

# 2016-2022年中国啤酒行业 深度调研与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国啤酒行业深度调研与发展趋势研究报告》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/Z227199JZ2.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

在中国国内消费的黄金时期，社会消费品零售总额从2000年的3.9万亿元增长到2015年的30.1万亿元，增长6.7倍，而啤酒行业销售额同期增长3.3倍，啤酒吨酒价格增长不到1倍。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国啤酒行业深度调研与发展趋势研究报告》共十二章。首先介绍了啤酒产业相关概念及发展环境，接着分析了中国啤酒行业规模及消费需求，然后对中国啤酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国啤酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国啤酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 世界啤酒行业发展现状分析	21
第一节 世界啤酒市场发展概况	21
一、2015年世界啤酒产量分析	21
二、2015年全球啤酒消费情况	22
三、全球各国人均啤酒消费量分析	23
四、全球各国啤酒行业集中度分析	24
第二节 世界主要国家啤酒市场分析	24
一、美国啤酒市场情况分析	24
（一）美国啤酒市场商分析	24
（二）美国啤酒市场零售分析	26
（三）美国啤酒市场发展动态	27
二、巴西啤酒市场情况分析	27
三、德国啤酒市场情况分析	29
（一）德国啤酒品牌分析	29
（二）德国啤酒市场现状	30
四、俄罗斯啤酒市场情况分析	32
第三节 2014-2015年世界啤酒业新品推出情况	34

- 一、喜力啤酒新品发布 34
- 二、丹麦研发能激发创意啤酒 35
- 三、台湾啤酒推出蜂蜜啤酒热销 35
- 四、朝日啤酒新品“朝日超爽啤酒” 36

## 第二章 中国啤酒行业发展情况分析 37

### 第一节 中国啤酒行业发展情况分析 37

- 一、中国啤酒业发展现状分析 37
- 二、2013年中国啤酒制造行业发展概况 37
- 三、2015年中国啤酒制造行业发展概况 38
- 四、2015年中国啤酒制造行业发展概况 40

### 第二节 中国啤酒制造行业规模分析 41

- 一、企业数量增长分析 41
- 二、资产规模增长分析 41
- 三、销售规模增长分析 42
- 四、利润规模增长分析 43

### 第三节 中国啤酒行业经营效益分析 44

- 一、偿债能力分析 44
- 二、盈利能力分析 44
- 三、毛利率分析 46
- 四、运营能力分析 46

### 第四节 中国啤酒市场供需分析 48

- 一、中国啤酒产量情况 48
- 二、中国啤酒产量区域分析 49
- 三、中国啤酒产量地区分析 50
- 四、中国啤酒消费量分析 51
- 五、中国啤酒市场规模分析 52
- 六、中国啤酒人均消费量 52

### 第五节 中国易拉罐（听装啤酒）市场分析 53

- 一、易拉罐啤酒市场发展概述 53
- 二、易拉罐啤酒产能分析 54
- 三、易拉罐啤酒产量分析 54

## 第六节 啤酒行业相关技术发展情况分析 55

- 一、燕京新技术提升啤酒风味质量 55
- 二、青岛啤酒新技术工艺复原百年精酿 56
- 三、燕京加大互联网领域投入 56

## 第七节 啤酒包装发展现状与趋势 57

- 一、世界啤酒包装创新发展 57
  - (一) 日本麒麟推出最轻啤酒包装 57
  - (二) 百威啤酒20万罐包装完全不同 58
  - (三) 神秘Oculto啤酒在外包装上制造惊喜 58
  - (四) 便于携带的啤酒包装 60
- 二、啤酒包装细分市场分析 60
  - (一) 玻璃瓶 60
  - (二) 易拉罐装啤酒 61
  - (三) PET啤酒瓶 61
- 三、啤酒包装机行业科技走势 62
- 四、PET包装啤酒瓶发展现状 62
- 五、啤酒包装发展趋势分析 64
- 六、啤酒瓶包转市场制胜策略 65

## 第三章 2014-2015年中国啤酒市场分析 67

### 第一节 2015年中国啤酒新品上市情况分析 67

- 一、熊猫精酿啤酒新品发布 67
- 二、北京五星青岛啤酒“百年金樽”上市 68
- 三、珠江啤酒进军精酿市场 69
- 四、蓝带啤酒推出原浆新品 70
- 五、青岛啤酒新品全麦白啤 70

### 第二节 2015年中国啤酒市场动态分析 72

- 一、雪花啤酒呼伦贝尔项目计划 72
- 二、青岛啤酒布局多元化渠道战略试水O2O 72
- 三、燕京啤酒打造啤酒业2.0版 74
- 四、珠江啤酒发力中高端市场 75
- 五、嘉士伯完成对重庆啤酒的要约收购 76

## 六、梅州珠江啤酒深耕东南市场 78

### 第三节 城市啤酒市场分析与进入策略 79

#### 一、城市啤酒市场特点 79

#### 二、城市市场的网络结构 79

#### 三、啤酒企业开拓城市市场策略 80

### 第四节 农村啤酒市场分析与进入策略 83

#### 一、农村啤酒市场分析 83

#### 二、农村啤酒市场的销售特点 84

#### 三、啤酒企业开拓农村啤酒市场策略 85

## 第四章 2014-2015年中国啤酒行业上市公司分析 89

### 第一节 2014-2015年中国啤酒行业上市公司发展环境分析 89

#### 一、2014-2015年啤酒上市公司毛利率分析 89

#### 二、2015年主要啤酒企业上市公司年度数据 89

#### 三、外资参股中国啤酒公司情况 90

#### 四、啤酒取水标准定额对啤酒公司的影响 90

### 第二节 中国啤酒行业上市基本条件和方案 91

#### 一、首发上市法定条件 91

#### 二、证监会审核关注重点 95

#### 三、企业上市中介机构的选择 96

#### 四、上市公司重大资产重组申报工作指引 101

#### 五、如何做好新产品上市前的评估工作 102

### 第三节 啤酒行业兼并收购情况 105

#### 一、百威英博啤酒收购四平金士百啤酒 105

#### 二、百威英博啤酒收购江苏大富豪 105

#### 三、青岛啤酒收购淄博绿兰莎55%的股权 106

#### 四、嘉士伯成功收购重啤集团东部资产 106

## 第五章 2009-2015年中国啤酒产品进出口状况分析 107

### 第一节 2009-2015年中国啤酒产品进口分析 107

#### 一、啤酒进口数量情况 107

#### 二、啤酒进口金额情况 107

三、啤酒进口来源分析	108
四、啤酒进口均价分析	109
第二节 2009-2015年啤酒产品出口分析	109
一、啤酒出口数量情况	109
二、啤酒出口金额情况	110
三、啤酒出口流向分析	110
四、啤酒出口均价分析	111
第六章 2014-2015年中国啤酒区域市场分析	112
第一节 华北地区	112
一、北京啤酒市场	112
二、天津啤酒市场	114
三、河北啤酒市场	117
四、山西啤酒市场	120
五、内蒙古啤酒市场	122
第二节 华东地区	124
一、长三角啤酒市场局势分析	124
二、上海啤酒市场	126
三、浙江啤酒市场	129
四、福建啤酒市场	134
五、山东啤酒市场	139
六、江苏啤酒市场	144
七、安徽啤酒市场	149
八、江西啤酒市场	151
第三节 华南地区	154
一、广东啤酒市场	154
二、深圳啤酒市场	159
三、广西啤酒市场	162
四、海南啤酒市场	165
第四节 华中地区	168
一、河南啤酒市场	168
二、湖南啤酒市场	171

三、湖北啤酒市场 174

第五节 东北地区 177

一、黑龙江啤酒市场 177

二、辽宁啤酒市场 180

三、吉林啤酒市场 184

第六节 西北地区 187

一、西北啤酒市场发展动态 187

二、陕西啤酒市场 190

三、甘肃啤酒市场 192

第七节 西南地区 195

一、云南啤酒市场 195

二、四川啤酒市场 197

三、成都啤酒市场 199

四、重庆啤酒市场 202

五、贵州啤酒市场 205

第七章 中国啤酒消费者调查分析 208

第一节 啤酒消费者消费行为调查分析 208

一、消费者啤酒饮用频率调查情况 208

二、消费者每次饮用啤酒数量情况 208

三、消费者饮用啤酒的场所分析 209

四、啤酒消费者消费动机调查分析 209

五、消费者啤酒消费金额调查分析 210

第二节 啤酒消费者品牌偏好调查分析 210

一、消费者对不同类型啤酒选择偏好分析 210

二、主要啤酒品牌渗透率调研分析 211

三、消费者对啤酒品牌口碑偏好分析 212

第三四节 啤酒消费者满意度调查分析 213

一、啤酒行业满意度分析 213

二、消费者忠诚度分析 215

三、口味是购买关键因素 216

四、品牌感知质量指数 216

- 五、清爽型受女性欢迎 217
- 六、市场消费特征分析 217
- 七、品牌满意度分析 218

## 第八章 国内啤酒主要品牌及企业发展分析 219

### 第一节 主要啤酒品牌分析 219

#### 一、百威啤酒 219

(一) 新上市产品 219

(二) 最新动态 221

(三) 销售策略 222

(四) 市场动作 222

#### 二、雪花啤酒 224

(一) 新上市产品 224

(二) 最新动态 225

(三) 销售策略 225

(四) 市场动作 226

#### 三、珠江啤酒 227

(一) 新上市产品 227

(二) 品牌建设情况 229

#### 四、青岛啤酒 229

#### 五、燕京啤酒 232

#### 六、哈尔滨啤酒 233

#### 七、嘉士伯 234

#### 八、金星啤酒 235

### 第二节 青岛啤酒股份有限公司 237

#### 一、企业发展基本情况 237

#### 二、企业主要产品分析 237

#### 三、企业啤酒销售分析 238

#### 四、企业经营状况分析 239

#### 五、企业销售网络分析 239

#### 六、企业竞争优势分析 240

#### 七、企业发展战略分析 241

### 第三节 华润创业有限公司 241

一、企业发展基本情况 241

二、企业主要产品分析 242

三、企业啤酒产销分析 243

四、企业经营状况分析 243

五、企业销售网络分析 244

六、企业竞争优势分析 245

### 第四节 北京燕京啤酒股份有限公司 246

一、企业发展基本情况 246

二、企业主要产品分析 246

三、企业啤酒销售分析 247

四、企业经营状况分析 247

五、企业销售网络分析 248

六、企业竞争优势分析 249

七、企业发展战略分析 250

### 第五节 广州珠江啤酒股份有限公司 251

一、企业发展基本情况 251

二、企业主要产品分析 251

三、企业经营状况分析 252

四、企业销售网络分析 253

五、企业竞争优势分析 254

### 第六节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 255

一、企业发展基本情况 255

二、企业主要产品分析 256

三、企业啤酒销售分析 256

四、企业经营状况分析 256

五、企业销售网络分析 257

六、企业竞争优势分析 258

### 第七节 重庆啤酒股份有限公司 258

一、企业发展基本情况 258

二、企业主要产品分析 258

三、企业啤酒销量分析 259

四、企业经营状况分析	259
五、企业销售网络分析	260
六、企业竞争优势分析	260
七、企业发展战略分析	261
第八节 新疆啤酒花股份有限公司	261
一、企业发展基本情况	261
二、企业主要产品分析	261
三、企业啤酒收入分析	262
四、企业经营状况分析	262
五、企业销售网络分析	264
六、企业竞争优势分析	264
七、企业发展战略分析	264
第九节 兰州黄河企业股份有限公司	265
一、企业发展基本情况	265
二、企业主要产品分析	265
三、企业啤酒产销分析	266
四、企业经营状况分析	267
五、企业销售网络分析	268
六、企业竞争优势分析	268
七、企业发展战略分析	268
第十节 西藏银河科技发展股份有限公司	269
一、企业发展基本情况	269
二、企业主要产品分析	269
三、企业啤酒产销分析	270
四、企业经营状况分析	270
五、企业销售网络分析	271
六、企业竞争优势分析	271
七、企业发展战略分析	271
第十一节 美国蓝带啤酒	272
一、企业发展基本情况	272
二、企业主要产品分析	272
三、企业经营情况分析	273

四、企业销售网络分析	273
五、企业竞争优势分析	274
第十二节 英博雪津啤酒有限公司	275
一、企业发展基本情况	275
二、企业主要产品分析	275
三、企业经营情况分析	276
四、企业销售网络分析	277
五、企业竞争优势分析	277
第十三节 三得利啤酒（上海）有限公司	278
一、企业发展基本情况	278
二、企业主要产品分析	278
三、企业经营情况分析	279
四、企业销售网络分析	280
五、企业竞争优势分析	280
第十四节 哈尔滨啤酒集团	280
一、企业发展基本情况	280
二、企业主要产品分析	281
三、企业经营情况分析	281
四、企业销售网络分析	282
五、企业竞争优势分析	282
第十五节 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司	283
一、企业发展基本情况	283
二、企业主要产品分析	284
三、企业经营情况分析	284
四、企业销售网络分析	285
五、企业竞争优势分析	285
第十六节 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司	286
一、企业发展基本情况	286
二、企业主要产品分析	286
三、企业经营情况分析	286
四、企业竞争优势分析	287
第十七节 金星啤酒集团有限公司	287

- 一、企业发展基本情况 287
- 二、企业主要产品分析 288
- 三、企业经营情况分析 289
- 四、企业销售网络分析 290
- 五、企业竞争优势分析 290
- 第十八节 百威（武汉）国际啤酒有限公司 291
  - 一、企业发展基本情况 291
  - 二、企业主要产品分析 292
  - 三、企业经营情况分析 292
  - 四、企业销售网络分析 293
  - 五、企业竞争优势分析 293
- 第十九节 南昌亚洲啤酒有限公司 293
  - 一、企业发展基本情况 293
  - 二、企业主要产品分析 294
  - 三、企业经营情况分析 295
  - 四、企业竞争优势分析 295

## 第九章 中国啤酒行业营销策略分析 297

### 第一节 中国啤酒业的营销发展及趋势分析 297

- 一、啤酒业市场营销现状 297
- 二、啤酒业的五种营销模式 298
- 三、啤酒业中的“中国特色” 299
- 四、啤酒业营销创新策略 300
- 五、中国啤酒行业营销模式发展趋势 304
- 六、啤酒营销转型的“策略推进” 305

### 第二节 中国啤酒品牌营销策略研究 308

- 一、中国啤酒品牌营销的现状和问题 309
- 二、中国啤酒品牌营销策略分析 310
- 三、构建区域强势啤酒品牌的实效策略 311
- 四、探寻中高档啤酒的蓝海策略 316
- 五、涨价或是啤酒品牌升级有效策略 317

### 第三节 中国啤酒品牌广告策略研究 317

- 一、中国啤酒企业广告投放存在的问题 317
- 二、中国啤酒品牌广告策略的限制因素 318
- 三、啤酒品牌广告策略之路径 321
- 四、如何缩小国啤与洋啤广告水平差距 323
- 五、中国啤酒广告发展趋势 324
- 第四节 啤酒旺季营销策略分析 325
  - 一、旺季动销的三大助推器 325
  - 二、啤酒旺季营销的八大短板 328
  - 三、啤酒旺季营销策略 331
  - 四、再谈啤酒旺季促销的有效策略 336
  - 五、中小啤酒企业淡季销售的误区与策略 340
- 第五节 啤酒夜场营销策略分析 344
  - 一、啤酒夜场市场特点 344
  - 二、啤酒夜场终端的分类 345
  - 三、国产啤酒在夜场中的现状 346
  - 四、啤酒夜场终端营销策略 348
- 第六节 中国啤酒营销网络策略分析 353
  - 一、目前啤酒市场营销网络存在的问题 353
  - 二、提高现有营销网络效率的有效方法 355
  - 三、啤酒营销网络模式的创新与发展 356
- 第七节 中国啤酒营销案例分析 358
  - 一、华润啤酒营销整合策略 358
  - 二、青岛啤酒——欢乐营销 362
  - 三、燕京啤酒——互联网营销 364
  - 四、雪花啤酒——活动营销 365
  - 五、哈啤的世界杯品牌营销 367
  
- 第十章 中国啤酒行业竞争状况分析 370
  - 第一节 中国啤酒行业竞争格局分析 370
    - 一、啤酒业各整合阶段竞争状况 370
    - 二、啤酒企业线下渠道分析 372
    - 三、啤酒企业互联网+分析 373

第二节 中国啤酒行业竞争态势分析	374
一、啤酒行业竞争格局	374
二、啤酒品牌市场份额	375
三、啤酒业并购扩张情况分析	376
第三节 中国高端啤酒市场竞争分析	378
一、高端啤酒外资品牌占七成	378
二、从抢份额到抢利润	378
三、高端不能仅是价格高	379
第四节 啤酒行业未来竞争趋势分析	380
一、啤酒市场未来竞争格局	380
二、沿海地区产品消费升级	381
三、西部啤酒市场争夺将加剧	381
第十一章 2016-2022年中国啤酒行业发展战略分析	383
第一节 国内啤酒企业品牌传播问题及对策分析	383
一、中国啤酒企业品牌传播现状	383
二、啤酒企业品牌传播存在的问题	385
三、啤酒企业品牌传播对策分析	386
第二节 中国啤酒品牌的蓝海战略研究	390
一、中国啤酒品牌的“蓝海”	390
二、中国目前啤酒品牌态势	391
三、中国啤酒品牌“蓝海”之路堪忧	392
四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议	393
第三节 中国啤酒行业品牌突围策略	396
一、品牌——啤酒市场扩张的软实力	396
二、以资源整合实现品牌化突围	397
三、中小型啤酒企业的发展策略	398
四、中国啤酒区域品牌发展现状	401
五、中国啤酒区域品牌的突围策略	402
第四节 中国啤酒国际化发展策略研究	404
一、中国啤酒企业的国际化风险	404
二、中国啤酒国际化之路初探	407

三、中国啤酒业国际化发展策略 409

第五节 中国啤酒企业发展战略研究 414

一、华润雪花“打通最后一公里”后5000时代新战略 414

二、品牌战略助推华雪啤酒崛起 415

三、千岛湖啤酒以错位竞争战略突围 416

四、青岛啤酒未来发展战略 417

五、燕京啤酒品牌战略效果显著 417

第十二章 2016-2022年中国啤酒行业发展趋势与前景分析 420 (ZY CW)

第一节 2016-2022年中国啤酒行业发展环境分析 420

第二节 2016-2022年中国啤酒产业发展趋势分析 420

一、中国啤酒市场消费趋势分析 420

二、啤酒市场多元化发展趋势分析 421

三、个性化、低浓度啤酒提升女性消费占比 422

四、行业整合及消费升级促进高端啤酒占比 423

五、生啤及产品灌装化是产品升级的主要方向 424

第三节 2016-2022年中国啤酒产业投资风险分析 425

一、市场竞争风险 425

二、市场运营风险 425

三、企业经营风险 425

四、产品质量风险 426

五、环保风险分析 426

第四节 2016-2022年中国啤酒市场发展前景预测分析 426

一、2016-2022年中国啤酒产量预测 426

二、2016-2022年中国啤酒销量预测 427

三、2016-2022年啤酒市场规模预测 427

图表目录：

图表 1 2010-2015年全球啤酒产量情况 21

图表 2 2015年啤酒产量排名前十的国家 22

图表 3 2011-2015年全球啤酒消费量及增长情况 22

图表 4 2015年全球啤酒零售量排名前五的国家 23

图表 5 2015年人均消费啤酒最高的十个国家 23

图表 6 全球啤酒生产厂商CR3集中度情况 24

图表 7 2015年美国顶级啤酒厂前十名 25

图表 8 2009-2015年美国啤酒零售量统计 26

图表 9 美国啤酒企业市场份额情况 26

图表 10 2009-2015年巴西啤酒零售量统计 28

图表 11 2009-2015年德国啤酒零售量统计 31

图表 12 德国啤酒企业市场份额情况 31

图表 13 2009-2015年俄罗斯啤酒零售量统计 32

图表 14 2013年中国啤酒制造行业经济指标统计 38

图表 15 2015年中国啤酒制造行业经济指标统计 39

图表 16 2015年中国啤酒制造行业经济指标统计 40

图表 17 2011-2015年中国啤酒制造企业数量变化趋势图 41

图表 18 2011-2015年中国啤酒制造行业资产总额统计 42

图表 19 2011-2015年中国啤酒制造行业资产变化趋势图 42

图表 20 2011-2015年中国啤酒制造行业销售收入统计 42

图表 21 2011-2015年中国啤酒制造行业销售收入变化趋势图 43

图表 22 2011-2015年中国啤酒制造行业利润总额统计 43

图表 23 2011-2015年中国啤酒制造行业利润变化趋势图 44

图表 24 2011-2015年中国啤酒制造行业资产负债率情况 44

图表 25 2011-2015年中国啤酒制造行业成本费用利润率情况 45

图表 26 2011-2015年中国啤酒制造行业销售利润率情况 45

图表 27 2011-2015年中国啤酒制造行业总资产利润率情况 46

图表 28 2011-2015年中国啤酒制造行业毛利率情况 46

图表 29 2011-2015年中国啤酒制造行业应收账款周转率情况 47

图表 30 2011-2015年中国啤酒制造行业流动资产周转率情况 47

图表 31 2011-2015年中国啤酒制造行业总资产周转率情况 48

图表 32 2010-2015年中国啤酒产量统计 48

图表 33 2010-2015年中国啤酒产量变化趋势图 49

图表 34 2014-2015年中国啤酒分区域产量统计 49

图表 35 2015年中国啤酒分区域产量占比图 50

图表 36 2014-2015年中国各地区啤酒产量统计 50

图表 37 2010-2015年中国啤酒销量变化趋势图 51

图表 38 2010-2015年中国啤酒市场规模增长趋势图 52

图表 39 2010-2015年中国人均啤酒消费量变化趋势图 52

图表 40 2010-2015年中国易拉罐啤酒产量增长趋势图 55

图表 41 Oculito啤酒示意图 59

图表 42 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 60

图表 43 2014-2015年啤酒行业主要上市公司盈利情况 89

图表 44 2015年主要啤酒公司销量情况 90

图表 45 2009-2015年啤酒进口数量统计 107

图表 46 2009-2015年啤酒进口金额统计 107

图表 47 2015年啤酒进口来源地情况 108

图表 48 2015年啤酒进口来源地结构分布图 108

图表 49 2009-2015年啤酒进口均价情况 109

图表 50 2009-2015年啤酒出口数量统计 109

图表 51 2009-2015年啤酒出口金额统计 110

图表 52 2015年啤酒出口流向地情况 110

图表 53 2015年啤酒出口流向地结构分布图 111

图表 54 2009-2015年啤酒出口均价情况 111

图表 55 2010-2015年北京市啤酒产量统计 112

图表 56 2010-2015年北京市啤酒产量增长趋势图 112

图表 57 2010-2015年北京市啤酒消费量变化趋势图 113

图表 58 北京市啤酒品牌渗透率情况 113

图表 59 北京市最经常饮用啤酒品牌比例情况 114

图表 60 2010-2015年天津市啤酒产量统计 115

图表 61 2010-2015年天津市啤酒产量增长趋势图 115

图表 62 2010-2015年天津市啤酒消费量变化趋势图 116

图表 63 天津市啤酒品牌渗透率情况 116

图表 64 天津市最经常饮用啤酒品牌比例情况 117

图表 65 2010-2015年河北省啤酒产量统计 118

图表 66 2010-2015年河北省啤酒产量增长趋势图 118

图表 67 2010-2015年河北省啤酒消费量变化趋势图 119

图表 68 石家庄市啤酒品牌渗透率情况 119

图表 69 2010-2015年山西省啤酒产量统计 120

图表 70 2010-2015年山西省啤酒产量增长趋势图 120

图表 71 2010-2015年山西省啤酒消费量变化趋势图 121

图表 72 太原市啤酒品牌渗透率情况 121

图表 73 太原市最经常饮用啤酒品牌比例情况 122

图表 74 2010-2015年内蒙古啤酒产量统计 123

图表 75 2010-2015年内蒙古啤酒产量增长趋势图 123

图表 76 2010-2015年内蒙古啤酒消费量变化趋势图 124

图表 77 2015年内蒙古啤酒市场主要品牌占有情况占比图 124

图表 78 2010-2015年上海市啤酒产量统计 127

图表 79 2010-2015年上海市啤酒产量增长趋势图 127

图表 80 2010-2015年上海市啤酒消费量变化趋势图 128

图表 81 上海市啤酒品牌渗透率情况 128

图表 82 上海市最经常饮用啤酒品牌比例情况 129

图表 83 2010-2015年浙江省啤酒产量统计 130

图表 84 2010-2015年浙江省啤酒产量增长趋势图 130

图表 85 2010-2015年浙江省啤酒消费量变化趋势图 131

图表 86 杭州市啤酒品牌渗透率情况 131

图表 87 杭州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 132

图表 88 宁波市啤酒品牌渗透率情况 132

图表 89 宁波市最经常饮用啤酒品牌比例情况 133

图表 90 温州市啤酒品牌渗透率情况 134

图表 91 2010-2015年福建省啤酒产量统计 135

图表 92 2010-2015年福建省啤酒产量增长趋势图 135

图表 93 2010-2015年福建省啤酒消费量变化趋势图 136

图表 94 福州市啤酒品牌渗透率情况 136

图表 95 福州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 137

图表 96 厦门市总体啤酒品牌渗透率情况 137

图表 97 厦门市最经常饮用啤酒品牌比例情况 138

图表 98 泉州市啤酒品牌渗透率情况 139

图表 99 2010-2015年山东省啤酒产量统计 140

图表 100 2010-2015年山东省啤酒产量增长趋势图 140

图表 101 2010-2015年山东省啤酒消费量变化趋势图 141

图表 102 济南市啤酒品牌渗透率情况 141

图表 103 济南市最经常饮用啤酒品牌比例情况 142

图表 104 青岛市啤酒品牌渗透率情况 142

图表 105 青岛市最经常饮用啤酒品牌比例情况 143

图表 106 2010-2015年江苏省啤酒产量统计 144

图表 107 2010-2015年江苏省啤酒产量增长趋势图 144

图表 108 2010-2015年江苏省啤酒消费量变化趋势图 145

图表 109 南京市啤酒品牌渗透率情况 145

图表 110 南京市最经常饮用啤酒品牌比例情况 146

图表 111 苏州市啤酒品牌渗透率情况 147

图表 112 苏州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 147

图表 113 徐州市啤酒品牌渗透率情况 148

图表 114 2010-2015年安徽省啤酒产量统计 149

图表 115 2010-2015年安徽省啤酒产量增长趋势图 149

图表 116 2010-2015年安徽省啤酒消费量变化趋势图 150

图表 117 合肥市啤酒品牌渗透率情况 150

图表 118 合肥市最经常饮用啤酒品牌比例情况 151

图表 119 2010-2015年江西省啤酒产量统计 152

图表 120 2010-2015年江西省啤酒产量增长趋势图 152

图表 121 2010-2015年江西省啤酒消费量变化趋势图 153

图表 122 南昌市啤酒品牌渗透率情况 153

图表 123 南昌市最经常饮用啤酒品牌比例情况 154

图表 124 2010-2015年广东省啤酒产量统计 155

图表 125 2010-2015年广东省啤酒产量增长趋势图 155

图表 126 2010-2015年广东省啤酒消费量变化趋势图 156

图表 127 广州市啤酒品牌渗透率情况 156

图表 128 广州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 157

图表 129 佛山市啤酒品牌渗透率情况 157

图表 130 佛山市最经常饮用啤酒品牌比例情况 158

图表 131 江门市啤酒品牌渗透率情况 159

图表 132 2010-2015年深圳市啤酒产量统计 160

图表 133 2010-2015年深圳市啤酒产量增长趋势图 160

图表 134 深圳市啤酒品牌渗透率情况 160

图表 135 深圳市最经常饮用啤酒品牌比例情况 161

图表 136 2010-2015年广西区啤酒产量统计 163

图表 137 2010-2015年广西区啤酒产量增长趋势图 163

图表 138 2010-2015年广西区啤酒消费量变化趋势图 164

图表 139 南宁市啤酒品牌渗透率情况 164

图表 140 南宁市最经常饮用啤酒品牌比例情况 165

图表 141 2010-2015年海南省啤酒产量统计 166

图表 142 2010-2015年海南省啤酒产量增长趋势图 166

图表 143 2010-2015年海南省啤酒消费量变化趋势图 167

图表 144 海口市啤酒品牌渗透率情况 167

图表 145 海口市最经常饮用啤酒品牌比例情况 168

图表 146 2010-2015年河南省啤酒产量统计 169

图表 147 2010-2015年河南省啤酒产量增长趋势图 169

图表 148 2010-2015年河南省啤酒消费量变化趋势图 170

图表 149 郑州市啤酒品牌渗透率情况 170

图表 150 郑州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 171

图表 151 2010-2015年湖南省啤酒产量统计 172

图表 152 2010-2015年湖南省啤酒产量增长趋势图 172

图表 153 2010-2015年湖南省啤酒消费量变化趋势图 173

图表 154 长沙市啤酒品牌渗透率情况 173

图表 155 长沙市最经常饮用啤酒品牌比例情况 174

图表 156 2010-2015年湖北省啤酒产量统计 175

图表 157 2010-2015年湖北省啤酒产量增长趋势图 175

图表 158 2010-2015年湖北省啤酒消费量变化趋势图 176

图表 159 武汉市总体啤酒品牌渗透率情况 176

图表 160 武汉市最经常饮用啤酒品牌比例情况 177

图表 161 2010-2015年黑龙江省啤酒产量统计 178

图表 162 2010-2015年黑龙江省啤酒产量增长趋势图 178

图表 163 2010-2015年黑龙江省啤酒消费量变化趋势图 179

图表 164 哈尔滨市啤酒品牌渗透率情况 179

图表 165 哈尔滨市最经常饮用啤酒品牌比例情况 180

图表 166 2010-2015年辽宁省啤酒产量统计 181

图表 167 2010-2015年辽宁省啤酒产量增长趋势图 181

图表 168 2010-2015年辽宁省啤酒消费量变化趋势图 182

图表 169 沈阳市啤酒品牌渗透率情况 182

图表 170 沈阳市最经常饮用啤酒品牌比例情况 183

图表 171 大连市啤酒品牌渗透率情况 183

图表 172 大连市最经常饮用啤酒品牌比例情况 184

图表 173 2010-2015年吉林省啤酒产量统计 185

图表 174 2010-2015年吉林省啤酒产量增长趋势图 185

图表 175 2010-2015年吉林省啤酒消费量变化趋势图 186

图表 176 长春市啤酒品牌渗透率情况 186

图表 177 长春市最经常饮用啤酒品牌比例情况 187

图表 178 2010-2015年陕西省啤酒产量统计 190

图表 179 2010-2015年陕西省啤酒产量增长趋势图 190

图表 180 2010-2015年陕西省啤酒消费量变化趋势图 191

图表 181 西安市啤酒品牌渗透率情况 191

图表 182 西安市最经常饮用啤酒品牌比例情况 192

图表 183 2010-2015年甘肃省啤酒产量统计 193

图表 184 2010-2015年甘肃省啤酒产量增长趋势图 193

图表 185 2010-2015年甘肃省啤酒消费量变化趋势图 194

图表 186 2015年甘肃省啤酒市场主要品牌占有情况占比图 194

图表 187 2010-2015年云南省啤酒产量统计 195

图表 188 2010-2015年云南省啤酒产量增长趋势图 195

图表 189 2010-2015年云南省啤酒消费量变化趋势图 196

图表 190 昆明市啤酒品牌渗透率情况 196

图表 191 昆明市最经常饮用啤酒品牌比例情况 197

图表 192 2010-2015年四川省啤酒产量统计 198

图表 193 2010-2015年四川省啤酒产量增长趋势图 198

图表 194 2010-2015年四川省啤酒消费量变化趋势图 199

图表 195 成都市啤酒品牌渗透率情况 199

图表 196 成都市最经常饮用啤酒品牌比例情况 200

图表 197 2010-2015年重庆市啤酒产量统计 202

图表 198 2010-2015年重庆市啤酒产量增长趋势图 203

图表 199 2010-2015年重庆市啤酒消费量变化趋势图 203

图表 200 重庆市啤酒品牌渗透率情况 204

图表 201 重庆市最经常饮用啤酒品牌比例情况 204

图表 202 2010-2015年贵州省啤酒产量统计 205

图表 203 2010-2015年贵州省啤酒产量增长趋势图 206

图表 204 2010-2015年贵州省啤酒消费量变化趋势图 206

图表 205 2015年贵州省啤酒市场主要品牌占有情况占比图 207

图表 206 消费者啤酒饮用频率 208

图表 207 消费者每次饮用或购买啤酒的数量 209

图表 208 啤酒消费者通常的消费场所 209

图表 209 啤酒消费者通常的消费情景或动机 210

图表 210 消费者的啤酒消费金额示意图 210

图表 211 2015年消费者对啤酒品牌选择偏好 211

图表 212 2015年35城市总体啤酒品牌渗透率情况 211

图表 213 消费者对啤酒品牌偏好分析 212

图表 214 2012-2015年中国啤酒行业满意度指数统计 214

图表 215 2012-2015年中国啤酒行业感知质量指数统计 214

图表 216 2013-2015年中国啤酒行业消费信心指数统计 214

图表 217 2015年中国啤酒行业消费者忠诚度统计 215

图表 218 2015年中国啤酒行业品牌感知质量指数统计 217

图表 219 2015年中国消费者消费特征统计 218

图表 220 2015年中国啤酒品牌的满意度指数统计 218

图表 221 百威大力神杯金瓶铝罐啤酒产品图 219

图表 222 百威BREWMASTER RESERVE“大师臻藏”产品图 220

图表 223 金龙泉无醇菠萝啤产品图 221

图表 224 百威英博主要产能及扩张方向统计 223

图表 225 雪花啤酒原浆壹号基本情况 224

图表 226 雪花啤酒新品原浆壹号 224

图表 227 雪花啤酒销售模式示意图 226

图表 228 雪花啤酒主要产能及扩张方向统计 227

图表 229 珠江330ml 12°P罐装啤酒产品图 228

图表 230 珠江经典1985瓶装啤酒产品图 228

图表 231 珠江12度经典1985啤酒价格统计 229

图表 232 青岛啤酒 “经典1903”简要情况 230

图表 233 青岛啤酒 “经典1903” 230

图表 234 青岛啤酒 球迷典藏版“足球纪念铝瓶”产品情况 231

图表 235 青岛啤酒球 迷典藏版“足球纪念铝瓶”产品图 231

图表 236 青岛全麦白啤基本情况 232

图表 237 青岛全麦白啤产品图 232

图表 238 燕京原浆白啤基本情况 233

图表 239 燕京原浆白啤产品图 233

图表 240 哈尔滨清凉啤酒基本情况 234

图表 241 哈尔滨啤酒清凉 234

图表 242 嘉士伯精酿拉格啤酒Korev产品图 235

图表 243 嘉士伯精酿拉格啤酒Frontier产品图 235

图表 244 金星原浆啤酒价格表 236

图表 245 金星原浆啤酒产品图 236

图表 246 金星新一代易拉罐啤酒 237

图表 247 青岛啤酒股份有限公司产品展示 238

图表 248 2012-2015年青岛啤酒股份有限公司啤酒销售情况统计 238

图表 249 2012-2015年青岛啤酒股份有限公司主品牌青岛啤酒销量统计 239

图表 250 2015年青岛啤酒股份有限公司分产品情况表 239

图表 251 2012-2015年青岛啤酒股份有限公司收入及利润统计 239

图表 252 2015年青岛啤酒股份有限公司分地区情况表 240

图表 253 华润创业有限公司雪花啤酒情况表 242

图表 254 2012-2015年华润创业有限公司啤酒产销情况 243

图表 255 2015年华润创业有限公司啤酒厂房地区分布 243

图表 256 2013-2015年华润创业有限公司分产品情况表 244

图表 257 2015年华润创业有限公司业务结构情况 244

图表 258 2012-2015年华润创业有限公司收入及利润统计 244

图表 259 2015年华润创业有限公司分地区情况表 245

图表 260 北京燕京啤酒股份有限公司主要产品系列 246

图表 261 2012-2015年北京燕京啤酒股份有限公司啤酒业务销售情况统计 247

图表 262 2015年北京燕京啤酒股份有限公司分产品情况表 247

图表 263 2015年北京燕京啤酒股份有限公司业务结构情况 248

图表 264 2012-2015年北京燕京啤酒股份有限公司收入及利润统计 248

图表 265 2015年北京燕京啤酒股份有限公司分地区情况表 249

图表 266 广州珠江啤酒股份有限公司产品展示 252

图表 267 2015年广州珠江啤酒股份有限公司分产品情况表 252

图表 268 2015年广州珠江啤酒股份有限公司业务结构情况 253

图表 269 2012-2015年广州珠江啤酒股份有限公司收入及利润统计 253

图表 270 2015年广州珠江啤酒股份有限公司分地区情况表 253

图表 271 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分产品情况表 256

图表 272 2012-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司啤酒产销情况统计 256

图表 273 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分产品情况表 257

图表 274 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司业务结构情况 257

图表 275 2012-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司收入及利润统计 257

图表 276 2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分地区情况表 258

图表 277 重庆啤酒股份有限公司啤酒情况表 259

图表 278 2013-2015年重庆啤酒股份有限公司啤酒销量及收入情况表 259

图表 279 2015年重庆啤酒股份有限公司分行业分产品情况表 260

图表 280 2012-2015年重庆啤酒股份有限公司收入及利润统计 260

图表 281 2015年重庆啤酒股份有限公司分地区情况表 260

图表 282 新疆啤酒花股份有限公司啤酒情况表 262

图表 283 2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司啤酒收入及毛利率指标情况表 262

图表 284 2015年新疆啤酒花股份有限公司分行业分产品情况表 263

图表 285 2015年新疆啤酒花股份有限公司业务结构情况 263

图表 286 2012-2015年新疆啤酒花股份有限公司收入及利润统计 264

图表 287 2015年新疆啤酒花股份有限公司分地区情况表 264

图表 288 兰州黄河企业股份有限公司啤酒情况表 266

图表 289 2012-2015年兰州黄河企业股份有限公司啤酒产销情况表 266

图表 290 2013-2015年兰州黄河企业股份有限公司啤酒收入及毛利率指标 267

图表 291 2015年兰州黄河企业股份有限公司分产品情况表 267

图表 292 2015年兰州黄河企业股份有限公司业务结构情况 267

图表 293 2012-2015年兰州黄河企业股份有限公司收入及利润统计 268

图表 294 2015年兰州黄河企业股份有限公司分地区情况表 268

图表 295 西藏银河科技发展股份有限公司啤酒产品情况表 269

图表 296 2012-2015年西藏银河科技发展股份有限公司啤酒产销情况表 270

图表 297 2013-2015年西藏银河科技发展股份有限公司啤酒收入及毛利率情况 270

图表 298 2012-2015年西藏银河科技发展股份有限公司收入及利润统计 270

图表 299 2015年西藏银河科技发展股份有限公司分地区情况表 271

图表 300 美国蓝带啤酒产品 272

图表 301 肇庆蓝带啤酒有限公司收入及利润情况 273

图表 302 湖北蓝带啤酒有限公司收入及利润情况 273

图表 303 美国蓝带啤酒全球销售网络 274

图表 304 英博雪津啤酒有限公司产品 276

图表 305 英博雪津啤酒有限公司收入及利润情况 276

图表 306 英博雪津啤酒有限公司盈利能力指标统计 276

图表 307 三得利啤酒（上海）有限公司产品 278

图表 308 三得利啤酒（上海）有限公司收入及利润情况 279

图表 309 三得利啤酒（上海）有限公司盈利能力指标 280

图表 310 哈尔滨啤酒集团基本情况 281

图表 311 哈尔滨啤酒集团收入及利润情况 282

图表 312 哈尔滨啤酒集团盈利能力指标 282

图表 313 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司基本情况 284

图表 314 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司产品 284

图表 315 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司收入及利润情况 285

图表 316 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司盈利能力指标 285

图表 317 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司基本情况 286

图表 318 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司收入及利润情况 287

图表 319 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司盈利能力指标 287

图表 320 金星啤酒集团有限公司下属公司 288

图表 321 金星啤酒集团有限公司产品统计 289

图表 322 金星啤酒集团有限公司收入及利润情况 290

图表 323 金星啤酒集团有限公司盈利能力指标 290

图表 324 百威（武汉）国际啤酒有限公司基本情况 291

图表 325 百威（武汉）国际啤酒有限公司产品 292

图表 326 百威（武汉）国际啤酒有限公司收入及利润情况 292

图表 327 百威（武汉）国际啤酒有限公司盈利能力指标 293

图表 328 南昌亚洲啤酒有限公司基本情况 294

图表 329 南昌亚洲啤酒有限公司产品 294

图表 330 南昌亚洲啤酒有限公司收入及利润情况 295

图表 331 南昌亚洲啤酒有限公司盈利能力指标 295

图表 332 2012-2015年中国酒类产品在网和网销售额所占比例 373

图表 333 2015年中国啤酒产品在网和网店铺销售情况 373

图表 334 中国啤酒企业竞争格局 374

图表 335 2010-2015年中国啤酒生产企业市场份额情况 375

图表 336 2015年中国啤酒生产企业市场份额占比示意图 375

图表 337 2011-2015年中国啤酒品牌市场占有率情况表 376

图表 338 2015年中国主要啤酒品牌市场占有率示意图 376

图表 339 2015年中国啤酒企业的基地及并购新增市场 377

图表 340 2015年中国啤酒行业主要建设项目统计表 377

图表 341 2010-2015年中国啤酒企业在中西部扩张模式统计 381

图表 342 中国啤酒市场消费趋势 420

图表 343 中国消费结构正在由金字塔型转向纺锤形 423

图表 344 2014-2020年中国啤酒高、中、低端产品的销量、销售额变化 424

图表 345 中国及部分国家生啤占有率示意图 424

图表 346 2016-2022年中国啤酒产量预测趋势图 427

图表 347 2016-2022年中国啤酒零售量预测趋势图 427

图表 348 2016-2022年中国啤酒市场规模预测趋势图 428

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/Z227199JZ2.html>