

2020-2025年中国啤酒市场前景预测及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国啤酒市场前景预测及未来发展趋势报告》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/channel/wine/629135.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

我国啤酒目前已经进入了行业调整期，啤酒产量在2014年达到顶峰之后逐年下降，在2018年总销量达到3724.9万吨。人均啤酒销量约32升，达到世界人均水平。2018年规模以上企业的总销售额达到1472亿美元，实现行业利润122亿元。由于我国啤酒厂商以生产经济型工业啤酒为主，而这类啤酒风格高度统一：啤酒度数较低且味道较为清淡，原材料在啤酒成本结构中的占比较低。因此长期以来啤酒往往被视为酒精浓度略高的中低端软饮料，与白酒、红酒等酒类相比市场定位差别非常大，基本不存在替代和竞争关系。

2010-2019年我国啤酒产量变化

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 啤酒行业相关基础概述及研究机构

1.1啤酒的定义及分类

1.1.1啤酒的界定

1.1.2啤酒的品鉴

1.1.3啤酒产品分类

1.2啤酒行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

1.3啤酒行业研究机构

1.3.1啤酒行业介绍

1.3.2啤酒行业研究优势

1.3.3啤酒行业研究范围

第二章 2015-2019年中国啤酒行业市场发展环境分析

2.1中国啤酒行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、酿酒工业发展现状

7、酒水进出口规模情况

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国啤酒行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

1、中国轻工业联合会

2、国家酒类及饮料质量监督检验中心

2.2.2行业政策分析

1、《中华人民共和国食品安全法》

2、《食品标识管理规定》

3、《食品安全国家标准 预包装食品标签通则》（GB 77182011）

4、《预包装饮料酒标签通则》（GB103442005）

5、《食品安全国家标准 蒸馏酒及其配制酒》（GB 27572012）

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国啤酒行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

1、人口环境分析

2、饮酒文化分析

3、消费升级分析

4、个性化消费分析

5、饮酒低度化趋势分析

6、健康消费意识逐渐加强

7、多元化的消费趋势

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国啤酒行业技术环境分析

2.4.1啤酒酿造工艺分析

1、麦芽制造

2、酿造

3、灌装

2.4.2啤酒酿造新工艺分析

1、浓醪发酵

2、快速发酵

3、圆柱圆锥露天发酵罐

4、纯生啤酒

5、低醇、无醇啤酒

第三章 中国啤酒行业上、下游产业链分析

3.1啤酒行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2啤酒行业产业链

3.2啤酒行业上游-大麦种植产业发展分析

3.2.1大麦种植产业发展现状

3.2.2大麦种植产业供给分析

3.2.3大麦供给价格分析

3.2.4大麦供给区域分析

3.3啤酒行业下游-经销商情况分析

3.3.1啤酒经销商发展现状

3.3.2啤酒经销商规模情况

3.3.3啤酒经销商区域分布

3.4啤酒行业消费者消费情况分析

3.4.1居民人均啤酒消费情况

3.4.2啤酒消费者地域分布情况

3.4.3消费升级下的啤酒消费市场

3.4.4啤酒消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际啤酒行业市场发展分析

4.1 2015-2019年国际啤酒行业发展现状

4.1.1国际啤酒行业发展现状

4.1.2国际啤酒行业发展规模

4.2 2015-2019年国际啤酒市场需求研究

4.2.1国际啤酒市场需求特点

4.2.2国际啤酒市场需求结构

4.2.3国际啤酒市场需求规模

4.3 2015-2019年国际区域啤酒行业研究

4.3.1欧洲啤酒市场

1、市场发展现状

2、市场发展规模

3、市场发展趋势

4.3.2美国啤酒市场

- 1、市场发展现状
- 2、市场发展规模
- 3、市场发展趋势
- 4.3.3日韩啤酒市场
 - 1、市场发展现状
 - 2、市场发展规模
 - 3、市场发展趋势
- 4.4国际著名啤酒品牌分析
 - 4.4.1科罗娜
 - 4.4.2喜力啤酒
 - 4.4.3嘉士伯
 - 4.4.4生力啤酒
 - 4.4.5健力士黑啤
- 4.5 2020-2025年国际啤酒行业发展展望
 - 4.5.1国际啤酒行业发展趋势
 - 4.5.2国际啤酒行业规模预测
 - 4.5.3国际啤酒行业发展机会
- 第五章 2015-2019年中国啤酒行业发展概述
 - 5.1中国啤酒行业发展状况分析
 - 5.1.1中国啤酒行业发展阶段
 - 5.1.2中国啤酒行业发展总体概况
 - 5.1.3中国啤酒行业发展特点分析
 - 1、 高端啤酒市场被外国品牌占领
 - 2、 中低端啤酒市场竞争激烈
 - 3、 市场集中度快速提升
 - 5.2 2015-2019年啤酒行业发展现状
 - 5.2.1 2015-2019年中国啤酒行业发展热点
 - 5.2.2 2015-2019年中国啤酒行业发展现状
 - 5.2.3 2015-2019年中国啤酒企业发展分析
 - 5.3中国啤酒行业细分市场概况
 - 5.3.1黄啤酒市场
 - 5.3.2黑啤酒市场
 - 5.3.3高端啤酒市场
 - 5.3.4中低端啤酒市场
 - 5.4重点啤酒企业市场份额分析

5.5啤酒行业市场集中度分析

5.6中国啤酒终端市场运作分析

5.6.1产品选择和客户管理

5.6.2公关和培训

5.6.3促销和客户服务

5.6.4激励政策

5.6.5物流管控

5.6.6理货管理和回款管理

5.7啤酒市场同质化竞争严重

5.7.1品牌泛滥弱化品牌形象

5.7.2价格体系混乱导致终端价格竞争激烈

5.7.3包装雷同缺乏创意

5.7.4口感差异化不明显

5.8中国啤酒行业发展问题及对策建议

5.8.1中国啤酒行业发展制约因素

5.8.2中国啤酒行业存在问题分析

5.8.3中国啤酒行业发展对策建议

第六章 中国啤酒所属行业运行指标分析及预测

6.1中国啤酒所属行业企业数量分析

6.1.1 2015-2019年中国啤酒所属行业企业数量情况

6.1.2 2015-2019年中国啤酒所属行业企业竞争结构

6.2中国啤酒所属行业生产成本构成分析

6.3 2015-2019年中国啤酒所属行业财务指标总体分析

6.3.1行业盈利能力分析

6.3.2行业偿债能力分析

6.3.3行业营运能力分析

6.3.4行业发展能力分析

6.3.5财务指标总体情况分析

6.4中国啤酒行业市场规模分析及预测

6.4.1 2015-2019年中国啤酒行业市场规模分析

6.4.2 2020-2025年中国啤酒行业市场规模预测

6.5中国啤酒行业市场供需分析及预测

6.5.1中国啤酒行业市场供给分析

1、2015-2019年中国啤酒行业市场供给规模分析

2、2020-2025年中国啤酒行业市场供给规模预测

6.5.2中国啤酒行业市场需求分析

1、2015-2019年中国啤酒行业需求规模分析

2、2020-2025年中国啤酒行业需求规模预测

第七章 中国互联网+啤酒行业发展现状及前景

7.1互联网给啤酒行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代啤酒行业大环境变化分析

7.1.2互联网给啤酒行业带来挑战及机遇分析

7.1.3互联网时代啤酒营销模式变革分析

7.1.4互联网时代啤酒销售渠道变革分析

7.2中国互联网+啤酒行业市场发展现状分析

7.2.1中国互联网+啤酒行业投资布局分析

1、中国互联网+啤酒行业投资切入方式

2、中国互联网+啤酒行业投资规模分析

3、中国互联网+啤酒行业投资业务布局

7.2.2啤酒行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3中国互联网+啤酒行业市场规模分析

7.2.4中国互联网+啤酒行业竞争格局分析

1、中国互联网+啤酒行业参与者结构

2、中国互联网+啤酒行业竞争者类型

3、中国互联网+啤酒行业市场占有率

7.2.5中国啤酒垂直电商平台分析

1、酒仙网

2、酒美网

3、网酒网

4、酒库网

5、1919

6、京东商城

7、天猫商城

7.2.6中国啤酒企业互联网战略案例分析

7.3中国互联网+啤酒行业市场发展前景分析

7.3.1中国互联网+啤酒行业市场增长动力分析

7.3.2中国互联网+啤酒行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3中国互联网+啤酒行业市场发展趋势分析

第八章 中国啤酒行业消费市场调查

8.1啤酒市场消费需求分析

- 8.1.1啤酒市场的消费需求变化
- 8.1.2啤酒行业的需求情况分析
- 8.1.3啤酒品牌市场消费需求分析
- 8.2啤酒消费市场状况分析
 - 8.2.1啤酒行业消费特点
 - 8.2.2啤酒行业消费结构分析
 - 8.2.3啤酒行业消费的市场变化
 - 8.2.4啤酒市场的消费方向
- 8.3啤酒行业产品的品牌市场调查
 - 8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查
 - 8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查
 - 8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道
 - 8.3.4啤酒行业品牌忠诚度调查
 - 8.3.5消费者的消费理念调研
- 第九章 中国啤酒行业市场竞争格局分析
 - 9.1中国啤酒行业竞争格局分析
 - 9.1.1啤酒行业区域分布格局
 - 9.1.2啤酒行业企业规模格局
 - 9.1.3啤酒行业企业性质格局
 - 9.2中国啤酒行业竞争五力分析
 - 9.2.1啤酒行业上游议价能力
 - 9.2.2啤酒行业下游议价能力
 - 9.2.3啤酒行业新进入者威胁
 - 9.2.4啤酒行业替代产品威胁
 - 9.2.5啤酒行业现有企业竞争
 - 9.3中国啤酒行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1啤酒行业优势分析（S）
 - 9.3.2啤酒行业劣势分析（W）
 - 9.3.3啤酒行业机会分析（O）
 - 9.3.4啤酒行业威胁分析（T）
 - 9.4中国啤酒行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1投资兼并重组现状
 - 9.4.2投资兼并重组案例
 - 9.5中国啤酒行业竞争策略建议
- 第十章 啤酒行业领先企业竞争力分析

10.1青岛啤酒股份有限公司竞争力分析

10.1.1企业发展基本情况

10.1.2企业主要产品分析

10.1.3企业竞争优势分析

与其他行业通过各种手段进行行业竞争不同的是，啤酒行业早期竞争较为平淡。各大啤酒行业主要通过兼并中小型地方啤酒企业完成业内整合。由于我国啤酒瓶装率较高，因此啤酒的运输受到很大限制，单个啤酒厂的覆盖范围有限，这就进一步促进企业加速并购。而啤酒消费量较大，消费者倾向于豪饮，长期以来大部分厂商对于提升啤酒口感缺乏足够动力。所以在一系列行业竞争后只出现了规模巨大的啤酒厂商，但啤酒口感却没有明显上升。数据显示包装材料成本是目前啤酒生产成本的大头，而与口感相关的酿酒原材料只占啤酒总成本的23.64%。

青岛啤酒成本构成

10.1.4企业经营状况分析

10.1.5企业最新发展动态

10.1.6企业发展战略分析

10.2华润雪花啤酒(中国)有限公司竞争力分析

10.2.1企业发展基本情况

10.2.2企业主要产品分析

10.2.3企业竞争优势分析

10.2.4企业经营状况分析

10.2.5企业最新发展动态

10.2.6企业发展战略分析

10.3北京燕京啤酒股份有限公司竞争力分析

10.3.1企业发展基本情况

10.3.2企业主要产品分析

10.3.3企业竞争优势分析

10.3.4企业经营状况分析

10.3.5企业最新发展动态

10.3.6企业发展战略分析

10.4百威英博投资(中国)有限公司竞争力分析

10.4.1企业发展基本情况

10.4.2企业主要产品分析

10.4.3企业竞争优势分析

10.4.4企业经营状况分析

- 10.4.5企业最新发展动态
- 10.4.6企业发展战略分析
- 10.5广州珠江啤酒集团有限公司竞争力分析
 - 10.5.1企业发展基本情况
 - 10.5.2企业主要产品分析
 - 10.5.3企业竞争优势分析
 - 10.5.4企业经营状况分析
 - 10.5.5企业最新发展动态
 - 10.5.6企业发展战略分析
- 10.6英博雪津啤酒有限公司竞争力分析
 - 10.6.1企业发展基本情况
 - 10.6.2企业主要产品分析
 - 10.6.3企业竞争优势分析
 - 10.6.4企业经营状况分析
 - 10.6.5企业最新发展动态
 - 10.6.6企业发展战略分析
- 10.7百威英博投资（中国）有限公司竞争力分析
 - 10.7.1企业发展基本情况
 - 10.7.2企业主要产品分析
 - 10.7.3企业竞争优势分析
 - 10.7.4企业经营状况分析
 - 10.7.5企业最新发展动态
 - 10.7.6企业发展战略分析
- 10.8嘉士伯啤酒（广东）有限公司竞争力分析
 - 10.8.1企业发展基本情况
 - 10.8.2企业主要产品分析
 - 10.8.3企业竞争优势分析
 - 10.8.4企业经营状况分析
 - 10.8.5企业最新发展动态
 - 10.8.6企业发展战略分析
- 10.9喜力（中国）企业管理有限公司竞争力分析
 - 10.9.1企业发展基本情况
 - 10.9.2企业主要产品分析
 - 10.9.3企业竞争优势分析
 - 10.9.4企业经营状况分析

10.9.5企业最新发展动态

10.9.6企业发展战略分析

10.10肇庆蓝带啤酒有限公司竞争力分析

10.10.1企业发展基本情况

10.10.2企业主要产品分析

10.10.3企业竞争优势分析

10.10.4企业经营状况分析

10.10.5企业最新发展动态

10.10.6企业发展战略分析

第十一章 2020-2025年中国啤酒行业发展趋势与投资机会研究

11.1 2020-2025年中国啤酒行业市场发展潜力分析

11.1.1中国啤酒行业市场空间分析

11.1.2中国啤酒行业竞争格局变化

11.1.3中国啤酒行业互联网+前景

11.2 2020-2025年中国啤酒行业发展趋势分析

11.2.1中国啤酒行业品牌格局趋势

11.2.2中国啤酒行业渠道分布趋势

11.2.3中国啤酒行业市场趋势分析

11.2.4中国啤酒行业发展新契机分析

1、新消费

2、新市场

3、新零售

4、新渠道

5、新传播

11.3 2020-2025年中国啤酒行业投资机会与建议

11.3.1中国啤酒行业投资前景展望

11.3.2中国啤酒行业投资机会分析

11.3.3中国啤酒行业投资建议

第十二章 2020-2025年中国啤酒行业投资分析与风险规避

12.1中国啤酒行业关键成功要素分析

12.2中国啤酒行业投资壁垒分析

12.3中国啤酒行业投资风险与规避

12.3.1宏观经济风险与规避

12.3.2行业政策风险与规避

12.3.3上游市场风险与规避

12.3.4市场竞争风险与规避

12.3.5技术风险分析与规避

12.3.6下游需求风险与规避

12.4中国啤酒行业融资渠道与策略

12.4.1啤酒行业融资渠道分析

12.4.2啤酒行业融资策略分析

第十三章 2020-2025年中国啤酒行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1国外啤酒行业投资现状及经营模式分析

13.1.1境外啤酒行业成长情况调查

13.1.2经营模式借鉴

13.1.3行业投资新趋势动向

13.2中国啤酒行业商业模式探讨

13.2.1行业主要商业模式分析

13.2.2啤酒行业商业模式创新分析

13.3中国啤酒行业投资发展战略规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章 研究结论及建议

14.1研究结论（AK LSW）

14.2啤酒行业投资可行性评估

14.3行业建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

图表：啤酒行业特点

图表：啤酒行业生命周期

图表：啤酒行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国啤酒消费年龄段变化分析

图表：中国啤酒饮用场所分析

图表：中国啤酒不同年龄段饮用时机分析

图表：中国工业增加值及其增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/629135.html>