

2016-2022年中国啤酒行业规模现状及十三五市场 商机分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国啤酒行业规模现状及十三五市场商机分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/240827240827.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

啤酒是当今世界各国销量最大的低酒精度的饮料，啤酒作为人们日常生活中的饮品，受人们日常饮食习惯影响较大，批发零售业、餐饮业及夜场是啤酒的主要销售渠道和终端市场，消费群体的饮食习惯也将影响对啤酒的选择。

自20世纪90年代，中国啤酒行业进入了快速发展的阶段，行业发展至今，中国的啤酒产量和人均消费量均有大幅度提升。

2014年1-12月，啤酒制造业销售收入总额达到（规模以上工业企业销售收入之和）1886.243亿元，同比增长5.10%；啤酒制造业利润总额达到138.009亿元，同比增长11.00%。

2015年1-9月，啤酒制造业销售收入总额达到1504.349亿元，同比增长1.02%；啤酒制造业利润总额达到127.714亿元，同比增长7.07%。

中国啤酒行业向集团化、规模化，啤酒企业向现代化、信息化迈进；除产品制造外，品牌和资本越来越显现其重要性；外资对中国啤酒行业的影响已经向纵深发展，表现出积极的作用，使中国啤酒业加快和国际接轨的步伐。

近年来随着消费者消费水平的日益提高，中高档尤其是中档啤酒市场迅速发展起来，但中国大部分啤酒企业90%以上的产品还是低档产品，而且啤酒企业除青岛、燕京等少数几个全国性的啤酒品牌定位已经比较清晰外，其它大多数品牌还处于发展阶段，定位还不是非常清晰。因此啤酒企业需走好品牌发展之路。随着品牌影响力的不断增强，越来越多的企业会更加重视本企业品牌发展，对品牌发展的认识程度和运作水平不断提高，将品牌发展作为企业的一项战略系统工程，深入实施。

中国啤酒行业经过多年的高速发展，尤其是伴随着2015年来啤酒巨头的相继扩张，以及各地跑马圈地的兼并与收购，行业集中度进一步提高，目前啤酒行业的竞争已进入寡头贴身肉搏阶段，整体走势开始由前期的扩张状态进入一个整合调整的状态。相对于白酒、红酒等酒种，啤酒与互联网的结合度仍然相对较低。在“互联网+”形势下，啤酒业的潜力空间巨大。

《

2016-2022年中国啤酒行业规模现状及十三五市场商机分析报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

第一部分 啤酒行业发展分析

第一章 世界啤酒行业现状与发展分析

第一节 世界部分国家啤酒市场分析

一、2016年英国啤酒市场情况分析

二、2016年德国啤酒消费情况分析

三、2016年美国啤酒市场情况分析

四、2016年日本啤酒销售情况分析

第二节 2016年世界啤酒业新品推出情况

一、2016年米勒精制纯生在杭州上市

二、2016年朝日啤酒推出激爽型第三类啤酒

三、2016年英博双鹿 纯清古法原浆啤酒上市

四、2016年百威啤酒推出百威保时捷尊贵纪念装

第二章 中国啤酒行业发展情况分析

第一节 2015-2016年中国啤酒行业发展情况分析

一、2015年中国啤酒行业运行情况分析

二、2015年中国啤酒企业总体运行情况

三、2016年中国啤酒业集中度分析

四、2016年啤酒产品结构调整分析

第二节 2015-2016年啤酒行业技术发展情况分析

一、我国啤酒企业技术水平有待提高

二、科技动力推动燕京啤酒品牌走向国际化

三、2016年中国啤酒酵母及发酵技术研究中心落户南通

四、2016年燕京尝试将太空技术转化到啤酒生产

五、2016年雪津啤酒新产品“冰爽”啤酒江西抚州上市

六、2016年中国国际啤酒技术高峰论坛落幕

七、2016年中国手工自酿啤酒业联盟筹建研讨会举行

第三节 2015-2016年啤酒新品上市情况分析

一、2016年青岛啤酒零度新品

二、2016年泰山啤酒新品小原浆新鲜上市

三、2016年西藏青稞啤酒新品进军上海市场

四、2016年“零度啤酒”全新上市 市场认可度有待考验

五、2016年啤酒来袭低度抢占市场

第三章 2015-2016年中国啤酒制造业经济运行数据分析

第一节 2015-2016年全国啤酒制造业主要经济指标

一、2015年全国啤酒制造业主要经济指标

二、2016年全国啤酒制造业主要经济指标

第二节 2015-2016年全国及各省市啤酒制造业产销数据分析

一、2015年全国及各省市啤酒制造业产销数据分析

二、2016年全国及各省市啤酒制造业产销数据分析

第三节 2015-2016年全国及各省市啤酒制造业资产负债分析

一、2015年全国及各省市啤酒制造业资产负债分析

二、2016年全国及各省市啤酒制造业资产负债分析

第四节 2015-2016年全国及中国各省市啤酒制造业行业规模分析

一、2015年全国及各省市啤酒制造业行业规模分析

二、2016年全国及各省市啤酒制造业行业规模分析

第五节 2015-2016年全国及各省市啤酒制造业盈利能力分析

一、2015年全国及各省市啤酒制造业盈利能力分析

二、2016年全国及各省市啤酒制造业盈利能力分析

第四章 2015-2016年中国啤酒产量数据分析

第一节 2015年全国及各省市啤酒产量统计数据

第二节 2016年全国及重点省市啤酒产量分析

第五章 相关竞争行业发展分析

第一节 白酒行业

一、2015年白酒行业运行情况分析

二、2015年全国及重点省市白酒产量分析

三、2016年中国白酒行业整体发展良好

四、2016年全国及重点省市白酒产量分析

第二节 葡萄酒行业

一、2015年葡萄酒行业运行情况分析

二、2015年中国葡萄酒产量

三、2015中国葡萄酒进口市场分析

四、2015年中国葡萄酒消费量

五、2016年中国葡萄酒业分析

六、2016年全国及重点省市葡萄酒产量分析

第三节 黄酒行业

一、2015年黄酒行业发展分析

二、2016年中国黄酒行业展望

第四节 保健酒行业

一、保健酒发展分析

二、中国保健酒行业发展趋势

第五节 烈性洋酒在中国的发展

- 一、2015年国人境外消费洋酒情况
- 二、高端洋酒品牌的中国式营销
- 第六章 啤酒生产要素与关联产业分析
 - 第一节 中国啤酒主要原料市场分析
 - 一、啤酒制造成本构成
 - 二、2015年啤酒原料行业发展分析
 - 三、2016年中国啤麦进口价格
 - 四、啤酒原料产业应对的措施
 - 五、2016中国啤酒原料市场分析研讨会10月将办
 - 第二节 啤酒相关的机械设备分析
 - 一、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析
 - 二、啤酒工业给我国啤酒包装机械制造业带来新的机遇
 - 第三节 啤酒包装发展现状与趋势
 - 一、啤酒瓶包装材料市场发展情况
 - 二、听装啤酒的包装及灌装技术的发展
 - 三、啤酒包装用铝箔生产工艺技术及发展应用
 - 四、大容量罐装啤酒在啤酒包装市场的竞争中夺得先机
- 第二部分 啤酒市场分析
- 第七章 中国啤酒市场分析
 - 第一节 中国啤酒市场概况
 - 一、中国已经成为世界最大的啤酒市场
 - 二、2015年我国啤酒市场需求
 - 三、2015年我国啤酒人均销量
 - 四、2015年中国啤酒出口贸易市场现状调查分析
 - 五、2016年啤酒销量增长进入稳定、低速阶段
 - 六、啤酒行业未来增长空间
 - 第二节 城市啤酒市场分析与进入策略
 - 一、城市啤酒市场特点
 - 二、城市市场的网络结构
 - 三、啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端中高档啤酒市场策略
 - 四、啤酒企业开拓城市市场的超市策略
 - 五、啤酒企业开拓城市市场的社区策略
 - 第三节 农村啤酒市场分析与进入策略
 - 一、农村啤酒市场分析
 - 二、我国农村啤酒市场的拓展策略分析

三、农村啤酒市场的营销策略

第四节 中高档啤酒市场

一、中高档啤酒市场格局

二、高档及中高档啤酒销量与份额

三、中高档啤酒市场的对策

第五节 中国啤酒行业消费新趋势

一、市场及产品结构将不断升级和优化

二、注重品牌文化内涵

三、啤酒消费动机、场合多样化和频次、数量因人而异

四、消费口味不断变化，消费呈现多元化

五、消费倾向于便利化和环保，购买渠道多元化

六、更加关注健康和安全

第六节 啤酒经销商分析

一、公司化啤酒经销商模式

二、啤酒经销商发展重在创新

三、提高经销商素质的有效途径

第八章 中国啤酒区域市场分析

第一节 华北地区

一、北京啤酒市场

二、天津啤酒市场

三、河北啤酒市场

四、山西啤酒市场

五、内蒙古啤酒市场

第二节 华东地区

一、上海啤酒市场

二、江西啤酒市场

三、浙江啤酒市场

四、福建啤酒市场

五、山东啤酒市场

六、江苏啤酒市场

七、安徽啤酒市场

第三节 华南地区啤酒市场

一、海南啤酒市场

二、广东啤酒市场

三、深圳啤酒市场

四、广西啤酒市场

第四节 华中地区啤酒市场

一、河南啤酒市场

二、湖南啤酒市场

三、湖北啤酒市场

第五节 东北地区啤酒市场

一、黑龙江啤酒市场

二、辽宁啤酒市场

三、吉林啤酒市场

第六节 西北地区啤酒市场

一、国内啤酒市场西北新格局

二、陕西啤酒市场

三、甘肃啤酒市场

四、新疆啤酒市场

第七节 西南地区啤酒市场

一、云南啤酒市场

二、四川啤酒市场

三、成都啤酒市场

四、重庆啤酒市场

五、贵州啤酒市场

第九章 中国啤酒行业营销策略分析

第一节 中国啤酒业的营销模式及发展趋势

一、五种营销模式

二、啤酒业中的“中国特色”

三、啤酒营销成本占比

四、2016年中国啤酒行业营销模式发展趋势

五、2016年外资啤酒营销转型情况调查分析

第三节 啤酒旺季营销策略分析

一、促销渠道：各有门道

二、促销方式：开盖有奖成风尚

三、促销效果：让利是关键

四、全国市场：雪花促销最多

第四节 啤酒夜场营销策略分析

一、产品选择

二、价格定位

三、促销策略

第五节 啤酒营销案例分析

- 一、华润啤酒品牌营销策略
- 二、青岛啤酒体育营销策略
- 三、珠江啤酒的“轻松营销”模式

第三部分 啤酒市场竞争分析

第十章 中国啤酒行业竞争状况分析

第一节 2016年中国啤酒行业竞争格局分析

- 一、2016年中国啤酒业竞争格局
- 二、啤酒行业集中度持续提升趋势明显
- 三、2016年中国区域竞争格局
- 四、行业竞争格局即将形成
- 五、竞争格局稳定后盈利能力提升的期待

第二节 速度管理提高啤酒企业竞争能力

- 一、速度管理的定义
- 二、速度管理在啤酒企业运用的要点
- 三、啤酒企业的速度管理模式探讨

第三节 啤酒行业突围策略

- 一、啤酒行业格局的困惑
- 二、啤酒企业的突破路径
- 三、啤酒行业的竞争趋势

第四节 中国啤酒行业竞争趋势

- 一、行业集中度仍将提升
- 二、大格局基本稳定
- 三、外资战略布局将放缓

第十一章 国内啤酒主要企业分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、公司情况
- 二、2016年企业经营情况分析
- 三、2013-2016年企业财务数据分析
- 四、2016年公司发展展望及策略

第二节 华润啤酒集团

- 一、公司情况
- 二、2015年雪花啤酒全国销量第一
- 三、2016年企业经营情况分析

四、2016年企业生产布局情况分析

五、雪花啤酒坚持实施个性化发展策略

六、雪花啤酒品牌营销策略研究

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2016年企业经营情况分析

三、2013-2016年企业财务数据分析

四、2016年公司发展展望及策略

五、燕京啤酒品牌营销策略研究

第四节 广州珠江啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2016年企业经营情况分析

三、2013-2016年企业财务数据分析

四、2016年公司发展展望及策略

五、低碳珠江啤酒领跑行业发展

六、2016年珠江啤酒“北上”拓展

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、公司情况

二、哈啤强化新管理体系实施情况

三、2016年哈尔滨啤酒全力赞助NBA

第六节 深圳金威啤酒有限公司

一、公司情况

二、2016年企业经营情况分析

三、2016年金威啤酒将出售

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2016年企业经营情况分析

三、2013-2016年企业财务数据分析

四、2016年公司发展展望及策略

第八节 重庆啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2016年企业经营情况分析

三、2013-2016年企业财务数据分析

四、2016年公司发展展望及策略

第九节 金星啤酒集团有限公司

一、公司概况

二、金星啤酒的品牌战略研究

三、2016年金星啤酒扩充生产线

第十节 福建雪津啤酒有限公司

一、公司概况

二、2016年雪津啤酒NBA中国市场合作伙伴

三、雪津啤酒品牌发展策略

第四部分 啤酒行业趋势与战略

第十二章 2016-2022年中国啤酒行业发展环境与趋势分析

第一节 中国啤酒行业宏观经济环境分析及预测

一、2016年经济运行形势分析及展望

二、十二五中国经济增长预测

第二节 2016-2022年中国啤酒产业的发展趋势

一、中国啤酒产业行业结构发展趋势

二、中国啤酒产业市场结构发展趋势

三、中国啤酒行业的竞争格局基本确定

四、啤酒市场越来越呈现出高端化的趋势

五、2016-2022年中国啤酒收入预测

六、2016-2022年中国啤酒净利润预测

第三节 2016-2022年啤酒行业市场发展机会分析

一、需求增长

二、消费习惯转变引导啤酒产业新趋势

三、行业净利润率将提升

第十三章 2016-2022年中国啤酒行业发展战略分析

第一节 中国啤酒品牌的蓝海战略

一、中国啤酒品牌的“蓝海”

二、中国目前啤酒品牌态势

三、中国啤酒品牌“蓝海”之路让人堪忧

四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议

五、中国啤酒品牌发展趋势预测

第二节 中国啤酒行业品牌突围策略

一、啤酒业进入新寡头时代

二、巨头的扩张

三、整合与利润

第三节 中国区域啤酒品牌发展的策略分析

- 一、中国啤酒区域品牌现状
- 二、中国啤酒区域品牌成功对抗全国性品牌的策略

第四节 中国啤酒国际化发展策略

- 一、中国啤酒业国际化发展现状
- 二、中国啤酒企业的国际化风险
- 三、中国啤酒业国际化发展策略
- 四、青岛啤酒国际化发展策略

图表目录

图表：2015年1-12月啤酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2016年啤酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业产成品统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业产成品同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业工业销售产值统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业工业销售产值同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业主营业务收入统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业主营业务收入同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业产成品统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业产成品同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业资产合计

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业资产合计同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业流动资产合计

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业负债合计

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业负债合计同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业资产合计

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业资产合计同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业流动资产合计

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业流动资产合计同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业负债合计

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业负债合计同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业企业单位数统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业全部从业人员平均人数统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业全部从业人员平均人数同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业企业单位数统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业利润总额统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业利润总额同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业利润总额统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业利润总额同比增长

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业亏损企业单位数统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业亏损企业亏损总额统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒制造业亏损企业亏损总额同比增长

图表：2015年1-12月全国及各省市啤酒产量统计数据

图表：2016年全国及各省市啤酒产量统计数据

图表：2015年1-12月全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据

图表：2016年全国及各省市白酒(折65度，商品量)产量统计数据

图表：2013年与2015年全国及各省市葡萄酒产量及增长率统计数据

图表：2016年全国及各省市葡萄酒产量统计数据

图表：啤酒制造成本构成

图表：全球大麦供求平衡表预测

图表：2015年1至12月我国大麦进口数量

图表：2013-2016年我国单月啤酒大麦进口平均单价（美元吨）

图表：2013年以来我国海关大麦进口均价（美元吨）及同比增幅

图表：全球啤酒人均消费量（2013）

图表：各地区城镇居民家庭人均“酒和饮料”年消费支出（2013）

图表：我国各省啤酒人均产量占有（2015）

图表：2015年各省啤酒产量占比

图表：2013-2015年3年累计行业增量贡献度

图表：1957-2015年我国啤酒行业历史产量

图表：2016年北京市场部分啤酒价格统计表

图表：2016年沈阳市场部分啤酒价格统计表

图表：重庆主要啤酒品牌市场份额

图表：2015年啤酒行业Top10行业集中度

图表：2015年啤酒行业2015年CR4为58%

图表：我国啤酒行业的三个梯队

图表：四大啤酒企业2013-2015年收购案

图表：啤酒行业20万吨以上企业股权结构

图表：2015年啤酒行业区域竞争格局

图表：三大啤酒企业经营战略

图表：四大啤酒企业2015年来的新建项目

图表：2013-2016年啤酒行业集中度预测

图表：2015年青岛啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2016年青岛啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2013-2016年青岛啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2013-2016年青岛啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2013-2016年青岛啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013-2016年青岛啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2013-2016年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2015年北京燕京啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2016年北京燕京啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2013-2016年北京燕京啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2013-2016年北京燕京啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2013-2016年北京燕京啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013-2016年北京燕京啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2013-2016年北京燕京啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2015年广州珠江啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2016年广州珠江啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2013-2016年广州珠江啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2013-2016年广州珠江啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2013-2016年广州珠江啤酒股份有限公司资产与负债分析表

图表：2013-2016年广州珠江啤酒股份有限公司经营能力分析表

图表：2013-2016年广州珠江啤酒股份有限公司发展能力分析表

图表：2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营构成数据分析表

图表：2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主要财务数据分析表

图表：2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表

图表：2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司资产与负债分析表

- 图表：2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营能力分析表
- 图表：2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司发展能力分析表
- 图表：2015年重庆啤酒股份有限公司主营构成数据分析表
- 图表：2016年重庆啤酒股份有限公司主营构成数据分析表
- 图表：2013-2016年重庆啤酒股份有限公司主要财务数据分析表
- 图表：2013-2016年重庆啤酒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表
- 图表：2013-2016年重庆啤酒股份有限公司资产与负债分析表
- 图表：2013-2016年重庆啤酒股份有限公司经营能力分析表
- 图表：2013-2016年重庆啤酒股份有限公司发展能力分析表
- 图表：2002年 季度—2016年 季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）
- 图表：2015年1季度-2016年2季度国内生产总值同比增长速度
- 图表：2002年—2016年工业增加值月度同比增长率（%）
- 图表：2015年-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表：2002年—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）
- 图表：2015年1月—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）
- 图表：2002年1—2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）
- 图表：2015年—2016年固定资产投资完成额同比增长率（%）
- 图表：2015年—2016年房地产开发投资同比增长率（%）
- 图表：2002年—2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）
- 图表：2002年—2016年居民消费价格指数（上年同月=100）
- 图表：2015年1月—2016年居民消费价格指数同比上涨情况（%）
- 图表：2002年—2016年工业品出厂价格指数（上年同月=100）
- 图表：2015年1月—2016年工业品出厂价格指数同比上涨情况（%）
- 图表：2002年—2016年货币供应量月度同比增长率（%）
- 图表：我国啤酒业发展各阶段特点
- 图表：我国各阶段产量及增长情况
- 图表：贝恩市场类型划分
- 图表：国内啤酒行业集中度趋势
- 图表：2013年啤酒行业市场份额情况
- 图表：国际主要啤酒生产国行业集中度比较
- 图表：2013年国内啤酒企业的盈利能力对比
- 图表：啤酒行业简单划分为四个梯队
- 图表：我国啤酒行业现阶段竞争格局
- 图表：主要外资啤酒企业在华布局
- 图表：2015年国内外啤酒公司销量比较

- 图表：2015年国内外啤酒吨酒价
- 图表：2001-2015年国内外啤酒公司毛利率水平
- 图表：2001-2015年三家啤酒公司历史吨酒价增速
- 图表：2015年国内外啤酒公司费用率水平
- 图表：2015年国内外啤酒公司营业利润率水平
- 图表：啤酒行业前4家企业收入、净利润空间测算
- 图表：2004-2015年啤酒产量、销量及增速情况
- 图表：城镇化率与啤酒消费的相关性
- 图表：城镇居民可支配收入与啤酒销量的相关关系
- 图表：农村居民可支配收入与啤酒销量的相关关系
- 图表：餐饮业增加值与啤酒消费的相关性
- 图表：啤酒销量影响因素统计
- 图表：在三种假设状态下啤酒消费量增长测算
- 图表：人均啤酒消费量对比
- 图表：各国人均啤酒消费与人均GDP的正相关性
- 图表：各地区啤酒产量增速及人均产量情况（万千升）
- 图表：近五年产量增长幅度排名前10位省市
- 图表：德国果汁啤酒上市后销售量统计
- 图表：我国酒企推出的新高端纯生啤酒
- 图表：国内前三啤酒企业的优势市场
- 图表：雪花、青啤、燕啤的吨酒收入走势
- 图表：青啤、燕啤和华润创业的营销费用率走势
- 图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/240827240827.html>