

2019-2025年中国啤酒行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国啤酒行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/458152.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2019年上半年，青岛啤酒实现营业收入165.51亿元，同比增长9.22%；实现归属于上市公司股东的净利润人民币16.31亿元，同比增长25.21%。

2013-2019年上半年青岛啤酒营业收入走势

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：

第一部分 市场现状

第一章 全球化中的中国啤酒市场

第一节 全球化中的中国啤酒市场分析

一、全球化中的中国啤酒市场

二、中国啤酒企业国际化风险

第二节 中国啤酒行业存在的问题分析

一、中国啤酒行业中的问题与挑战

二、啤酒行业微利时代的利润提升策略

第二章 2018年美国次贷危机对中国啤酒市场的影响

一、直接影响

二、间接影响

第三章 中国酒业发展现状

第一节 影响中国酒业发展的主要因素分析

第二节 我国酒业存在的主要问题

第三节 2018年中国酒业发展趋势分析

第四章 中国啤酒行业发展现状分析

第一节 2018年中国啤酒生产和销售情况

一、2018年我国啤酒产量及增长情况

二、2018年我国啤酒行业销售情况

2019年上半年，青岛啤酒股份有限公司实现啤酒销量473万千升，同比增长3.6%（其中，

主品牌青岛啤酒共实现销量236.0万千升，同比增长6.3%)。

2013-2019年上半年青岛啤酒销量走势

三、2018年我国啤酒企业情况

四、我国各省市啤酒企业产量分析

第二节 2018年我国啤酒分地区产量

第三节 2018年啤酒行业运行情况

一、2018年啤酒企业数量变化及趋势分析

二、2018年啤酒行业产值变化及趋势分析

三、2018年啤酒行业资本负债率变化及趋势分析

四、2018年啤酒企业成本费用利润率变化

五、我国啤酒行业利润结构分析

第五章 啤酒行业地域分布统计

第一节 2018年北京啤酒行业

一、规模

二、盈利

三、进出口

第二节 2018年上海啤酒行业

一、规模

二、盈利

三、进出口

第三节 2018年广东啤酒行业

一、规模

二、盈利

三、进出口

第六章 2018年啤酒所属行业进出口分析

第一节 进口

第二节 出口

第二部分 市场细分

第七章 华北地区

第一节 北京啤酒市场竞争与策略分析

第二节 天津啤酒市场竞争与策略分析

第三节 河北省啤酒市场竞争与策略

第四节 山西省啤酒市场竞争与策略分析

第八章 东北地区

第一节 东北地区啤酒市场概况

第二节 辽宁啤酒市场竞争与策略分析

第三节 吉林啤酒市场竞争与策略分析

第九章 华东地区

第一节 华东地区啤酒市场概况

第二节 上海啤酒市场竞争与策略分析

第三节 山东啤酒市场竞争与策略分析

第十章 中南地区

第一节 广东啤酒市场竞争与策略分析

第二节 河南省啤酒市场竞争与策略分析

第三节 湖北省啤酒啤酒市场竞争与策略分析

第四节 广西省啤酒啤酒市场竞争与策略分析

一、市场成长性

二、竞争

三、渠道

四、消费习惯及对本地品牌的偏好

第十一章 西北地区

第三部分 市场营销

第十二章 中国啤酒消费者市场分析

第一节 中国啤酒消费者分析

一、如何认识啤酒的消费者

二、中国啤酒消费者特征

三、消费者购买啤酒的前三位决策因素解析

四、上海市啤酒消费者调查

第二节 城市啤酒消费市场分析

第三节 农村啤酒市场分析

第十三章 中国啤酒营销策略分析

第一节 中国啤酒市场的主要问题

- 一、产品问题
- 二、价格体系问题
- 三、渠道网络问题
- 四、广告、促销问题
- 五、销售政策问题
- 六、市场管理问题
- 七、窜货问题
- 八、新开发市场问题
- 九、一部分经销商认为不赚钱
- 十、销售团队、人员素质还需要提升

第二节 中国啤酒营销网络创新与发展

第三节 中国啤酒营销渠道变革与发展

第四节 啤酒的乡镇营销策略

第五节 农村啤酒市场营销策略分析

- 一、产品策略
- 二、广告策略
- 三、价格策略
- 四、渠道策略

第六节 中小啤酒企业营销现状

第七节 中国啤酒品牌广告策略

第四部分 市场竞争

第十四章 2018年中国啤酒行业竞争分析

第一节 中国啤酒竞争状况

- 一、竞争特点
- 二、竞争形势
- 三、竞争格局

第二节 我国啤酒企业竞争趋势分析

- 一、巨型啤酒企业竞争
- 二、大型啤酒企业竞争
- 三、中小啤酒企业竞争
- 四、国外资本竞争

第二节 啤酒市场竞争策略分析

- 一、现行竞争界面分析

二、惯性竞争思维制肘

三、新型竞争思维转型

第四节 中国啤酒行业并购分析

一、中国啤酒行业并购分析

二、2018年华润雪花并购分析

第十五章 国内啤酒主要企业分析

第一节 青岛啤酒集团

一、公司情况

二、品牌运作

三、经营状况

四、国际化战略分析

第二节 燕京啤酒集团

一、公司情况

二、品牌运作

三、经营状况

第三节 华润啤酒集团

一、公司情况

二、经营状况

第四节 广东珠江啤酒集团

一、公司情况

二、品牌运作

三、经营状况

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、公司情况

二、经营状况

第六节 深圳金威啤酒有限公司

一、公司情况

二、经营状况

第七节 惠泉啤酒集团股份有限公司

一、公司情况

二、经营状况

第八节 重庆啤酒（集团）有限责任公司

一、公司情况

二、经营状况

第九节 百威（武汉）国际啤酒有限公司

- 一、公司情况
- 二、经营状况

第五部分 行业环境

第十六章 加入wto对中国啤酒业的影响

- 第一节 有利因素
- 第二节 不利因素

第十七章 中国啤酒行业外部环境分析

第一节 2018年中国宏观经济环境

- 一、总体情况
- 二、农业生产
- 三、工业生产
- 四、固定资产投资
- 五、国内市场销售
- 六、对外贸易
- 七、城乡居民收入发展现状
- 八、货币信贷

第二节 2018年中国经济发展环境分析

- 一、2018年宏观经济的主要特征
- 二、2018年我国经济运行中存在的问题
- 三、2018年我国经济发展环境分析

第三节 人口与消费水平

- 一、我国人口
- 二、中国家庭结构变化分析

第十八章 中国啤酒行业政策环境

- 一、《酒类流通管理办法》：禁向未成年人卖酒
- 二、果啤归于啤酒仍要征消费税

第十九章 中国啤酒行业技术环境

第一节 国内啤酒行业技术动态

- 一、我国啤酒酿造技术获重大突破
- 二、我国啤酒包装设备的技术创新

- (一) 三种不同的灌装形式
- (二) 目前国内啤酒灌装技术
- (三) 啤酒灌装设备技术创新的目标

三、我国啤酒灌装新技术

第二节 国外啤酒生产新技术

第二十章 啤酒关联产业与要素分析

第一节 中国啤酒主要原料市场分析

- 一、2018年度我国啤酒原料市场分析
- 二、我国啤酒大麦的需求与供给分析
- 三、麦芽的需求与供给分析
- 四、啤酒花供应分析
- 五、我国啤麦竞争乏力的原因分析

第二节 啤酒各式包装解析

- 一、不同包装的使用及利弊分析
- 二、啤酒包装的创新技术

第二十一章 世界啤酒行业现状与发展分析

第一节 世界啤酒市场分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧盟
- 四、其他地区

第二节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析

- 一、外资啤酒杀回中国的四大变招
- 二、比利时英特布鲁啤酒
- 三、嘉士伯啤酒
- 四、百威啤酒
- 五、喜力啤酒
- 六、贝克啤酒

第六部分 行业趋势与预测

第二十二章 中国啤酒行业发展趋势与预测

第一节 我国啤酒行业发展趋势分析

- 一、我国啤酒行业发展趋势分析

二、未来啤酒纸箱包装的发展趋势

三、啤酒行业营销趋势分析

第二节 我国啤酒市场发展趋势分析

一、我国啤酒市场消费趋势分析

二、啤酒市场盈利趋势

三、华南啤酒市场趋势

第三节 2019-2025年我国啤酒市场发展预测

一、2019-2025年我国啤酒产量预测

二、2019-2025年我国啤酒销售预测

三、2019-2025年我国啤酒市场容量预测

第二十三章 行业观点与研究结论

第一节 报告主要研究结论（AK LY）

第二节 行业专家建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/458152.html>