

2023-2029年中国啤酒制造 市场深度分析与投资战略咨询报告

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

《2023-2029年中国啤酒制造市场深度分析与投资战略咨询报告》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/202211/326403.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

啤酒制造，指以麦芽（包括特种麦芽）为主要原料，加酒花，经酵母发酵酿制而成，含二氧化碳、起泡、低酒精度（体积分数）2.5%~7.5%的发酵酒产品的生产，以及啤酒专用原料麦芽的生产。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国啤酒制造市场深度分析与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了啤酒制造行业市场发展环境、啤酒制造整体运行态势等，接着分析了啤酒制造行业市场运行的现状，然后介绍了啤酒制造市场竞争格局。随后，报告对啤酒制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了啤酒制造行业发展趋势与投资预测。您若想对啤酒制造产业有个系统的了解或者想投资啤酒制造行业，本报告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：

第一部分啤酒制造行业运行情况

第一章 中国啤酒制造行业企业概况

第一节 企业性质分析

第二节 企业规模分析

第三节 企业区域分布

第二章 2017-2022年中国啤酒制造行业生产情况

第一节 中国啤酒制造业总产量

第二节 中国啤酒制造业区域特征分析

第三节 不同规模企业产量

第三章 2017-2022年中国啤酒制造行业销售情况

第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹

第二节 中国啤酒制造业区域特征分析

第三节 中国啤酒制造行业中不同规模企业销售额

第四章 啤酒所属行业进出口情况

第一节 啤酒进出口总量

第二节 啤酒进出口结构

第二部分行业竞争情况分析

第五章 上游原料行业议价能力

第一节 上游原材料供应量

- 一、2017-2022年啤酒主要原料产量
- 二、主要原材料区域分布
- 三、2017-2022年主要原材料进出口总量

第二节 原材料价格

- 一、2022年我国啤酒主要原料产品的价格变动趋势
- 二、不同地区啤酒主要原料产品价格

第三节 原材料供应商议价能力

- 一、中国啤酒制造行业主要原料产品的供求对比
- 二、原材料行业与啤酒制造行业的议价能力

第六章 下游行业议价能力

第一节 啤酒消费总量分析

- 一、2017-2022年啤酒消费总量
- 二、重点地区消费量分析
- 三、啤酒消费结构

第二节 啤酒消费影响因素

- 一、价格因素
- 二、渠道因素
- 三、品牌因素
- 四、包装因素
- 五、季节性因素
- 六、产品口味因素

第三节 啤酒的主要渠道分析

- 一、便利店
- 二、批发商

三、酒店

四、超市、大卖场

五、出口贸易

第四节 下游议价能力综述

第七章 啤酒市场厂商竞争分析

第一节 国内啤酒市场竞争主体

一、中小啤酒生产企业

二、啤酒生产集团

第二节 啤酒企业之间的竞争程度

一、行业集中度

二、产品差异化程度

三、不同竞争主体的盈利对比

四、重点地区啤酒制造业竞争格局

第三节 啤酒企业竞争因素分析

一、原料采购与制造

二、市场营销

三、品牌竞争

第四节 啤酒企业竞争行为总结

第八章 啤酒行业潜在进入者威胁

第一节 啤酒制造行业进入壁垒

一、市场准入机制

二、原料竞争状况

三、市场竞争状况

四、渠道资源问题

第二节 新进入者主要群体竞争力

一、中小啤酒生产企业

二、啤酒生产集团

第三节 新进入者将对市场的影响

一、供求关系

二、竞争激烈程度

第九章 啤酒替代产品的发展

第一节 啤酒的替代品发展

一、葡萄酒

二、白酒

第二节 替代品发展对啤酒市场的影响

第三节 针对替代品影响提出的改进策略

第十章 行业内重点品牌分析

第一节 青岛

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第二节 燕京

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第三节 华润雪花

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第四节 珠江

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第五节 哈尔滨啤酒

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第六节 重庆啤酒

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第七节 金威

一、企业组织结构

二、企业业务结构

三、企业经营策略

四、公司产销情况

五、公司财务指标分析

第四部分 行业发展前景分析

第十一章 啤酒制造行业发展外部环境分析

第一节 中国啤酒行业所处的政策环境

一、啤酒产业政策

二、啤酒贸易政策

三、地方壁垒政策

第二节 中国啤酒行业所处的经济环境

一、2022年中国经济走势

二、居民食品消费支出

第十二章 啤酒制造行业发展趋势预测

第一节 啤酒市场预测

- 一、 2023-2029年中国啤酒生产规模预测
- 二、 2023-2029年中国啤酒销售规模预测
- 三、 2023-2029年啤酒贸易情况

第二节 啤酒制造行业发展趋势预测

- 一、 啤酒消费需求动向
- 二、 啤酒行业生命周期分析
- 三、 啤酒制造技术动向
- 四、 啤酒品牌发展趋势
- 五、 啤酒行业竞争趋势分析

第十三章 啤酒企业经营策略及报告总结

第一节 啤酒企业经营策略

- 一、 品牌策略
- 二、 营销策略
- 三、 产品策略

第二节 报告总结

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202211/326403.html>