2020-2026年中国啤酒行业
发展态势与市场需求预测报告

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

《2020-2026年中国啤酒行业发展态势与市场需求预测报告》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/202005/165634.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

啤酒是以大麦芽为主要原料，大米为淀粉类辅料，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3 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。

2013-2019年中国啤酒进口量及同比增长走势2013-2019年中国啤酒出口数量及同比增速走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国啤酒行业发展态势与市场需求预测报告》共十四章。首先介绍了中国啤酒行业市场发展环境、啤酒整体运行态势等，接着分析了中国啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了啤酒市场竞争格局。随后，报告对啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对啤酒产业有个系统的了解或者想投资中国啤酒行业，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 2014-2019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》（GB 103442005）
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 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 2020-2026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 2014-2019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 2014-2019年啤酒行业发展现状
5.2.1 2014-2019年中国啤酒行业发展热点
5.2.2 2014-2019年中国啤酒行业发展现状2017-2019年全国啤酒当月产量及增长走势2017-2019年全国啤酒当月累计产量及增长走势
5.2.3 2014-2019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 2014-2019年中国啤酒行业企业数量情况
6.1.2 2014-2019年中国啤酒行业企业竞争结构
6.2 中国啤酒行业生产成本构成分析
6.3 2014-2019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 2014-2019年中国啤酒行业市场规模分析
6.4.2 2020-2026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、2014-2019年中国啤酒行业供给规模分析
2、2020-2026年中国啤酒行业供给规模预测
6.5.2 中国啤酒行业市场需求分析
1、2014-2019年中国啤酒行业需求规模分析
2、2020-2026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
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 2020-2026年中国啤酒行业发展趋势与投资机会研究
11.1 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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
14.2 啤酒行业投资可行性评估
14.3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
图表：中国城镇居民可支配收入情况
图表：中国高端啤酒渗透率及平均饮用量分析
图表：大麦种植面积分析
图表：大麦产量分析
图表：啤酒花产量分析
图表：中国高端啤酒区域市场分析
图表：中国中低端啤酒区域市场分析
图表：中国啤酒购买渠道分析
图表：啤酒行业互联网渠道占比分析
图表：啤酒互联网渗透率分析
图表：啤酒生产成本构成分析
图表：啤酒生产地域分布情况
图表：2014-2019年啤酒行业市场规模分析

图表：2020-2026年啤酒行业市场规模预测
图表：2014-2019年中国啤酒行业供给规模分析
图表：2020-2026年中国啤酒行业供给规模预测
图表：2014-2019年中国啤酒行业需求规模分析
图表：2020-2026年中国啤酒行业需求规模预测
图表：2014-2019年中国啤酒行业企业数量情况
图表：2014-2019年中国啤酒行业企业竞争结构
图表：中国啤酒行业盈利能力分析
图表：中国啤酒行业运营能力分析
图表：中国啤酒行业偿债能力分析
图表：中国啤酒行业发展能力分析
图表：中国啤酒行业经营效益分析
图表：2014-2019年啤酒行业重要数据指标比较
图表：2014-2019年中国啤酒行业竞争力分析
图表：2020-2026年中国啤酒行业产能预测
图表：2020-2026年中国啤酒行业消费量预测
图表：2020-2026年中国啤酒市场价格走势预测
图表：2020-2026年中国啤酒行业发展趋势预测

详细请访问：http://www.cction.com/report/202005/165634.html