

# 2020-2025年中国啤酒行业市场深度分析及行业发展趋势报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国啤酒行业市场深度分析及行业发展趋势报告》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/detail/499914.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

啤酒是以小麦芽和大麦芽为主要原料，并加啤酒花，经过液态糊化和糖化，再经过液态发酵而酿制成的。其酒精含量较低，含有二氧化碳，富有营养。它含有多种氨基酸、维生素、低分子糖、无机盐和各种酶。这些营养成分人体容易吸收利用。啤酒中的低分子糖和氨基酸很易被消化吸收，在体内产生大量热能，因此往往啤酒被人们称为“液体面包”。1L12°Bx的啤酒，可产生344kJ热量，相当于3~5个鸡蛋或210g面包所产生热量，一个轻体力劳动者，如果一天能饮用1L啤酒，即可获得所需热量的三分之一。

### 2019年1-7月全国啤酒产量情况统计

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

我国啤酒人均啤酒消费量目前为33.0升/年，虽与捷克、波兰、德国、奥地利传统啤酒消费大国差距较大，但也已明显高于世界平均水平。同时我们也应考虑到各国在饮酒习惯上的差异性，在我国大量的饮酒场景中，特别是政商务场合，白酒仍然占据了不可替代的地位。若按照白酒平均酒精含量40%、啤酒平均酒精含量4.2%以实际酒精消费量将白酒换算为啤酒，则我国的人均啤酒消费量已超过100升序，几乎与德国等啤酒大国相当，已处在非常高的水平，继续向上提升的空间较为有限。

###### 世界啤酒年人均消费量情况

###### 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 2019年美国次贷危机对中国啤酒市场的影响

##### 第一节 直接影响

## 第二节 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 2019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 2019年中国啤酒生产和销售情况

##### 一、2019年我国啤酒产量及增长情况

##### 二、2019年我国啤酒行业销售情况

##### 三、2019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 2019年我国啤酒分地区产量

#### 第三节 2019年啤酒所属行业运行情况

##### 一、2019年啤酒企业数量变化及趋势分析

##### 二、2019年啤酒行业产值变化及趋势分析

##### 三、2019年啤酒行业资本负债率变化及趋势分析

##### 四、2019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 2019年北京啤酒行业

##### 一、规模

##### 二、盈利

##### 三、进出口

#### 第二节 2019年上海啤酒行业

##### 一、规模

##### 二、盈利

##### 三、进出口

#### 第三节 2019年广东啤酒行业

##### 一、规模

##### 二、盈利

##### 三、进出口

## 第六章 2019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 2019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、2019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 2019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 2019年中国经济发展环境分析

##### 一、2019年宏观经济的主要特征

##### 二、2019年我国经济运行中存在的问题

##### 三、2019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、2019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 2020-2025年我国啤酒市场发展预测

一、2020-2025年我国啤酒产量预测

二、2020-2025年我国啤酒销售预测

三、2020-2025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 主要研究结论（AK ZWY）

#### 第二节 行业建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/499914.html>