

2021-2027年中国互联网+ 啤酒市场深度分析与市场年度调研报告

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

《2021-2027年中国互联网+啤酒市场深度分析与市场年度调研报告》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/202012/196206.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

啤酒作为继水和茶之后的第三大饮料，在世界范围内享有广泛的市场消费基础。我国啤酒行业自二十世纪刚刚传入后，也曾一度迎来增长爆发期，产量快速增加。然而，自2013年我国啤酒产量达到5061.6万千升的顶点之后，我国啤酒市场的消费需求量达到顶点，啤酒产量开始见顶回落。至2017年，啤酒产量跌至4401.5万千升。2013-2018年中国啤酒产量及增长走势

随着消费升级和我国消费者群体构成、消费口味、观念的变化，我国啤酒市场消费结构也随之改变，低端淡啤的市场份额在逐年下降，而中高端啤酒的市场的市场份额则在快速增长。据统计，中国中高档啤酒（终端统计价格7元及以上/L）占比已从2011年的38.4%提升至2017年的60.9%。未来在消费者中高档消费偏好加速，以及啤酒产商主推下，预计中高档啤酒的占比仍将进一步提升。2011-2018年中国啤酒市场份额 中企顾问网发布的《2021-2027年中国互联网+啤酒市场深度分析与市场年度调研报告》共七章。首先介绍了中国互联网+啤酒行业市场发展环境、互联网+啤酒整体运行态势等，接着分析了中国互联网+啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+啤酒市场竞争格局。随后，报告对互联网+啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+啤酒产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+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 中国互联网+啤酒行业概述

1.1 “互联网+啤酒”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

（1）“互联网+”的提出

（2）“互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+啤酒”行业的内涵

1.2 中国互联网+啤酒行业发展背景

1.2.1 中国互联网+啤酒行业政策背景分析

（1）行业管理体制分析

（2）行业发展规划分析

(3) 行业政策动向分析

(4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+啤酒行业经济背景分析

(1) 宏观经济环境分析

(2) 关联产业发展背景

1) 中国电子商务发展状况分析2008-2018年中国电子商务交易规模走势

2) 中国大数据产业发展状况分析

3) 中国互联网产业发展状况分析

4) 关联产业发展对行业的影响

1.2.3 中国互联网+啤酒行业技术背景分析

(1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析

(2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析

(3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析

(4) 互联网相关技术对行业的影响总结

第二章 中国互联网+啤酒所属行业运行现状及市场前景分析

2.1 中国互联网+啤酒行业市场发展阶段分析

2.1.1 互联网+啤酒行业发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+啤酒行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给啤酒行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代啤酒行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给啤酒行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给啤酒行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+啤酒行业融合创新机会分析

2.3 中国互联网+啤酒行业市场发展现状分析

2.3.1 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

2.3.2 啤酒行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+啤酒行业市场规模分析

2.3.4 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
- 2.4 中国互联网+啤酒行业市场发展前景分析
 - 2.4.1 中国互联网+啤酒行业市场增长动力分析
 - 2.4.2 中国互联网+啤酒行业市场发展瓶颈剖析
 - 2.4.3 中国互联网+啤酒行业市场发展趋势分析
- 2.5 中国啤酒行业电商发展现状及前景预测
 - 2.5.1 中国啤酒行业电商总体开展情况
 - 2.5.2 中国啤酒行业电商交易规模分析
 - 2.5.3 中国啤酒行业电商产品/服务品类
 - 2.5.4 中国啤酒行业电商盈利情况分析
 - 2.5.5 中国啤酒行业电商市场现存问题
 - 2.5.6 中国啤酒行业电商市场趋势分析
 - 2.5.7 中国啤酒行业电商市场规模预测

第三章 中国互联网+啤酒所属行业商业模式创新策略

- 3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍
 - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
- 3.2 中国互联网+啤酒行业市场定位创新分析
 - 3.2.1 中国啤酒行业消费者特征分析
 - 3.2.2 中国啤酒行业企业主流的市场定位分析
 - 3.2.3 互联网对啤酒行业市场定位的变革分析
 - 3.2.4 互联网下啤酒行业市场定位优秀案例分析
- 3.3 中国互联网+啤酒行业价值主张创新分析
 - 3.3.1 中国啤酒行业主要的客户价值主张要素分析
 - 3.3.2 互联网+啤酒行业价值主张创新策略分析
 - (1) 啤酒行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
 - (2) 啤酒行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - (3) 啤酒行业企业如何利用互联网节约客户成本
 - 3.3.3 互联网+啤酒行业价值主张创新优秀案例

- 3.4 中国互联网+啤酒行业渠道通路创新分析
 - 3.4.1 中国啤酒行业渠道通路的主要类别及特点分析
 - (1) 价值传递通路的定义及特点
 - (2) 产品销售渠道的定义及特点
 - (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
 - (4) 互联网对渠道通路的改造分析
 - 3.4.2 互联网对啤酒行业渠道通路的颠覆性变革分析
 - 3.4.3 互联网+啤酒行业网络媒体广告宣传策略分析
 - 3.4.4 互联网+啤酒行业电商渠道构建策略分析
 - 3.4.5 互联网+啤酒行业渠道通路创新优秀案例
- 3.5 中国互联网+啤酒行业客户关系创新分析
 - 3.5.1 中国啤酒行业客户关系的类别及关系成本分析
 - (1) 啤酒行业客户关系的类别分析
 - (2) 啤酒行业客户关系成本分析
 - 3.5.2 中国互联网+啤酒行业客户关系创新路径分析
 - 3.5.3 中国互联网+啤酒行业客户关系创新优秀案例
- 3.6 中国互联网+啤酒行业收入来源创新分析
 - 3.6.1 中国啤酒行业收入的主要来源渠道及特点
 - 3.6.1 中国互联网+啤酒行业收入来源的创新分析
 - 3.6.3 中国互联网+啤酒行业收入来源创新优秀案例
- 3.7 中国互联网+啤酒行业合作伙伴创新分析
 - 3.7.1 中国啤酒行业主要的合作伙伴及其特点分析
 - 3.7.2 互联网如何改变啤酒行业合作伙伴结构
 - 3.7.3 互联网下啤酒行业新增合作伙伴的特点
 - 3.7.4 互联网下啤酒行业新增合作伙伴优秀案例
- 3.8 中国互联网+啤酒行业成本机构优化分析
 - 3.8.1 中国啤酒行业主要成本结构及特点分析
 - 3.8.2 互联网如何改变啤酒行业成本结构
 - 3.8.3 互联网下啤酒行业成本结构的优化路径
 - 3.8.4 互联网下啤酒行业成本结构优化优秀案例
- 3.9.1 国外互联网+啤酒行业商业模式优秀案例剖析
 - (1) 案例一

- 1) 基本信息分析
- 2) 经营情况分析
- 3) 盈利模式分析
- 4) 商业模式评价

(2) 案例二

- 1) 基本信息分析
- 2) 经营情况分析
- 3) 盈利模式分析
- 4) 商业模式评价

(3) 案例三

- 1) 基本信息分析
- 2) 经营情况分析
- 3) 盈利模式分析
- 4) 商业模式评价

第四章 中国啤酒行业企业电商发展战略及运行模式选择

4.1 中国啤酒行业企业电商战略规划分析

- 4.1.1 啤酒企业电商如何正确定位
- 4.1.2 啤酒电商核心业务确定策略
- 4.1.3 啤酒企业电商化组织变革策略

4.2 中国啤酒行业典型电商发展模式总体分析

- 4.2.1 中国电子商务主流模式分析
- 4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析

- (1) B2B电商模式的特点
- (2) B2B电商模式的适用范围
- (3) B2B电商模式的优秀案例
- (4) B2B电商模式的优劣势

4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

4.2.6 中国啤酒行业最优电商模式的选择

4.3 中国啤酒行业企业电商切入模式及发展路径

4.3.1 模式一

- (1) 特点及优劣势
- (2) 业务布局分析
- (3) 渠道通路分析
- (4) 收入来源分析
- (5) 关键资源能力分析
- (6) 经营风险分析
- (7) 优秀案例分析

4.3.2 模式二

- (1) 特点及优劣势
- (2) 业务布局分析
- (3) 渠道通路分析
- (4) 收入来源分析
- (5) 关键资源能力分析
- (6) 经营风险分析
- (7) 优秀案例分析

4.3.3 模式三

- (1) 特点及优劣势
- (2) 业务布局分析
- (3) 渠道通路分析

(4) 收入来源分析

(5) 关键资源能力分析

(6) 经营风险分析

(7) 优秀案例分析

4.4 中国啤酒行业移动电商切入路径及典型产品

4.4.1 中国啤酒行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网前景预测

4.4.2 中国啤酒行业移动电商市场发展现状

4.4.3 中国啤酒行业移动电商市场切入路径

4.4.4 中国啤酒行业移动电商典型产品形式

4.4.5 中国啤酒行业移动电商发展趋势及前景

第五章 中国互联网+啤酒商业模式创新优秀案例深度剖析

5.1 案例一

5.1.1 基本信息分析

5.1.2 经营情况分析

5.1.3 产品/服务分析

5.1.4 盈利模式分析

5.1.5 渠道通路分析

5.1.6 合作伙伴分析

5.1.7 融资情况分析

5.1.8 商业模式评价

5.2 案例二

5.2.1 基本信息分析

5.2.2 经营情况分析

5.2.3 产品/服务分析

5.2.4 盈利模式分析

5.2.5 渠道通路分析

5.2.6 合作伙伴分析

5.2.7 融资情况分析

- 5.2.8 商业模式评价
- 5.3 案例三
 - 5.3.1 基本信息分析
 - 5.3.2 经营情况分析
 - 5.3.3 产品/服务分析
 - 5.3.4 盈利模式分析
 - 5.3.5 渠道通路分析
 - 5.3.6 合作伙伴分析
 - 5.3.7 融资情况分析
 - 5.3.8 商业模式评价
- 5.4 案例四
 - 5.4.1 基本信息分析
 - 5.4.2 经营情况分析
 - 5.4.3 产品/服务分析
 - 5.4.4 盈利模式分析
 - 5.4.5 渠道通路分析
 - 5.4.6 合作伙伴分析
 - 5.4.7 融资情况分析
 - 5.4.8 商业模式评价
- 5.5 案例五
 - 5.5.1 基本信息分析
 - 5.5.2 经营情况分析
 - 5.5.3 产品/服务分析
 - 5.5.4 盈利模式分析
 - 5.5.5 渠道通路分析
 - 5.5.6 合作伙伴分析
 - 5.5.7 融资情况分析
 - 5.5.8 商业模式评价

第六章 中国大型企业互联网+啤酒企业经营策略及投资布局分析

- 6.1 大型互联网企业“互联网+啤酒”投资布局
 - 6.1.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+啤酒投资布局
- (4) 企业互联网+啤酒产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

6.1.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+啤酒投资布局
- (4) 企业互联网+啤酒产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

6.1.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+啤酒投资布局
- (4) 企业互联网+啤酒产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

第七章 中国互联网+啤酒行业市场投融资机会及投资建议 ()

7.1 中国互联网+啤酒行业投资特性及风险

7.1.1 互联网+啤酒行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 市场壁垒

7.1.2 互联网+啤酒行业投资特性分析

7.1.3 互联网+啤酒行业投资风险分析

7.2 中国互联网+啤酒行业投融资现状及趋势

7.2.1 中国互联网+啤酒行业投资现状及趋势

- (1) 中国互联网+啤酒行业投资主体结构
- (2) 各投资主体核心资源分析
- (3) 各投资主体投资方式分析
- (4) 各投资主体投资规模分析

(5) 主要投资事件分析

(6) 各投资主体投资趋势分析 ()

7.2.2 中国互联网+啤酒行业融资现状及趋势

(1) 中国互联网+啤酒行业融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

(3) 各融资主体融资方式分析

(4) 各融资主体融资规模分析

(5) 主要融资事件及用途

(6) 各融资主体融资趋势分析

7.3 中国互联网+啤酒行业投资机会及投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/196206.html>