

# 2016-2022年中国啤酒行业 监测及发展机遇研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2016-2022年中国啤酒行业监测及发展机遇研究报告》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/201601/129413.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

2015年8月中国啤酒出口量统计表 单位：千美元 商品名称 计量单位 8月 1至8月累计 比去年同期 $\pm$ % 累计比去年同期 $\pm$  数量 金额 数量 金额 数量 金额 数量 金额  
啤酒 万升 2,540 17,913 17,105 117,920 11.2 13.6 -1.6 0

《2016-2022年中国啤酒行业监测及发展机遇研究报告》共十三章。首先介绍了中国啤酒行业发展环境以及全球啤酒产业发展现状，接着分析了中国啤酒行业规模及消费需求，然后对啤酒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 中国啤酒行业及市场环境发展综述 1

#### 第一节 啤酒行业定义及分类 1

##### 一、行业概念及定义 1

##### 二、行业主要产品大类 1

#### 第二节 啤酒行业统计标准 5

##### 一、啤酒行业统计部门和统计口径 5

##### 二、啤酒行业统计方法 6

##### 三、啤酒行业数据种类 6

#### 第三节 啤酒行业政策环境分析 6

##### 一、行业相关政策分析 6

##### 二、啤酒行业发展规划 8

#### 第四节 啤酒行业经济环境分析 9

##### 一、GDP增长情况 9

##### 二、GDP与行业关联性分析 10

#### 第五节 啤酒行业消费环境分析 11

##### 一、城市啤酒消费环境分析 11

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 二、农村啤酒市场分析               | 12 |
| 第六节 啤酒行业产业链上游分析          | 14 |
| 一、啤酒大麦市场发展情况分析           | 14 |
| 二、啤酒辅料市场发展情况分析           | 14 |
| 三、啤酒包装市场发展情况分析           | 22 |
| 第七节 啤酒行业产业链下游分析          | 25 |
| 一、零售业发展情况分析              | 25 |
| 二、餐饮业发展情况分析              | 26 |
| 三、娱乐场所发展情况分析             | 27 |
| 第二章 世界啤酒行业发展分析           | 28 |
| 第一节 世界啤酒发展概述             | 28 |
| 一、世界啤酒行业发展情况分析           | 28 |
| 二、世界啤酒行业并购情况分析           | 28 |
| 三、世界啤酒市场消费情况分析           | 30 |
| 第二节 欧洲啤酒行业发展分析           | 31 |
| 一、2014-2015年奥地利啤酒市场发展概况  | 31 |
| 二、2014-2015年俄罗斯酒类产品销售情况  | 32 |
| 三、2014-2015年比利时啤酒市场发展情况  | 32 |
| 四、2014-2015年德国巴伐利亚啤酒出口情况 | 32 |
| 第三节 亚洲啤酒行业发展概况           | 34 |
| 一、越南啤酒市场增长潜力大            | 34 |
| 二、2014-2015年韩国啤酒的消费状况分析  | 34 |
| 三、2014-2015年日本啤酒出货量再创新低  | 34 |
| 四、2014-2015年泰国啤酒业增长态势分析  | 35 |
| 第四节 美国啤酒                 | 35 |
| 一、美国啤酒业的发展历程介绍           | 35 |
| 二、美国高度啤酒生产政策逐步放宽         | 38 |
| 三、美国啤酒新包装使市场生机盎然         | 38 |
| 四、2014-2015年美国酒类消费市场的概况  | 39 |
| 五、2014-2015年美国酒类消费者偏好调查  | 39 |
| 第五节 其他                   | 43 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 一、加拿大国内的啤酒市场份额分析          | 43 |
| 二、新西兰精酿啤酒的生产日渐升温          | 44 |
| 三、非洲国家啤酒市场发展前景良好          | 44 |
| 四、尼日利亚啤酒业的发展前景看好          | 44 |
| <br>                      |    |
| 第三章 2014-2015年中国啤酒行业发展分析  | 45 |
| 第一节 中国啤酒行业发展状况分析          | 45 |
| 一、中国啤酒行业近年发展情况概述          | 45 |
| 二、中国啤酒行业的产销量稳定增长          | 49 |
| 三、中国啤酒行业保持良好发展态势          | 50 |
| 第二节 2014-2015年中国啤酒行业市场分析  | 51 |
| 一、2014-2015年中国啤酒行业销售市场分析  | 51 |
| 二、2014-2015年中国啤酒行业渠道市场分析  | 51 |
| 三、2014-2015年中国啤酒行业品牌分析    | 53 |
| 第三节 2014-2015年中国啤酒行业的利润分析 | 54 |
| 一、2014-2015年中国啤酒行业利润变化分析  | 54 |
| 二、中国二三线啤酒企业利润下滑           | 54 |
| 三、提升啤酒企业利润的发展策略           | 55 |
| 第四节 中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略    | 57 |
| 一、中国与国际啤企成长与盈利能力比较        | 57 |
| 二、中国啤酒企业面临的外资冲击           | 57 |
| 三、背靠外资的本土啤企发展状况           | 58 |
| 四、中国啤企的“国际化”发展状况          | 59 |
| 五、中国啤企的“国际化”发展对策          | 59 |
| 第五节 啤酒行业存在的问题及其对策         | 65 |
| 一、中国啤酒行业创新难的问题分析          | 65 |
| 二、软实力不足是啤酒业发展主要问题         | 66 |
| 三、增强中国啤酒行业软实力的措施          | 67 |
| 四、中国中小啤酒企业发展策略建议          | 68 |
| 五、啤酒企业提高自身经营效益的策略         | 69 |

|                  |    |
|------------------|----|
| 第四章 中国啤酒行业发展状况分析 | 72 |
|------------------|----|

## 第一节 中国啤酒行业发展状况分析 72

### 一、啤酒行业经营效益分析 72

### 二、啤酒行业盈利能力分析 73

### 三、啤酒行业运营能力分析 73

### 四、啤酒行业偿债能力分析 74

### 五、啤酒行业发展能力分析 74

## 第二节 啤酒行业经济指标分析 75

### 一、啤酒行业经济指标分析 75

### 二、不同规模企业经济指标分析 75

### 三、不同性质企业经济指标分析 76

### 四、不同地区企业经济指标分析 76

## 第三节 啤酒行业供需平衡分析 77

### 一、全国啤酒行业供给情况分析 77

### 二、各地区啤酒行业供给情况分析 77

### 三、全国啤酒行业需求情况分析 78

### 四、各地区啤酒行业需求情况分析 79

### 五、全国啤酒行业产销率分析 80

## 第四节 中国啤酒行业进出口市场分析 80

### 一、2014-2015年啤酒行业出口市场分析 80

### 二、2014-2015年啤酒行业进口市场分析 81

## 第五章 2014-2015年中国啤酒品牌发展分析 84

### 第一节 中国啤酒品牌的发展概况 84

#### 一、中国啤酒品牌的发展阶段划分 84

#### 二、中国啤酒品牌市场的发展分析 84

#### 三、中国啤酒品牌市场的发展现状 85

### 第二节 中国区域啤酒品牌的发展 88

#### 一、中国区域强势啤酒品牌道路的可行性 88

#### 二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析 89

#### 三、中国区域啤酒品牌市场的发展对策 89

### 第三节 解析啤酒无品牌观念现象 90

#### 一、无品牌观念产生原因 90

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 二、无品牌观念带来的后果         | 91  |
| 三、树立品牌观念的意义分析        | 93  |
| 四、树立品牌的要点分析          | 94  |
| 第四节 中国啤酒品牌发展中的问题     | 95  |
| 一、中国啤酒品牌市场发展存在的障碍    | 95  |
| 二、中国高档啤酒品牌市场发展的难题    | 97  |
| 三、中国啤酒品牌的传播误区分析      | 98  |
| 四、国内啤酒品牌的消费者满意度下降    | 99  |
| 第五节 中国啤酒行业品牌整合战略分析   | 100 |
| 一、中国啤酒行业的品牌整合模式      | 100 |
| 二、啤酒品牌整合模式的优劣分析      | 102 |
| 三、啤酒品牌整合模式的理想路径      | 103 |
| 四、制定品牌战略的考虑因素分析      | 104 |
| 第六节 中国啤酒品牌市场的发展策略及趋势 | 105 |
| 一、啤酒品牌发展和推广策略        | 105 |
| 二、做好啤酒品牌的策略          | 106 |
| 三、二、三线啤酒品牌的发展建议      | 107 |
| 四、中国啤酒品牌的发展趋势        | 109 |
| 五、中国啤酒品牌市场的发展方向      | 109 |

## 第六章 2014-2015年中国啤酒市场分析 113

### 第一节 中国啤酒市场总体概况 113

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 一、中国大型啤酒企业的市场布局 | 113 |
| 二、中国中小啤酒企业的市场布局 | 114 |
| 三、中国啤酒淡季市场的变化分析 | 116 |

### 第二节 城市啤酒市场 117

|                  |     |
|------------------|-----|
| 一、城市啤酒市场的特点分析    | 117 |
| 二、城市啤酒市场网络的构成    | 118 |
| 三、中国南北城市啤酒市场竞争情况 | 118 |
| 四、城市超市啤酒市场的开发策略  | 120 |
| 五、城市社区啤酒市场的开发策略  | 121 |

### 第三节 农村啤酒市场 123

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 一、农村啤酒市场的特点分析            | 123 |
| 二、国内农村啤酒市场潜力巨大           | 125 |
| 三、中西部和农村啤酒市场为增长主力        | 126 |
| 四、啤企建立乡镇网络销售体系的策略        | 126 |
| 五、啤企针对乡镇市场的促销方案介绍        | 129 |
| 六、中国农村啤酒市场的拓展策略分析        | 131 |
| 第四节 中高档啤酒市场              | 132 |
| 一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎        | 132 |
| 二、开发中高档啤酒的市场机遇分析         | 132 |
| 三、中高档啤酒市场竞争日趋激烈          | 133 |
| 四、中高档啤酒终端市场秩序混乱          | 134 |
| 五、中高档啤酒终端恶性竞争的后果         | 135 |
| 六、规范中高档啤酒终端市场的对策         | 136 |
| 七、开发中国高端啤酒市场策略分析         | 138 |
| 第五节 啤酒市场消费分析             | 141 |
| 一、啤酒消费者对产品的认知过程          | 141 |
| 二、啤酒消费者的消费场所归类及特点        | 142 |
| 三、影响啤酒消费者消费选择的因素         | 142 |
| 四、啤酒消费者的惯性消费特点分析         | 143 |
| 五、啤酒消费者的消费习惯变化分析         | 143 |
| 第六节 啤酒经销商分析              | 144 |
| 一、个体啤酒经销商模式              | 144 |
| 二、公司化啤酒经销商模式             | 145 |
| 三、经销商面临的主要问题             | 149 |
| 四、啤酒经销商发展重在创新            | 149 |
| 五、提高经销商素质的有效途径           | 152 |
| 第七章 2014-2015年中国啤酒行业营销分析 | 153 |
| 第一节 中国啤酒营销总体概况           | 153 |
| 一、中国啤酒营销五大模式             | 153 |
| 二、中国啤酒营销的中国特色            | 154 |
| 三、中国啤酒营销的发展走向            | 155 |

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| 四、2014-2015年啤酒行业营销状况总结       | 155     |
| 第二节 中国啤酒文化营销分析               | 156     |
| 一、运用啤酒文化营销的原因                | 156     |
| 二、啤酒文化的内涵分析                  | 157     |
| 三、解析啤酒文化与营销的有效结合             | 158     |
| 第三节 餐饮娱乐营销分析                 | 159     |
| 一、餐饮娱乐终端分类                   | 159     |
| 二、餐饮娱乐市场特征                   | 160     |
| 三、餐饮娱乐营销策略探究                 | 161     |
| 第四节 中国啤酒行业分众营销分析             | 164     |
| 一、中国啤酒行业分众营销概述               | 164     |
| 二、中国啤酒突破分众营销的阻力              | 166     |
| 三、中国啤酒行业分众营销的策略              | 167     |
| 第五节 中国啤酒品牌广告策略简析             | 168     |
| 一、中国啤酒品牌实施广告策略的状况            | 168     |
| 二、中国啤酒品牌广告策略影响因素             | 169     |
| 三、中国啤酒品牌广告策略途径探索             | 170     |
| 第六节 啤酒营销中存在的问题               | 172     |
| 一、啤酒营销渠道中存在的问题               | 172     |
| 二、中国啤酒品牌营销误区分析               | 175     |
| 三、中国啤酒企业营销误区分析               | 177     |
| 第七节 啤酒行业营销的策略分析              | 180     |
| 一、啤酒行业应高效运用深度营销策略            | 180     |
| 二、中国啤酒行业的区域市场营销策略            | 183     |
| 三、中国啤酒行业淡季市场营销策略             | 183     |
| 四、啤酒经销商应对质量投诉策略              | 184     |
| 五、啤酒企业营销突破路径分析               | 186     |
| <br>第八章 2014-2015年中国啤酒区域市场分析 | <br>191 |
| 第一节 华北地区                     | 191     |
| 一、华北啤酒市场分析                   | 191     |
| 二、北京啤酒市场分析                   | 191     |

|             |     |
|-------------|-----|
| 三、河北啤酒市场分析  | 192 |
| 四、山西啤酒市场分析  | 193 |
| 五、内蒙古啤酒市场分析 | 194 |
| 第二节 东北地区    | 195 |
| 一、辽宁啤酒市场分析  | 195 |
| 二、吉林啤酒市场分析  | 195 |
| 三、黑龙江啤酒市场分析 | 196 |
| 第三节 华东地区    | 198 |
| 一、华东啤酒市场分析  | 198 |
| 二、上海啤酒市场分析  | 199 |
| 三、浙江啤酒市场分析  | 199 |
| 四、江苏啤酒市场分析  | 200 |
| 五、山东啤酒市场分析  | 201 |
| 六、福建啤酒市场分析  | 202 |
| 七、安徽啤酒市场分析  | 203 |
| 第四节 中南地区    | 204 |
| 一、湖北啤酒市场分析  | 204 |
| 二、河南啤酒市场分析  | 205 |
| 三、湖南啤酒市场分析  | 206 |
| 四、广东啤酒市场分析  | 207 |
| 五、江西啤酒市场分析  | 208 |
| 第五节 西南地区    | 209 |
| 一、西南啤酒市场分析  | 209 |
| 二、四川啤酒市场分析  | 210 |
| 三、云南啤酒市场分析  | 211 |
| 四、贵州啤酒市场分析  | 212 |

## 第九章 中国啤酒行业竞争分析 213

### 第一节 21世纪中国啤酒竞争所面临的三大阶段 213

- 一、兼并期 213
- 二、消耗期 216
- 三、竞合期 218

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 第二节 中国啤酒行业竞争现状分析     | 219 |
| 一、中国啤酒行业的竞争格局分析      | 219 |
| 二、中国啤酒行业的竞争特点分析      | 219 |
| 三、影响啤酒行业竞争力的主要因素     | 220 |
| 四、中国啤酒产业整合优势分析       | 221 |
| 五、主要城市中高端啤酒品牌竞争状况    | 223 |
| 第三节 中国啤酒行业竞争的本质分析    | 224 |
| 一、啤酒行业竞争的并购战略驱动特点    | 224 |
| 二、啤酒行业初始的规模竞争情况分析    | 225 |
| 三、渠道、产品结构和品牌竞争分析     | 226 |
| 四、持续的管理竞争和其他因素影响     | 227 |
| 第四节 国外啤酒企业在中国的竞争状况   | 228 |
| 一、国外品牌啤酒商在中国的发展状况    | 228 |
| 二、国外品牌在中国市场水土不服情况    | 232 |
| 三、国外品牌在中国高端啤酒市场竞争状况  | 232 |
| 第五节 速度管理提高啤酒企业竞争能力   | 238 |
| 一、速度管理的定义            | 238 |
| 二、速度管理在啤酒企业运用的要点     | 239 |
| 三、啤酒企业的速度管理模式探讨      | 242 |
| 第六节 啤酒行业竞争中存在的问题及其策略 | 243 |
| 一、啤酒市场不正当竞争现象分析      | 243 |
| 二、惯性竞争思维在啤酒行业竞争中的问题  | 244 |
| 三、啤酒行业实现竞争合作的策略      | 247 |
| 四、规范啤酒市场竞争的对策探讨      | 250 |
| 五、啤酒行业竞争思维的转型        | 253 |
| 六、中小啤酒企业市场竞争策略剖析     | 254 |
| 第七节 中国啤酒行业竞争趋势       | 256 |
| 一、啤酒行业竞争发展特点分析       | 256 |
| 二、浅析啤酒企业竞争行为的演化方向    | 258 |
| 三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势     | 258 |
| 四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析     | 260 |
| 五、中国啤酒行业竞争趋势预测       | 260 |

## 第十章 2016-2022年啤酒行业领先企业经营形势分析 263

### 第一节 青岛啤酒股份有限公司 263

- 一、企业发展简况分析 263
- 二、主要经济指标分析 264
- 三、企业盈利能力分析 266
- 四、企业运营能力分析 267
- 五、企业偿债能力分析 268
- 六、企业发展能力分析 268
- 七、企业产品结构及新产品动向 268
- 八、企业啤酒销售渠道与网络 269
- 九、企业经营优劣势分析 270
- 十、企业最新发展动向分析 271

### 第二节 华润雪花啤酒（中国）有限公司 271

- 一、企业发展简况分析 271
- 二、企业盈利能力分析 271
- 三、企业运营能力分析 272
- 四、企业发展能力分析 272
- 五、企业产品结构及新产品动向 272
- 六、企业啤酒销售渠道与网络 272
- 七、企业经营优劣势分析 273

### 第三节 北京燕京啤酒股份有限公司 274

- 一、企业发展简况分析 274
- 二、主要经济指标分析 274
- 三、企业盈利能力分析 276
- 四、企业运营能力分析 277
- 五、企业偿债能力分析 278
- 六、企业发展能力分析 278
- 七、企业产品结构及新产品动向 279
- 八、企业啤酒销售渠道与网络 279
- 九、企业经营优劣势分析 279
- 十、企业最新发展动向分析 280

#### 第四节 百威英博啤酒投资(中国)有限公司 280

- 一、企业发展简况分析 280
- 二、主要经济指标分析 281
- 三、企业偿债能力分析 281
- 四、企业发展能力分析 282
- 五、企业产品结构及新产品动向 282
- 六、企业啤酒销售渠道与网络 282
- 七、企业经营优劣势分析 282
- 八、企业最新发展动向分析 282

#### 第五节 重庆啤酒股份有限公司 283

- 一、企业发展简况分析 283
- 二、企业盈利能力分析 284
- 三、企业运营能力分析 285
- 四、企业偿债能力分析 286
- 五、企业发展能力分析 286
- 六、企业产品结构及新产品动向 287
- 七、企业啤酒销售渠道与网络 287
- 八、企业经营优劣势分析 287
- 九、企业最新发展动向 287

#### 第六节 广州珠江啤酒集团有限公司 288

- 一、企业发展简况分析 288
- 二、主要经济指标分析 288
- 三、企业盈利能力分析 290
- 四、企业运营能力分析 291
- 五、企业偿债能力分析 292
- 六、企业发展能力分析 292
- 七、企业产品结构及新产品动向 293
- 八、企业啤酒销售渠道与网络 293
- 九、企业经营优劣势分析 293
- 十、企业最新发展动向分析 294

#### 第七节 哈尔滨啤酒有限公司 294

- 一、企业发展简况分析 294

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 二、主要经济指标分析            | 295 |
| 三、企业产品结构及新产品动向        | 295 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络         | 295 |
| 五、企业经营优劣势分析           | 295 |
| 六、企业最新发展动向分析          | 296 |
| 第八节 百威英博雪津啤酒有限公司      | 296 |
| 一、企业发展简况分析            | 296 |
| 二、企业产品结构及新产品动向        | 296 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络         | 296 |
| 四、企业经营优劣势分析           | 297 |
| 五、企业最新发展动向分析          | 297 |
| 第九节 中国金星啤酒集团有限公司      | 297 |
| 一、企业发展简况分析            | 297 |
| 二、企业产品结构及新产品动向        | 297 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络         | 298 |
| 四、企业经营优劣势分析           | 298 |
| 五、企业发展方向              | 298 |
| 第十节 嘉士伯啤酒（广东）有限公司     | 298 |
| 一、企业发展简况分析            | 298 |
| 二、主要经济指标分析            | 299 |
| 三、企业产品结构及新产品动向        | 299 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络         | 299 |
| 五、企业经营优劣势分析           | 299 |
| 第十一节 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司 | 300 |
| 一、企业发展简况分析            | 300 |
| 二、主要经济指标分析            | 300 |
| 三、企业产品结构及新产品动向        | 300 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络         | 300 |
| 五、企业经营优劣势分析           | 301 |
| 六、企业最新发展动向分析          | 301 |
| 第十二节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司  | 302 |
| 一、企业发展简况分析            | 302 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 二、主要经济指标分析         | 302 |
| 三、企业盈利能力分析         | 304 |
| 四、企业运营能力分析         | 305 |
| 五、企业偿债能力分析         | 306 |
| 六、企业发展能力分析         | 306 |
| 七、企业产品结构及新产品动向     | 306 |
| 八、企业啤酒销售渠道与网络      | 307 |
| 九、企业经营优劣势分析        | 307 |
| 十、企业最新发展动向分析       | 307 |
| 第十三节 英博双鹿啤酒集团      | 310 |
| 一、企业发展简况分析         | 310 |
| 二、主要经济指标分析         | 310 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 310 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 310 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 310 |
| 第十四节 湖北金龙泉集团股份有限公司 | 311 |
| 一、企业发展简况分析         | 311 |
| 二、企业盈利能力分析         | 311 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 311 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 312 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 312 |
| 第十五节 三得利(中国)投资有限公司 | 312 |
| 一、企业发展简况分析         | 312 |
| 二、企业产品结构及新产品动向     | 313 |
| 三、企业经营优劣势分析        | 313 |
| 第十六节 江西樟树啤酒集团有限公司  | 313 |
| 一、企业发展简况分析         | 313 |
| 二、主要经济指标分析         | 313 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 313 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 314 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 314 |
| 第十七节 安徽华洋啤酒股份有限公司  | 315 |

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 一、企业发展简况分析         | 315 |
| 二、企业主要经济指标         | 315 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 315 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 315 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 315 |
| 第十四节 金士百纯生啤酒股份有限公司 | 317 |
| 一、企业发展简况分析         | 317 |
| 二、企业主要经济指标         | 317 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 317 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 318 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 318 |
| 第十九节 山东森力啤酒饮料有限公司  | 318 |
| 一、企业发展简况分析         | 318 |
| 二、企业主要经济指标         | 318 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 319 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 319 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 319 |
| 第二十章 河南巴伦啤酒有限公司    | 319 |
| 一、企业发展简况分析         | 319 |
| 二、主要经济指标分析         | 319 |
| 三、企业产品结构及新产品动向     | 320 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络      | 320 |
| 五、企业经营优劣势分析        | 320 |
| 第二十一章 麒麟啤酒（珠海）有限公司 | 321 |
| 一、企业发展简况分析         | 321 |
| 二、企业产品结构及新产品动向     | 321 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络      | 321 |
| 四、企业经营优劣势分析        | 321 |
| 第二十二章 北京啤酒朝日有限公司   | 321 |
| 一、企业发展简况分析         | 321 |
| 二、企业产品结构及新产品动向     | 322 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络      | 322 |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 四、企业经营优劣势分析           | 322 |
| 第二十三节 山东青源啤酒有限公司      | 322 |
| 一、企业发展简况分析            | 322 |
| 二、企业产品结构及新产品动向        | 323 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络         | 323 |
| 四、企业经营优劣势分析           | 323 |
| 第二十四节 山东金孚龙啤酒有限公司     | 323 |
| 一、企业发展简况分析            | 323 |
| 二、主要经济指标分析            | 324 |
| 三、企业产品结构及新产品动向        | 324 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络         | 324 |
| 五、企业经营优劣势分析           | 324 |
| 第二十五节 江苏大富豪酿酒科技发展有限公司 | 324 |
| 一、企业发展简况分析            | 324 |
| 二、企业产品结构及新产品动向        | 325 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络         | 325 |
| 四、企业经营优劣势分析           | 325 |
| 第二十六节 山东泰山啤酒有限公司      | 325 |
| 一、企业发展简况分析            | 325 |
| 二、企业产品结构及新产品动向        | 326 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络         | 326 |
| 四、企业经营优劣势分析           | 326 |
| 第二十七节 湖南重庆啤酒国人有限责任公司  | 326 |
| 一、企业发展简况分析            | 326 |
| 二、主要经济指标分析            | 327 |
| 三、企业产品结构及新产品动向        | 327 |
| 四、企业啤酒销售渠道与网络         | 327 |
| 五、企业经营优劣势分析           | 327 |
| 第二十四节 青岛崂特啤酒有限公司      | 328 |
| 一、企业发展简况分析            | 328 |
| 二、企业产品结构及新产品动向        | 328 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络         | 328 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 四、企业经营优劣势分析                | 328 |
| 第二十九节 青岛啤酒西安汉斯集团有限公司       | 329 |
| 一、企业发展简况分析                 | 329 |
| 二、企业产品结构及新产品动向             | 329 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络              | 329 |
| 四、企业经营优劣势分析                | 329 |
| 第三十节 山东新银麦啤酒有限公司           | 330 |
| 一、企业发展简况分析                 | 330 |
| 二、企业产品结构及新产品动向             | 330 |
| 三、企业啤酒销售渠道与网络              | 330 |
| 四、企业经营优劣势分析                | 330 |
| 第十一章 2016-2022年啤酒行业前景及趋势预测 | 331 |
| 第一节 2016-2022年啤酒市场发展前景     | 331 |
| 一、2016-2022年啤酒市场发展潜力       | 331 |
| 二、2016-2022年啤酒市场发展前景展望     | 332 |
| 三、2016-2022年啤酒细分行业发展前景分析   | 333 |
| 第二节 2016-2022年啤酒市场发展趋势预测   | 333 |
| 一、2016-2022年啤酒行业发展趋势       | 333 |
| 二、2016-2022年啤酒市场规模预测       | 334 |
| 三、2016-2022年细分市场发展趋势预测     | 334 |
| 第三节 2016-2022年中国啤酒行业供需预测   | 335 |
| 一、2016-2022年中国啤酒行业供给预测     | 335 |
| 二、2016-2022年中国啤酒行业产量预测     | 336 |
| 三、2016-2022年中国啤酒市场销量预测     | 337 |
| 四、2016-2022年中国啤酒行业需求预测     | 337 |
| 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势         | 338 |
| 一、市场整合成长趋势                 | 338 |
| 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测          | 339 |
| 三、企业区域市场拓展的趋势              | 340 |
| 四、科研开发趋势及替代技术进展            | 340 |
| 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势         | 341 |

## 第十二章 2016-2022年啤酒行业投资机会与风险防范 345

### 第一节 啤酒行业投融资情况 345

#### 一、行业资金渠道分析 345

#### 二、固定资产投资分析 350

#### 三、兼并重组情况分析 351

#### 四、啤酒行业投资现状分析 352

### 第二节 2016-2022年啤酒行业投资机会 353

#### 一、产业链投资机会 353

#### 二、细分市场投资机会 353

#### 三、重点区域投资机会 354

#### 四、啤酒行业投资机遇 354

### 第三节 2016-2022年啤酒行业投资风险及防范 355

#### 一、政策风险及防范 355

#### 二、供求风险及防范 357

#### 三、宏观经济波动风险及防范 357

#### 四、关联产业风险及防范 361

#### 五、产品结构风险及防范 362

#### 六、其他风险及防范 362

### 第四节 中国啤酒行业投资建议 363

#### 一、啤酒行业未来发展方向 363

#### 二、啤酒行业主要投资建议 364

#### 三、中国啤酒企业融资分析 364

## 第十三章 2016-2022年啤酒行业面临的困境及对策 366

### 第一节 2015年啤酒行业面临的困境 366

### 第二节 啤酒企业面临的困境及对策 367

#### 一、重点啤酒企业面临的困境及对策 367

#### 二、中小啤酒企业发展困境及策略分析 371

#### 三、国内啤酒企业的出路分析 374

### 第三节 中国啤酒行业存在的问题及对策 375

#### 一、中国啤酒行业存在的问题 375

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 二、啤酒行业发展的建议对策        | 378 |
| 三、市场的重点客户战略实施        | 380 |
| 第四节 中国啤酒市场发展面临的挑战与对策 | 384 |

## 第十四章 啤酒行业发展战略研究 390

### 第一节 啤酒行业发展战略研究 390

|          |     |
|----------|-----|
| 一、战略综合规划 | 390 |
| 二、技术开发战略 | 398 |
| 三、业务组合战略 | 404 |
| 四、区域战略规划 | 407 |
| 五、产业战略规划 | 417 |
| 六、营销品牌战略 | 418 |
| 七、竞争战略规划 | 420 |

### 第二节 对我国啤酒品牌的战略思考 424

|               |     |
|---------------|-----|
| 一、啤酒品牌的重要性    | 424 |
| 二、啤酒实施品牌战略的意义 | 426 |
| 三、啤酒企业品牌的现状分析 | 429 |
| 四、我国啤酒企业的品牌战略 | 429 |
| 五、啤酒品牌战略管理的策略 | 432 |

### 第三节 啤酒经营策略分析 434

|              |     |
|--------------|-----|
| 一、啤酒市场细分策略   | 434 |
| 二、啤酒市场创新策略   | 439 |
| 三、品牌定位与品类规划  | 441 |
| 四、啤酒新产品差异化战略 | 446 |

### 第四节 啤酒行业投资战略研究 452

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 一、2015年啤酒行业投资战略      | 452 |
| 二、2016-2022年啤酒行业投资战略 | 453 |
| 三、2016-2022年细分行业投资战略 | 453 |

## 第十五章 研究结论及发展建议 454

### 第一节 啤酒行业研究结论及建议 454

### 第二节 啤酒子行业研究结论及建议 455

### 第三节 啤酒行业发展建议 455

#### 一、行业发展策略建议 455

#### 二、行业投资方向建议 456

#### 三、行业投资方式建议 457

#### 图表目录：

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 图表：2014-2015年全球啤酒产量      | 28  |
| 图表：人均消费啤酒最高的十个国家         | 31  |
| 图表：美国消费者最喜欢的葡萄品种         | 41  |
| 图表：美国消费者在以下地点购酒频率        | 42  |
| 图表：葡萄酒应用软件使用情况           | 43  |
| 图表：2010-2015年中国啤酒产量及增长趋势 | 50  |
| 图表：2014-2015年中国啤酒行业利润总额  | 54  |
| 图表：2014-2015年啤酒行业盈利能力    | 73  |
| 图表：2014-2015年啤酒行业运营能力    | 73  |
| 图表：2014-2015年啤酒行业偿债能力    | 74  |
| 图表：2014-2015年啤酒行业发展能力    | 74  |
| 图表：2015年啤酒业销售收入按企业规模分类   | 75  |
| 图表：2015年我国啤酒业销售收入按控股情况分类 | 76  |
| 图表：2013-2015年全国啤酒行业总产值   | 77  |
| 图表：2015年啤酒总产值排名前10个地区    | 77  |
| 图表：2013-2015年全国啤酒行业销售产值  | 78  |
| 图表：2014-2015年啤酒行业销售收入    | 79  |
| 图表：2015年各地区啤酒行业销售产值排名    | 79  |
| 图表：2013-2015年全国啤酒行业产销率   | 80  |
| 图表：2015年1-7月中国啤酒出口交货值    | 81  |
| 图表：2012-2015年中国啤酒进口量     | 82  |
| 图表：2015年啤酒主要进口国情况        | 82  |
| 图表：啤酒县乡销售体系结构            | 127 |
| 图表：啤酒消费者对产品的认知过程         | 141 |
| 图表：啤酒行业餐饮娱乐终端分类          | 159 |
| 图表：2010-2015年华北啤酒销售收入    | 191 |

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| 图表：2015年1-6月北京市啤酒产量分月度统计数据 | 192 |
| 图表：2015年1-6月河北啤酒产量分月度统计数据  | 193 |
| 图表：2012-2015年内蒙古啤酒产量       | 194 |
| 图表：2012-2015年辽宁啤酒产量        | 195 |
| 图表：2012-2015年吉林省啤酒产量       | 196 |
| 图表：2012-2015年黑龙江啤酒产量       | 197 |
| 图表：2010-2015年华东啤酒销售收入      | 198 |
| 图表：2012-2015年上海市啤酒产量       | 199 |
| 图表：2015年1-7月浙江啤酒市场产量排行     | 199 |
| 图表：2012-2015年江苏啤酒产量        | 200 |
| 图表：2012-2015年山东啤酒产量        | 201 |
| 图表：2012-2015年福建啤酒产量        | 202 |
| 图表：2012-2015年安徽啤酒产量        | 203 |
| 图表：2012-2015年湖北啤酒产量        | 204 |
| 图表：2012-2015年河南啤酒产量        | 205 |
| 图表：2012-2015年湖南啤酒产量        | 206 |
| 图表：2012-2015年广东啤酒产量        | 207 |
| 图表：2012-2015年江西啤酒产量        | 208 |
| 图表：2010-2015年西南啤酒销售收入      | 209 |
| 图表：2012-2015年四川啤酒产量        | 210 |
| 图表：2012-2015年云南啤酒产量        | 211 |
| 图表：2012-2015年贵州啤酒产量        | 212 |
| 图表：速度管理下信息流、物流、资金流情况       | 242 |
| 图表：青岛啤酒股份有限公司主要经济指标        | 265 |
| 图表：青岛啤酒股份有限公司盈利能力分析        | 266 |
| 图表：青岛啤酒股份有限公司运营能力分析        | 267 |
| 图表：青岛啤酒股份有限公司偿债能力分析        | 268 |
| 图表：青岛啤酒股份有限公司发展能力分析        | 268 |
| 图表：北京燕京啤酒股份有限公司主要经济指标      | 275 |
| 图表：北京燕京啤酒股份有限公司盈利能力分析      | 276 |
| 图表：北京燕京啤酒股份有限公司运营能力分析      | 277 |
| 图表：北京燕京啤酒股份有限公司偿债能力分析      | 278 |

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| 图表：北京燕京啤酒股份有限公司发展能力分析     | 278 |
| 图表：百威英博啤酒投资(中国)有限公司主要经济指标 | 281 |
| 图表：百威英博啤酒投资(中国)有限公司偿债能力分析 | 281 |
| 图表：重庆啤酒股份有限公司盈利能力分析       | 284 |
| 图表：重庆啤酒股份有限公司运营能力分析       | 285 |
| 图表：重庆啤酒股份有限公司偿债能力分析       | 286 |
| 图表：重庆啤酒股份有限公司发展能力分析       | 286 |
| 图表：广州珠江啤酒集团有限公司主要经济指标     | 289 |
| 图表：广州珠江啤酒集团有限公司盈利能力分析     | 290 |
| 图表：广州珠江啤酒集团有限公司运营能力分析     | 291 |
| 图表：广州珠江啤酒集团有限公司偿债能力分析     | 292 |
| 图表：广州珠江啤酒集团有限公司主要经济指标     | 292 |
| 图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主要经济指标  | 303 |
| 图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司盈利能力分析  | 304 |
| 图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司运营能力分析  | 305 |
| 图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司偿债能力分析  | 306 |
| 图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司发展能力分析  | 306 |
| 图表：2016-2022年啤酒市场规模预测     | 334 |
| 图表：2016-2022年中国啤酒行业产量预测   | 336 |
| 图表：2016-2022年中国啤酒市场销量预测   | 337 |
| 图表：确定公司战略目标的步骤            | 393 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129413.html>