2024-2029年中国啤酒行业品牌竞争与消费需求投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国啤酒行业发展综述
1.1 啤酒行业概述
1.1.1 啤酒的来源及分类
（1）按啤酒的色泽划分
（2）按啤酒的生产方式划分
（3）按啤酒的档次划分
（4）其他划分方式
1.1.2 啤酒行业界定
1.2 啤酒行业发展环境分析
1.2.1 行业政策环境分析
（1）国家行业标准与法规
（2）行业发展政策及规划
（3）政策环境对行业发展的影响分析
1.2.2 行业经济环境分析
（1）GDP
（2）工业增加值
（3）经济环境对行业发展的影响分析
1.2.3 行业社会环境分析
（1）人口环境分析
（2）中国城镇化水平分析
（3）居民消费水平分析
（4）居民酒类消费观念
（5）社会环境对行业发展的影响分析
1.2.4 行业技术环境分析
（1）行业技术现状
（2）技术发展趋势
（3）技术环境对行业的影响分析
1.3 啤酒行业发展机遇与威胁分析
第2章：中国啤酒行业发展状况分析
2.1 啤酒行业发展概况分析
2.1.1 啤酒行业发展历程分析
2.1.2 啤酒行业状态描述总结
2.1.3 啤酒行业经济特性分析
2.1.4 啤酒行业发展特点分析
2.2 啤酒行业运营现状分析
2.2.1 啤酒行业盈利能力分析
2.2.2 啤酒行业运营能力分析
2.2.3 啤酒行业偿债能力分析
2.2.4 啤酒行业发展能力分析
2.3 啤酒行业供需平衡分析
2.3.1 全国啤酒行业供给情况分析
2.3.2 全国啤酒行业需求情况分析
（1）全国啤酒行业消费量分析
（2）全国啤酒行业销售收入分析
2.3.3 全国啤酒行业产销率分析
2.4 中国啤酒进出口市场分析
2.4.1 中国啤酒进出口状况综述
2.4.2 中国啤酒出口市场分析
（1）啤酒出口数量情况
（2）啤酒出口金额情况
（3）啤酒出口价格情况

2.4.3 中国啤酒进口市场分析
（1）啤酒进口数量情况
（2）啤酒进口金额情况
（3）啤酒进口价格情况
第3章：啤酒行业市场竞争状况分析
3.1 国际啤酒市场发展与投资布局分析
3.1.1 国际啤酒市场竞争格局
（1）国际啤酒市场概况
（2）国际啤酒竞争格局
（3）国际啤酒竞争展望
3.1.2 跨国公司在华市场投资布局
（1）百威英博公司
（2）丹麦嘉士伯有限公司
（3）喜力啤酒
（4）南非SABMiller公司
（5）日本朝日啤酒集团
（6）日本麒麟啤酒集团
3.1.3 跨国公司在华发展策略分析
3.2 中国啤酒市场竞争状况分析
3.2.1 啤酒行业市场格局分析
（1）啤酒行业企业竞争格局分析
（2）啤酒行业市场消结构分析
3.2.2 啤酒行业五力模型分析
3.2.3 啤酒行业竞争情况总结
3.3 行业投资兼并与重组整合分析
3.3.1 啤酒行业兼并与重组现状
3.3.2 啤酒行业兼并重组案例分析
（1）华润啤酒并购喜力中国
（2）日本麒麟啤酒收购新比利时
（3）重庆啤酒与嘉士伯资产重组
3.4 中国啤酒市场品牌竞争分析
3.4.1 一线啤酒企业品牌竞争分析
（1）青岛啤酒
（2）雪花啤酒
（3）百威啤酒
3.4.2 二线啤酒企业品牌竞争分析
（1）燕京啤酒
（2）哈尔滨啤酒
（3）珠江啤酒
（4）金星啤酒
第4章：中国啤酒行业细分市场发展分析
4.1 外资品牌啤酒市场分析
4.1.1 外资品牌啤酒发展现状分析
4.1.2 外资品牌啤酒价格分析
4.1.3 外资品牌啤酒市场动向
4.2 国产品牌啤酒市场分析
4.2.1 国产品牌啤酒发展现状分析
（1）国产品牌啤酒供给情况分析
（2）国产品牌啤酒销量情况分析
4.2.2 国产品牌啤酒价格分析
4.2.3 国产品牌啤酒市场动向
4.3 中高端啤酒市场分析
4.3.1 中高端啤酒发展现状分析
4.3.2 中高端啤酒价格分析
4.3.3 中高端啤酒市场动向
4.4 中低端啤酒市场分析
4.4.1 中低端啤酒发展现状分析
4.4.2 中低端啤酒价格分析
第5章：中国啤酒行业销售渠道分析

5.1 啤酒行业销售渠道现状
5.1.1 啤酒行业商超渠道分析
（1）发展情况
（2）存在问题
5.1.2 啤酒行业餐饮渠道分析
5.1.3 啤酒行业娱乐场所渠道分析
5.2 啤酒行业销售渠道延伸与发展
5.2.1 啤酒行业校园渠道分析
（1）发展现状分析
（2）发展策略分析
5.2.2 啤酒行业车站/码头渠道分析
（1）发展情况
（2）发展策略
5.2.3 啤酒行业销售渠道整合面对的挑战
（1）多层级渠道导致成本高
（2）渠道整合难度大
（3）高端产品渗透率不高
（4）物流配送效率不高
5.2.4 啤酒行业销售渠道整合出路
（1）向扁平化和多渠道发展
（2）渠道转型升级
5.3 啤酒行业销售渠道创新模式
5.3.1 啤酒销售渠道创新主要模式
（1）啤酒渠道联营体
（2）啤酒渠道虚拟联营体
（3）买断啤酒区域代理权
（4）啤酒渠道物流商
（5）啤酒渠道职业经理人
（6）啤酒渠道承包经营
5.3.2 啤酒销售渠道创新模式应用范围
（1）基地市场
（2）战略市场
（3）种子市场
第6章：中国啤酒市场营销策略分析
6.1 中国城市啤酒市场营销策略分析
6.1.1 城市啤酒市场营销情况
（1）中高档啤酒销售市场发展迅速
（2）企业不断加快终端营销网络建设
6.1.2 啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端市场策略
（1）餐饮、娱乐终端市场特点
（2）营销策略
6.1.3 啤酒企业开拓城市超市市场策略
（1）超市市场特点
（2）营销策略
6.1.4 啤酒企业开拓城市社区市场策略
（1）社区市场特点
（2）营销策略
6.2 中国农村啤酒市场营销策略分析
6.2.1 农村啤酒市场营销情况
6.2.2 啤酒企业开拓农村市场策略
（1）农村市场特点
（2）营销策略
第7章：中国啤酒行业重点区域市场分析
7.1 行业总体区域结构特征分析
7.1.1 行业区域结构总体特征
7.1.2 行业区域集中度分析
7.2 山东省啤酒行业发展分析及预测
7.2.1 山东省啤酒行业发展环境分析
（1）政策环境分析

（2）人口环境分析
（3）居民收入分析
（4）居民支出分析
7.2.2 山东省啤酒行业供需情况
（1）啤酒行业供给情况
（2）啤酒行业需求情况
7.2.3 山东省啤酒生产投资项目分析
7.2.4 山东省啤酒行业竞争格局分析
7.2.5 山东省啤酒行业发展前景分析
7.3 广东省啤酒行业发展分析及预测
7.3.1 广东省啤酒行业发展环境分析
（1）政策环境分析
（2）人口环境分析
（3）居民收入水平
（4）居民支出分析
7.3.2 广东省啤酒行业供需情况
（1）啤酒行业供给情况
（2）啤酒行业需求情况
7.3.3 广东省啤酒生产投资项目分析
7.3.4 广东省啤酒行业竞争格局分析
7.3.5 广东省啤酒行业发展前景分析
7.4 河南省啤酒行业发展分析及预测
7.4.1 河南省啤酒行业发展环境分析
（1）政策环境分析
（2）人口环境分析
（3）居民收入分析
（4）居民支出分析
7.4.2 河南省啤酒行业供需平衡分析
（1）供给分析
（2）需求分析
7.4.3 河南省啤酒生产投资项目分析
7.4.4 河南省啤酒行业竞争格局分析
7.4.5 河南省啤酒行业发展前景分析
7.5 浙江省啤酒行业发展分析及预测
7.5.1 浙江省啤酒行业发展环境分析
（1）政策环境分析
（2）人口环境分析
（3）居民收入分析
（4）居民支出分析
7.5.2 浙江省啤酒行业供需平衡分析
（1）供给分析
（2）需求分析
7.5.3 浙江省啤酒生产投资项目分析
7.5.4 浙江省啤酒行业竞争格局分析
7.5.5 浙江省啤酒行业发展前景分析
7.6 四川省啤酒行业发展分析及预测
7.6.1 四川省啤酒行业发展环境分析
（1）政策环境分析
（2）人口环境分析
（3）居民收入分析
（4）居民支出分析
7.6.2 四川省啤酒行业供需平衡分析
（1）供给分析
（2）需求分析
7.6.3 四川省啤酒生产投资项目分析
7.6.4 四川省啤酒行业竞争格局分析
7.6.5 四川省啤酒行业发展前景分析
7.7 辽宁省啤酒行业发展分析及预测
7.7.1 辽宁省啤酒行业发展环境分析

（1）政策环境分析
（2）人口环境分析
（3）居民收入分析
（4）居民支出分析
7.7.2 辽宁省啤酒行业供需平衡分析
（1）供给分析
（2）需求分析
7.7.3 辽宁省啤酒生产投资项目分析
7.7.4 辽宁省啤酒行业竞争格局分析
7.7.5 辽宁省啤酒行业发展前景分析
第8章：中国啤酒行业领先企业生产经营分析
8.1 啤酒行业企业发展概况分析
8.2 啤酒行业领先上市企业个案分析
8.2.1 华润啤酒（控股）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.2.2 青岛啤酒股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.2.3 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）公司产品/业务分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.2.4 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.2.5 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.2.6 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.2.7 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3 啤酒行业领先企业个案分析
8.3.1 华润雪花啤酒（辽宁）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析

（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及最新动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
8.3.2 百威雪津啤酒有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.3 金星啤酒集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.4 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.5 蓝贝酒业集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构分析
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
8.3.6 中粮麦芽（大连）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业资质荣誉分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.7 山东泰山啤酒有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业产品结构及最新动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.8 青岛啤酒西安汉斯集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业资质荣誉分析
（4）企业组织架构分析
（5）企业产品结构及新产品动向
（6）企业销售渠道与网络
（7）企业经营状况优劣势分析
第9章：中国啤酒行业投资与发展前景分析
9.1 中国啤酒行业投资特性分析
9.1.1 啤酒行业进入壁垒分析
9.1.2 啤酒行业盈利模式分析
9.2 中国啤酒行业发展趋势与前景
9.2.1 中国啤酒行业供给预测
9.2.2 中国啤酒行业需求预测
9.2.3 中国啤酒行业发展趋势分析
（1）中国啤酒行业整体发展趋势分析
（2）啤酒消费趋势分析

9.3 中国啤酒行业投资/并购风险及建议
9.3.1 啤酒行业投资风险
（1）建立品牌风险
（2）竞争风险
（3）产品定位风险
（4）经营管理风险
9.3.2 啤酒行业投资建议
（1）紧抓消费时尚，开发新产品
（2）重视网络营销渠道建设
（3）重视区域市场的拓展
（4）重视科技创新，增加产品的附加值

图表目录

图表1：按色泽划分的啤酒类型
图表2：按生产方式划分的啤酒类型
图表3：按生产方式划分的啤酒类型
图表4：啤酒的其他划分方式
图表5：啤酒行业框架图
图表6：截至2022年啤酒行业标准汇总
图表7：2012-2022年啤酒行业相关政策及规划
图表8：2014-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表9：2016-2022年中国规模以上工业增加值增速走势图（单位：亿元，%）
图表10：2011-2022年中国人口数量增长趋势图（单位：亿人）
图表11：2022年年末中国大陆人口数及其构成（单位：万人，%）
图表12：2015-2022年中国城镇化率变化趋势图（单位：%）
图表13：2013-2022年中国居民人均可支配收入及增长速度（单位：元，%）
图表14：2014-2022年中国居民人均消费支出（单位：元，%）
图表15：2014-2022年中国啤酒行业专利申请数量（单位：项）
图表16：2014-2022年中国啤酒行业专利公开数量（单位：项）
图表17：截至2022年中国啤酒行业专利申请结构（单位：项，%）
图表18：未来中国啤酒行业技术发展方向分析
图表19：中国啤酒行业发展机遇与威胁分析
图表20：我国啤酒行业发展历程
图表21：中国啤酒行业状态描述总结表
图表22：中国啤酒行业经济特性分析
图表23：中国啤酒行业特点分析
图表24：2019-2022年中国啤酒行业经营情况分析（单位：万千升，亿元）
图表25：2018-2022年啤部分酒行业盈利能力分析（单位：%）
图表26：2018-2022年啤酒行业运营能力分析（单位：%）
图表27：2018-2022年啤酒行业偿债能力分析（单位：%）
图表28：2018-2022年啤酒行业发展能力分析（单位：%）
图表29：2016-2022年中国啤酒业产量情况（单位：万千升，%）
图表30：2016-2022年全国啤酒消费量变化情况（单位：万千升，%）
图表31：2015-2022年我国啤酒行业销售收入变化情况（单位：亿元，%）
图表32：2016-2022年全国啤酒行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表33：2018-2022年中国啤酒进出口状况表（单位：亿美元）
图表34：2016-2022年中国啤酒出口数量走势图（单位：亿升，%）
图表35：2016-2022年中国啤酒出口金额走势图（单位：亿美元，%）
图表36：2016-2022年中国啤酒出口价格走势图（单位：美元/升）
图表37：2016-2022年中国啤酒进口数量走势图（单位：亿升，%）
图表38：2016-2022年中国啤酒进口金额走势图（单位：亿美元，%）
图表39：2016-2022年中国啤酒进口价格走势图（单位：美元/升）
图表40：2015-2022年全球啤酒产量变化情况（单位：亿升，%）
图表41：2022年全球十大啤酒集团市场份额（按销量）（单位：%）
图表42：2022年全球十大啤酒集团区域分布（按产量）（单位：%）

图表43：2017-2022年百威英博经营情况分析（单位：亿美元）
图表44：2019-2022年百威英博区域市场销量分析（单位：万千升，%）
图表45：跨国公司在华发展策略
图表46：2022年我国啤酒企业市场份额情况（按销量）（单位：%）
图表47：2018-2022年中国啤酒行业市场集中度（CR5）（单位：%）
图表48：2023-2028年国内高端及超高端啤酒消费量占比（单位：%）
图表49：啤酒行业五力模型分析
图表50：中国啤酒行业五力分析结论
图表51：2019-2022年啤酒行业代表性并购信息一览
图表52：青岛啤酒企业品牌发展战略变化
图表53：燕京啤酒企业品牌发展战略变化
图表54：啤酒厂商抢占商超渠道原因分析
图表55：啤酒厂商抢占商超渠道具体原因分析
图表56：啤酒进入现代渠道存在的问题
图表57：娱乐场所啤酒渠道策略分析
图表58：经销商渠道运营问题分析
图表59：渠道整合问题分析
图表60：渠道供应链面对的挑战分析
图表61：未来啤酒渠道的发展方向
图表62：重新定义渠道战略分析
图表63：相关业务领域的优化运营方式分析
图表64：啤酒渠道联营体分析
图表65：啤酒渠道虚拟联营体分析
图表66：买断啤酒区域代理权模式分析
图表67：啤酒渠道物流商模式分析
图表68：啤酒渠道职业经理人模式分析
图表69：啤酒渠道承包经营模式分析
图表70：啤酒销售渠道创新模式应用基地市场分析
图表71：啤酒销售渠道创新模式应用战略市场分析
图表72：啤酒销售渠道创新模式应用种子市场分析
图表73：啤酒企业开拓超市市场的特点分析
图表74：啤酒企业开拓社区市场的特点分析
图表75：农村市场的特点
图表76：2022年全国省市区啤酒产量Top10情况（单位：万千升，%）
图表77：2022年全国啤酒行业产量按区域分布（单位：%）
图表78：截至2022年山东省酒业发展政策一览表
图表79：2017-2022年山东省常住人口数变化情况（单位：万人，%）
图表80：2017-2022年山东省人均可支配收入情况（单位：元，%）
图表81：2016-2022年山东省居民人均消费支出情况（单位：元，%）
图表82：2016-2022年山东省啤酒产量变化情况（单位：万千升，%）
图表83：2017-2022年山东省啤酒销售收入及变化情况（单位：亿元，%）
图表84：截至2022年山东省部分啤酒生产投资项目分析
图表85：山东省啤酒行业市场竞争格局（单位：%）
图表86：2023-2028年山东省啤酒行业产量预测（单位：万千升）
图表87：截至2022年广东省部分酒业发展政策一览表
图表88：2017-2022年广东省常住人口总量及增长情况（单位：万人，%）
图表89：2017-2022年广东省居民可支配收入及增长情况（单位：元，%）
图表90：2017-2022年广东省居民人均消费支出情况（单位：元，%）
图表91：2016-2022年广东省啤酒产量变化情况（单位：万千升，%）
图表92：2017-2022年广东省啤酒销售收入及变化情况（单位：亿元，%）
图表93：截至2022年广东省部分啤酒生产投资项目分析
图表94：广东省啤酒行业市场竞争格局（单位：%）
图表95：2023-2028年广东省啤酒行业产量预测（单位：万千升）
图表96：截至2022年河南省部分啤酒行业相关政策
图表97：2017-2022年河南省常住人口数量变化情况（单位：万人，%）
图表98：2017-2022年河南省居民人均可支配收入变化情况（单位：元，%）
图表99：2017-2022年河南省居民人均消费支出（单位：元）
图表100：2016-2022年河南省啤酒产量及同比增长情况（单位：万千升，%）
图表101：2017-2022年河南省啤酒销售收入及变化情况（单位：亿元，%）

图表102：截至2022年河南省部分啤酒生产投资项目分析
图表103：河南省啤酒行业市场竞争格局（单位：%）
图表104：2023-2028年河南省啤酒行业前景预测（单位：万千升）
图表105：截至2022年浙江省部分啤酒行业相关政策
图表106：2017-2022年浙江省常住人口统计情况（单位：万人，%）
图表107：2017-2022年浙江省城乡居民消费支出情况（单位：元，%）
图表108：2017-2022年浙江省居民消费支出情况（单位：元，%）
图表109：2016-2022年浙江省啤酒产量及同比增长情况（单位：万千升，%）
图表110：2017-2022年浙江省啤酒销售收入及变化情况（单位：亿元，%）
图表111：截至2022年浙江省部分啤酒生产投资项目分析
图表112：浙江省啤酒行业市场竞争格局（单位：%）
图表113：2023-2028年浙江省啤酒行业产量前景预测（单位：万千升）
图表114：截至2022年年四川省部分酒业发展政策一览表
图表115：2017-2022年四川省常住人口数量变化情况（单位：万人，%）
图表116：2017-2022年四川省居民人均可支配收入增长情况（单位：元，%）
图表117：2017-2022年四川省居民消费支出情况（单位：元，%）
图表118：2016-2022年四川省啤酒产量及同比增速变化情况（单位：万千升，%）
图表119：2017-2022年四川省啤酒销售收入及变化情况（单位：亿元，%）
图表120：截至2022年四川省部分啤酒生产投资项目分析
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！