

2018年中国啤酒行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国啤酒行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/327629327629.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

2015年，全球啤酒消费量达到18,378万千升¹，与2014年基本持平。自2003年开始，中国连续13年成为全球最大的啤酒消费国，2004至2015年，中国啤酒产量由2,887.30万千升增长至4,715.60万千升²，复合增长率达4.56%。

国内啤酒市场在连续多年高速增长后，啤酒消费将进入低速增长的新常态，这是啤酒消费大国必然经历的阶段。啤酒高端化、个性化的发展趋势已经显现。

同时，受啤酒消费增长放缓的影响，啤酒企业盈利收窄，其对于设备节能降耗及效率提升有较为迫切的需求。上述国内啤酒行业的变化为设备供应商带来了新的机会。

消费升级带动高端啤酒装备需求

根据国际啤酒消费大国的经验，人均啤酒消费量与人均可支配收入具有较强的正相关关系，随着城镇居民人均可支配收入的增长，对啤酒消费量有较强的拉动作用，尤其是高端啤酒消费。

图：2004-2016 城镇居民人均可支配收入（元）

近几年，我国城镇居民人均可支配收入持续增长，2016年为33,616.20元，较上年增长7.76%。收入的快速增长直接提高了我国居民的消费能力，消费者们开始更加看重产品能否满足除了产品本质属性以外的其他消费诉求，推动我国进入了大众消费升级的潮流。对于啤酒消费而言，高端化是不可阻挡的趋势。

在国内，以进口啤酒为代表的高端啤酒发展迅猛，尽管进口啤酒占行业整体产量及收入比例较小，但增速呈加快态势，2016年进口啤酒量达646,384.00千升，较上年增长20.07%。根据统计，2017年1月当月进口啤酒平均单价为1115.27美元/千升，与国内啤酒相比处于较高价格，以高档产品为主。

图：2009-2016 年进口啤酒量及金额

进口啤酒量的爆发式增长体现了消费者对高端产品的强烈需求。目前国内高端啤酒消费状况是消费占比低但增速快。

图：2008年-2015年国内啤酒吨酒销售收入

国内啤酒吨酒销售收入持续增长，反映出产品结构升级的趋势明显，高售价的高端产品占比提高。过去啤酒行业小企业多，地方性品牌多，产能较分散，在市场竞争的情况下，啤酒企业下游议价能力较弱导致国内品牌以中低端产品居多。随着近年来行业整合度的提升，单纯的价格竞争已经制约了啤酒企业的盈利能力，在压力面前，啤酒企业产品升级的动机强烈，产品将由中低端转向中高端。

图：近年来国内各啤酒企业均推出了高端产品类别

青岛啤酒积极开拓中高端产品市场，2011年主品牌青岛啤酒实现销量399万千升，其中青岛啤酒小瓶、听装、纯生啤酒等高端产品销售120万千升。近年来，受行业影响，青岛啤酒整体销量增涨幅度较为缓慢，但高端产品仍实现了明显增涨，2016年奥古特、鸿运

当头、经典1903、纯生啤酒等高端产品共实现销量163万千升，五年复合增长率6.32%，保持了在国内中高端市场的领先地位。

燕京啤酒近年来通过产品的升级换代和产品结构的优化来提高盈利能力，产品价格体系有了进一步优化。通过新建或扩建易拉罐、纯生等中高档啤酒生产线，燕京啤酒加大鲜啤、听装啤酒在全国的推广力度。2014年度，燕京中高档啤酒销量增长达30%以上。

在啤酒工艺基本成熟的情况下，啤酒装备对啤酒质量的影响要比其工艺的影响大。工业啤酒对于口味的一致性及生产效率有较高的要求，国内多数啤酒厂建厂时间早，设备落后，不具备生产高品质啤酒的能力。消费者对高端啤酒日益增长的需求与国内多数啤酒厂设备落后的现状产生矛盾，亟待啤酒厂设备更新改造来解决。高端啤酒需求的增长，也要求啤酒企业在包装上更加突出品味，啤酒包装的更新换代刺激了包装设备需求的增长。

观研天下发布的《2018年中国啤酒行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、农资流通T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国啤酒行业发展概述

第一节 啤酒行业发展情况概述

一、啤酒行业相关定义

二、啤酒行业基本情况介绍

三、啤酒行业发展特点分析

第二节 中国啤酒行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、啤酒行业产业链条分析

三、中国啤酒行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国啤酒行业生命周期分析

一、啤酒行业生命周期理论概述

二、啤酒行业所属的生命周期分析

第四节 啤酒行业经济指标分析

一、啤酒行业的赢利性分析

二、啤酒行业的经济周期分析

三、啤酒行业附加值的提升空间分析

第五节 国中啤酒行业进入壁垒分析

一、啤酒行业资金壁垒分析

二、啤酒行业技术壁垒分析

三、啤酒行业人才壁垒分析

四、啤酒行业品牌壁垒分析

五、啤酒行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球啤酒行业市场发展现状分析

第一节 全球啤酒行业发展历程回顾

第二节 全球啤酒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲啤酒行业地区市场分析

一、亚洲啤酒行业市场现状分析

二、亚洲啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲啤酒行业市场前景分析

第四节 北美啤酒行业地区市场分析

一、北美啤酒行业市场现状分析

二、北美啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、北美啤酒行业市场前景分析

第五节 欧盟啤酒行业地区市场分析

一、欧盟啤酒行业市场现状分析

二、欧盟啤酒行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟啤酒行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界啤酒行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球啤酒行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国啤酒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国啤酒行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国啤酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、啤酒环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国啤酒行业运行情况

第一节 中国啤酒行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国啤酒行业市场规模分析

第三节 中国啤酒行业供应情况分析

第四节 中国啤酒行业需求情况分析

第五节 中国啤酒行业供需平衡分析

第六节 中国啤酒行业发展趋势分析

第五章 中国啤酒所属行业运行数据监测

第一节 中国啤酒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国啤酒所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国啤酒所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国啤酒市场格局分析

第一节 中国啤酒行业竞争现状分析

一、中国啤酒行业竞争情况分析

二、中国啤酒行业主要品牌分析

第二节 中国啤酒行业集中度分析

一、中国啤酒行业市场集中度分析

二、中国啤酒行业企业集中度分析

第三节 中国啤酒行业存在的问题

第四节 中国啤酒行业解决问题的策略分析

第五节 中国啤酒行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国啤酒行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国啤酒行业消费特点

第二节 中国啤酒行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 啤酒行业成本分析

第三节 啤酒行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国啤酒行业价格现状分析

第五节 中国啤酒行业平均价格走势预测

一、中国啤酒行业价格影响因素

二、中国啤酒行业平均价格走势预测

三、中国啤酒行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国啤酒行业区域市场现状分析

第一节 中国啤酒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地啤酒市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区啤酒市场规模分析

四、华东地区啤酒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区啤酒市场规模分析

四、华中地区啤酒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区啤酒市场规模分析

第九章 2015-2017年中国啤酒行业竞争情况

第一节 中国啤酒行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国啤酒行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国啤酒行业竞争环境分析（啤酒T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 啤酒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国啤酒行业发展前景分析与预测

第一节中国啤酒行业未来发展前景分析

一、啤酒行业国内投资环境分析

二、中国啤酒行业市场机会分析

三、中国啤酒行业投资增速预测

第二节中国啤酒行业未来发展趋势预测

第三节中国啤酒行业市场发展预测

一、中国啤酒行业市场规模预测

二、中国啤酒行业市场规模增速预测

三、中国啤酒行业产值规模预测

四、中国啤酒行业产值增速预测

五、中国啤酒行业供需情况预测

第四节中国啤酒行业盈利走势预测

一、中国啤酒行业毛利润同比增速预测

二、中国啤酒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国啤酒行业投资风险与营销分析

第一节 啤酒行业投资风险分析

一、啤酒行业政策风险分析

二、啤酒行业技术风险分析

三、啤酒行业竞争风险

四、啤酒行业其他风险分析

第二节 啤酒行业企业经营发展分析及建议

一、啤酒行业经营模式

二、啤酒行业销售模式

三、啤酒行业创新方向

第三节 啤酒行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国啤酒行业品牌战略分析

- 一、啤酒企业品牌的重要性
- 二、啤酒企业实施品牌战略的意义
- 三、啤酒企业品牌的现状分析
- 四、啤酒企业的品牌战略
- 五、啤酒品牌战略管理的策略

第二节 中国啤酒行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国啤酒行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 中国啤酒行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国啤酒行业定价策略分析

第二节 中国啤酒行业营销渠道策略

- 一、啤酒行业渠道选择策略
- 二、啤酒行业营销策略

第三节 中国啤酒行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国啤酒行业重点投资区域分析
- 二、中国啤酒行业重点投资产品分析

图表详见正文 (GYGSL)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/327629327629.html>