

2014-2020年中国原浆啤酒 市场调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国原浆啤酒市场调研与投资前景研究报告》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.cction.com/report/201403/102902.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

原浆啤酒与一般啤酒不同，原浆啤酒是未经过滤处理直接从发酵罐中分装的嫩啤酒原液。因含有一定量的活性酵母呈现一定浊度，酒体泡沫极其丰富，香气浓郁，口味新鲜纯正，风味独特，是啤酒家族中名符其实的超级液体面包。

原浆啤酒因为未经过滤！必定的会产生一些营养成分的沉淀！色泽上呈现浑浊现象属于正常！

原浆啤酒就是没有经过高温或低温处理、后期修饰的啤酒发酵原液。是最新鲜、最原始的真正的啤酒。（或者说其实就是啤酒厂刚生产出来不经过任何处理的原汁原味的啤酒）喝普通啤酒就象吃“苹果罐头”，而喝原浆啤酒就如在苹果园里摘新鲜的苹果吃。

原浆啤酒是全程无菌状态下酿造出来的啤酒发酵原液，最大限度地保留了活性物质和营养成分，是高档而最新鲜的啤酒，完全保留了发酵过程中产生的氨基酸、蛋白质以及大量的钾、镁、钙、锌等微量元素，其中最关键的就是保留了大量的活性酵母，能有效地提高人体的消化和吸收功能，同时也保持了啤酒最原始、最新鲜的口感，麦香浓郁，色泽金黄，泡沫极其丰富，如牛奶般洁白、细腻，持久挂杯，真正啤酒中的高端产品，是现有啤酒根本无法比拟的。

原浆啤酒是直接从发酵罐中分装的嫩啤酒原液。与其他啤酒相比，原浆啤酒在酿造过程中未过滤，不经高温巴氏灭活工序，呈朦胧状原浆的新鲜美味及丰富营养亦被完全的保存下来；低温灌装和贮存（2~5℃），瞬时锁定第一时间的新鲜度，口味鲜美无双，地道纯正。原浆啤酒中的酵母优质鲜活，富含人体必需的氨基酸、维生素和矿物质，其中氨基酸的含量特别丰富，酸的配比接近联合国粮农组织（FAO）推荐比例，并且其酵母蛋白的营养价值接近动物蛋白，可以有效改善人类的营养比例。

本报告是根据研究中心多年来对中国细分产业的研究，结合对行业历年供需关系变化规律，对我国本报告行业的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究报告数据主要通过市场调研、国家统计局、全国海关信息中心等数据资料，以及期刊及网上信息二手资料进行桌面研究。其中国家统计局可利用的数据包括行业数据以及企业数据；全国海关信息中心包括进出口数据；再加上自身公司的调研团队进行市场调研，价格数据主要来自于各类市场监测数据。

【 目 录 】

第一章 原浆啤酒产业基本概述

第一节原浆啤酒的概念及分类

一、原浆啤酒的概念

二、原浆啤酒的分类

第二节原浆啤酒的性能及应用

一、原浆啤酒的性能

二、原浆啤酒的主要应用领域

三、原浆啤酒的发展和应用

四、原浆啤酒发展的意义

第二章 2011-2012年中国原浆啤酒产业运行环境分析

第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、中国CPI指数分析

三、工业发展形势分析

第二节 2011-2012年中国原浆啤酒产业社会环境分析

第三节 中国原浆啤酒行业相关政策、法规标准分析

一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规

二、相关政策法规对市场的影响程

第三章国内原浆啤酒生产现状分析

第一节原浆啤酒行业总体规模

第二节原浆啤酒产能概况

第三节原浆啤酒产量概况

一、产量变动

二、产能配置与产能利用率调查

第四节 原浆啤酒产业的生命周期分析

第四章 2011-2012年中国原浆啤酒产量及区域市场分析

第一节 2011-2012年全国原浆啤酒产量分析

第二节 2011-2012年原浆啤酒区域市场发展分析

- 一、2011-2012年华北地区市场分析
- 二、2011-2012年华东地区市场分析
- 三、2011-2012年华南地区市场分析
- 四、2011-2012年西北地区市场分析
- 五、2011-2012年东北地区市场分析
- 六、2011-2012年华中地区市场分析
- 七、2011-2012年西南地区市场分析

第五章2011-2013年中国原浆啤酒制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2011-2013年中国原浆啤酒制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

第二节 2011-2013年中国原浆啤酒制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年原浆啤酒制造盈利能力预测

第三节 2011-2013年中国原浆啤酒制造行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年原浆啤酒制造产品产销衔接预测

第四节 2011-2013年原浆啤酒制造出口交货值数据

- 一、出口交货值增长
- 二、出口交货值占工业产值的比重

第六章原浆啤酒原材料供应情况分析

第一节 原浆啤酒主要原材料

第二节 原浆啤酒主要原材料产量变动情况

第三节 原浆啤酒主要原材料价格情况

第四节 原浆啤酒主要原材料供应情况

第五节 影响原材料供应的因素

第七章原浆啤酒行业产业链分析

第一节原浆啤酒行业产业链概述

第二节原浆啤酒上游行业发展状况分析

一、上游原材料生产情况分析

二、上游原材料需求情况分析

第三节原浆啤酒下游行业发展情况分析

一、下游主要行业发展概述

二、下游各行业近几年增长情况

第八章原浆啤酒销售市场分析

第一节原浆啤酒国内营销模式分析

第二节原浆啤酒国内分销商形态分析

第三节原浆啤酒国内销售渠道分析

第四节原浆啤酒行业国际化营销模式分析

第五节原浆啤酒重点销售区域分析

第六节 原浆啤酒内部与外部流通量分析

第九章原浆啤酒国内市场价格走势分析

第一节原浆啤酒年度价格变化分析

第二节原浆啤酒月度价格变化分析

第三节原浆啤酒各厂家价格分析

第四节影响产品价格走势的因素分析

一、原材料因素

二、市场供需因素

三、产品技术因素

四、其他因素

第五节 2014-2020年我国原浆啤酒市场价格预测

第十章 原浆啤酒产业市场竞争格局分析

第一节 2011-2012年中国原浆啤酒产业竞争现状分析

一、原浆啤酒产业技术竞争分析

二、中外原浆啤酒产业竞争分析

三、原浆啤酒价格竞争分析

第二节 2011年中国原浆啤酒产业集中度分析

一、产量集中度分析

二、企业集中度分析

三、市场集中度分析

第三节 2011-2012年中国原浆啤酒企业提升竞争力策略分析

第十一章 中国原浆啤酒优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 A企业

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第二节 B企业

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节 C企业

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节 D企业

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 E企业

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十二章 2014-2020年原浆啤酒行业发展趋势预测

第一节 2014-2020年中国原浆啤酒产业发展前景分析

一、原浆啤酒开发与应用前景

二、原浆啤酒技术发展方向分析

三、原浆啤酒产业趋势预测分析

第二节 2014-2020年中国原浆啤酒产业市场预测分析

一、原浆啤酒产业供给预测分析

二、原浆啤酒产业需求预测分析

三、原浆啤酒进出口预测分析

第三节 2014-2020年中国原浆啤酒产业市场盈利预测分析

第十三章原浆啤酒行业投资机会与风险分析

第一节原浆啤酒行业投资机会分析

一、中国强劲的经济增长率对行业的支撑

二、原浆啤酒企业的竞争优势

三、市场机会分析

第二节原浆啤酒行业投资进入风险分析

一、同业竞争风险

二、市场贸易风险

三、行业金融信贷市场风险

四、产业政策变动的影响

第三节原浆啤酒行业投资决策依据分析

一、行业投资前景

二、行业投资热点

三、行业投资区域

第四节原浆啤酒行业投资建议

第十四章 2014-2020年原浆啤酒企业经营战略建议

第一节 2014-2020年原浆啤酒企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2014-2020年原浆啤酒企业的资本运作模式

一、原浆啤酒企业国内资本市场的运作建议

二、原浆啤酒企业海外资本市场的运作建议

第三节 2014-2020年原浆啤酒企业营销模式建议

一、原浆啤酒企业的国内营销模式建议

二、原浆啤酒企业海外营销模式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102902.html>