

二、产品/服务特色148

第十节 望和多彩原浆啤酒有限公司149

一、企业概况149

二、企业优势分析149

三、产品/服务特色149

四、2014-2016年市场状况分析150

五、2018-2024年发展规划151

第五部分 发展前景展望

第十一章 2018-2024年精酿啤酒行业投资前景152

第一节 2018-2024年精酿啤酒市场发展前景152

一、2018-2024年精酿啤酒市场发展潜力152

二、2018-2024年精酿啤酒市场发展前景展望152

三、2018-2024年精酿啤酒细分行业发展前景分析153

第二节 2018-2024年精酿啤酒市场发展趋势预测154

一、2018-2024年精酿啤酒行业发展趋势154

二、2018-2024年精酿啤酒市场规模预测155

三、2018-2024年精酿啤酒行业应用趋势预测155

四、2018-2024年细分市场发展趋势预测155

第三节 2018-2024年中国精酿啤酒行业供需预测156

一、2018-2024年中国精酿啤酒行业供给预测156

二、2018-2024年中国精酿啤酒行业需求预测156

三、2018-2024年中国精酿啤酒供需平衡预测156

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势157

一、市场整合成长趋势157

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测157

三、企业区域市场拓展的趋势157

四、科研开发趋势及替代技术进展157

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势158

第十二章 2018-2024年精酿啤酒行业投资机会与风险159

第一节 精酿啤酒行业投融资情况159

一、行业资金渠道分析159

二、固定资产投资分析	159
三、兼并重组情况分析	160
第二节 2018-2024年精酿啤酒行业投资机会	160
一、产业链投资机会	160
二、细分市场投资机会	162
三、重点区域投资机会	163
第三节 2018-2024年精酿啤酒行业投资风险及防范	163
一、政策风险及防范	163
二、技术风险及防范	164
三、供求风险及防范	165
四、宏观经济波动风险及防范	165
五、关联产业风险及防范	167
六、产品结构风险及防范	169
七、其他风险及防范	169
第十三章 精酿啤酒行业投资战略研究	172
第一节 精酿啤酒行业发展战略研究	172
一、战略综合规划	172
二、技术开发战略	173
三、业务组合战略	175
四、区域战略规划	177
五、产业战略规划	178
六、营销品牌战略	178
七、竞争战略规划	179
第二节 对我国精酿啤酒品牌的战略思考	181
一、精酿啤酒品牌的重要性	181
二、精酿啤酒实施品牌战略的意义	182
三、精酿啤酒企业品牌的现状分析	183
四、我国精酿啤酒企业的品牌战略	185
五、精酿啤酒品牌战略管理的策略	187
第三节 精酿啤酒经营策略分析	191
一、精酿啤酒市场细分策略	191

- 二、精酿啤酒市场创新策略193
- 三、品牌定位与品类规划195
- 四、精酿啤酒新产品差异化战略196
- 第四节 精酿啤酒行业投资战略研究198
 - 一、2017年精酿啤酒行业投资战略198
 - 二、2018-2024年精酿啤酒行业投资战略199
 - 三、2018-2024年细分行业投资战略200

第十四章 研究结论及投资建议201

- 第一节 精酿啤酒行业研究结论201
- 第二节 精酿啤酒行业投资价值评估202
- 第三节 精酿啤酒行业投资建议203
 - 一、行业发展策略建议203
 - 二、行业投资方向建议204
 - 三、行业投资方式建议205

图表目录

- 图表：啤酒生产流程分析20
- 图表：精酿啤酒与工业啤酒的区别20
- 图表：行业生命周期理论21
- 图表：2017年精酿啤酒区域关注度24
- 图表：2017年精酿啤酒年龄层次关注度25
- 图表：2011-2017年啤酒行业市场关注度26
- 图表：2011-2017年精酿啤酒行业市场关注度26
- 图表：2011-2016年Q1美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%）33
- 图表：2011-2016年Q1欧元区（19国）、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（经季节性调整，单位：%）34
- 图表：2011年-2016年3月日本CPI变化（单位：%）35
- 图表：2008-2016年Q1我国季度GDP增长率(单位：%)36
- 图表：2010-2016年Q1我国三次产业增加值季度增长率(单位：%)37
- 图表：2009-2016年3月我国工业增加值走势图(单位：%)39

图表：2013-2015年我国粮食产量40

图表：2009-2016年3月固定资产投资走势图（单位：%）41

图表：2011-2016年3月我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率（单位：%）41

图表：2010-2016年3月我国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元%）42

图表：2009-2016年3月我国社会消费品零售总额构成走势图（单位：%）43

图表：2009-2016年3月我国CPI、PPI运行趋势（单位：%）44

图表：2008年-2016年3月企业商品价格指数走势（2015年同期为100）44

图表：2009-2016年3月进出口走势图（单位：%）45

图表：2011-2016年3月我国货币供应量（单位：万亿元）47

图表：2010-2016年3月我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元%）47

图表：2009-2016年3月我国月度新增贷款量（单位：亿元）48

图表：2008-2016年一季度我国外汇储备（单位：亿美元）49

图表：精酿啤酒发酵工艺装备55

图表：我国精酿啤酒相关企业地域分布67

图表：我国精酿啤酒相关企业成立时间分布68

图表：精酿啤酒行业产业链构成73

图表：美国精酿啤酒成本构成75

图表：美国精酿啤酒物流包装成本分析75

图表：我国精酿啤酒企业分布105

图表：青岛啤酒股份有限公司经营状况116

图表：燕鹰啤酒有限公司分公司分布128

图表：部分精酿啤酒类别苦味值分布136

图表：精酿啤酒主要口味136

图表：2016年我国精酿啤酒相关企业分布137

图表：我国精酿啤酒主要品牌159

图表：四种基本的品牌战略165

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/X05043K6K5.html>