

# 中国啤酒市场运营格局及盈利空间分析报告（2013-2017）

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国啤酒市场运营格局及盈利空间分析报告（2013-2017）》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/147835147835.html>

报告价格：电子版: 7000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

上世纪末以来，中国啤酒行业进入了快速发展通道，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。国家统计局资料显示：2011年我国啤酒行业实现销售收入1589.4亿元，比上年同期增长22.9%。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。

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。

中国报告网发布的《中国啤酒市场运营格局及盈利空间分析报告（2013-2017）》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、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研究分析。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。

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 啤酒行业相关概述

##### 第一节 啤酒简介

##### 第二节 啤酒工业与排污处理

#### 第二章 全球啤酒行业发展分析

##### 第一节 2011-2012年世界啤酒发展概述

##### 第二节 2011-2012年欧洲啤酒行业发展分析

##### 第三节 2011-2012年亚洲啤酒行业发展概况

##### 第四节 2011-2012年美国啤酒行业发展概况

#### 第三章 中国啤酒行业发展分析

##### 第一节 中国啤酒行业发展状况分析

## 第二节 2009-2012年中国啤酒行业发展分析

### 第三节 2010年-2012年全国啤酒总产量分析

### 第四节 2011-2012年啤酒行业存在的问题及其对策

### 第五节 2011-2012年中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略

## 第四章 中国啤酒制造业财务状况

### 第一节 2010-2012年中国啤酒制造行业总体数据分析

### 第二节 2010-2012年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 2011-2012年中国啤酒市场运营态势

### 第一节 2011-2012年中国啤酒市场总体概况

### 第二节 2011-2012年农村啤酒市场

### 第三节 2011-2012年城市啤酒市场

### 第四节 2011-2012年啤酒市场消费分析

### 第五节 2011-2012年啤酒经销商分析

## 第六章 2011-2012年中国啤酒品牌发展分析

### 第一节 2011-2012年我国啤酒品牌的发展概况

### 第二节 2011-2012年中国区域品牌啤酒的发展

### 第三节 解析啤酒无品牌观念现象

## 第七章 2011-2012年中国啤酒行业营销分析

### 第一节 中国啤酒营销总体概况

#### 一、中国啤酒营销五大模式

#### 二、我国啤酒行业营销的中国特色

#### 三、中国啤酒营销的发展走向

### 第二节 啤酒夜场营销分析

#### 一、啤酒夜场终端分类

#### 二、啤酒夜场市场特征

#### 三、啤酒夜场营销策略探究

### 第三节 中国啤酒行业分众营销分析

#### 一、中国啤酒行业分众营销概述

#### 二、中国啤酒突破分众营销的阻力

#### 三、中国啤酒行业分众营销的策略

## 第八章 2011-2012年中国啤酒行业竞争分析

### 第一节 21世纪中国啤酒竞争所面临的三大阶段

#### 一、兼并期

#### 二、消耗期

### 三、竞合期

#### 第二节 2011-2012年中国啤酒行业竞争现状分析

- 一、影响中国啤酒行业竞争力的主要因素
- 二、我国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析
- 三、啤酒行业步入理性竞争时代

#### 第三节 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

#### 第九章 2011-2012年啤酒关联产业的发展分析

##### 第一节 2011-2012年中国啤酒花行业发展分析

##### 第二节 2011-2012年啤酒大麦市场的发展

##### 第三节 2011-2012年啤酒相关的机械设备分析

##### 第四节 2011-2012年啤酒包装行业分析

#### 第十章 全球重点企业分析

##### 第一节 SABMILLER

- 一、公司简介
- 二、2009财年南非米勒酿酒公司经营状况
- 三、2010财年南非米勒酿酒公司经营状况
- 四、2011财年南非米勒酿酒公司经营状况

##### 第一节 百威英博 (ANHEUSER-BUSCH)

- 一、公司简介
- 二、2009年百威英博经营状况
- 三、2010年百威英博经营状况
- 四、2011年百威英博经营状况

##### 第一节 喜力啤酒公司 (HEINEKEN)

- 一、公司简介
- 二、2009年喜力公司经营状况
- 三、2010年喜力公司经营状况
- 四、2011年喜力公司经营状况

#### 第十一章 2010-2012年中国啤酒行业重点企业分析

##### 第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第一节 北京燕京啤酒股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第一节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第一节 重庆啤酒股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第一节 新疆啤酒花股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第十二章 2013-2017年啤酒行业投资分析及未来发展预测

#### 第一节 2013-2017年啤酒行业投资分析

##### 一、未来我国啤酒行业投资潜力地区

##### 二、啤酒行业投资潜力品种

##### 三、未来几年高端啤酒市场投资潜力无限

#### 第二节 2013-2017年中国啤酒行业未来发展预测

##### 一、中国啤酒市场未来发展望

##### 二、未来中国啤酒行业发展主要动向

##### 三、中国啤酒工业发展将渐趋低碳化

#### 四、2013-2017年中国啤酒行业预测分析

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/147835147835.html>