



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国啤酒市场监测 及市场运行态势报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国啤酒市场监测及市场运行态势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/273775.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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&plusmn;% 累计比去年同期&plusmn;% 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

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

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	55
第四节 中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策	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建议	68
五、啤酒企业提高自身经营效益的策	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	167
第五节 中国啤酒品牌广告策简析	168
一、中国啤酒品牌实施广告策的状况	168
二、中国啤酒品牌广告策影响因素	169
三、中国啤酒品牌广告策途径探索	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 啤酒行业营销的策分析	180
一、啤酒行业应高效运用深度营销策	180
二、中国啤酒行业的区域市场营销策	183
三、中国啤酒行业淡季市场营销策	183
四、啤酒经销商应对质量投诉策	184
五、啤酒企业营销突破路径分析	186
第八章 2014-2015年中国啤酒区域市场分析	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	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	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

## 第十八节 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

## 第二十节 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

## 第二十一节 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

## 第二十二节 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
第二十八节 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 啤酒行业发展战研究	390

第一节 啤酒行业发展战研究	390
一、战综合规划	390
二、技术开发战	398
三、业务组合战	404
四、区域战规划	407
五、产业战规划	417
六、营销品牌战	418
七、竞争战规划	420
第二节 对我国啤酒品牌的战思考	424
一、啤酒品牌的重要性	424
二、啤酒实施品牌战的意义	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	429
五、啤酒品牌战管理的策	432
第三节 啤酒经营策分析	434
一、啤酒市场细分策	434
二、啤酒市场创新策	439
三、品牌定位与品类规划	441
四、啤酒新产品差异化战	446
第四节 啤酒行业投资战研究	452
一、2015年啤酒行业投资战	452
二、2016-2022年啤酒行业投资战	453
三、2016-2022年细分行业投资战	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：确定公司战目标的步骤	393
图表：制定公司战规划的步骤	393

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/273775.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。



## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。