



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2017年中国啤酒行业市场 分析及投资趋势预测报告

## 一、调研说明

《2013-2017年中国啤酒行业市场分析及投资趋势预测报告》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/221135.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

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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国啤酒行业市场分析及投资趋势预测报告》共十三章。首先介绍了啤酒行业相关概念及全球啤酒行业发展概况，接着分析了中国啤酒行业发展环境，然后对中国啤酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国啤酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国啤酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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

###### 一、啤酒的定义

###### 二、啤酒的典型特征

###### 三、啤酒的原料

###### 四、啤酒的分类

## 五、啤酒生产流程

### 第二节 啤酒工业与排污处理

#### 一、啤酒工业废水污染源探究

#### 二、啤酒工业废水的特征分析

#### 三、啤酒工业废水污染强度分析

#### 四、啤酒工业废水处理方法介绍

## 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

#### 一、世界啤酒产量持续增长

#### 二、世界高度啤酒市场迅速崛起

#### 三、特殊口味和个性化包装成为世界啤酒市场新趋向

### 第二节 2011-2012年欧洲啤酒行业发展分析

#### 一、欧洲国家啤酒业发展状况

#### 二、近年罗马尼亚啤酒持续旺销

#### 三、法国啤酒市场回温

#### 四、捷克啤酒出口分析

#### 五、2011年英国啤酒市场状况

### 第三节 2011-2012年亚洲啤酒行业发展概况

#### 一、亚洲啤酒产业增速全球领先

#### 二、韩国啤酒进口量增速迅猛

#### 三、印度啤酒市场发展简况

#### 四、日本啤酒业市场份额占比分析

#### 五、越南啤酒市场发展形势

### 第四节 2011-2012年美国啤酒行业发展概况

#### 一、美国啤酒业的发展历程

#### 二、美国高度啤酒生产政策进一步放宽

#### 三、美国啤酒新包装使市场生机盎然

### 第五节 其他国家啤酒行业

#### 一、加拿大啤酒国内市场地位下滑

#### 二、南非啤酒市场发展状况透析

#### 三、巴西啤酒市场发展形势分析

### 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

- 一、新中国啤酒工业发展的四个阶段
- 二、中国啤酒行业发展概况
- 三、微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌

#### 第二节 2009-2012年中国啤酒行业发展分析

- 一、2009年我国啤酒行业发展回顾
- 二、2010年我国啤酒行业发展状况分析
- 三、2011年我国啤酒行业发展状况分析
- 四、2012年我国啤酒行业发展状况分析

#### 第三节 2010年-2012年全国啤酒总产量分析

- 一、2010年啤酒产量分析
- 二、2011年啤酒产量分析
- 三、2012年啤酒产量分析

#### 第四节 2011-2012年啤酒行业存在的问题及其对策

- 一、软实力不足是我国啤酒行业发展存在的主要问题
- 二、我国啤酒企业增长方式亟待转变
- 三、增强我国啤酒行业软实力的措施建议
- 四、我国中小啤酒企业发展策略建议

#### 第五节 2011-2012年中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略

- 一、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较
- 二、中国啤酒企业面临的外资冲击
- 三、中国啤企的国际化道路发展对策

### 第四章 中国啤酒制造业财务状况

#### 第一节 2009-2011年中国啤酒制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

#### 第二节 2009-2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

### 三、2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2009-2011年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2009年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2010年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2011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

#### 一、中国啤酒企业的市场布局

#### 二、我国啤酒淡季市场的变化分析

#### 三、我国啤酒零售市场发展分析

### 第二节 2011-2012年农村啤酒市场

#### 一、农村啤酒市场特点

#### 二、国内农村啤酒市场潜力巨大

#### 三、我国农村啤酒市场的拓展策略分析

### 第三节 2011-2012年城市啤酒市场

#### 一、城市啤酒市场特点

#### 二、城市啤酒市场网络构成

#### 三、中国南北城市啤酒市场比较分析

#### 四、城市超市啤酒市场特点及开发策略

#### 五、城市社区啤酒市场开发策略

### 第四节 2011-2012年啤酒市场消费分析

#### 一、啤酒消费者对产品的认知过程

#### 二、啤酒消费者的消费场所

#### 三、影响啤酒消费者消费选择的因素

#### 四、啤酒消费者的惯性消费

#### 五、我国啤酒行业消费者满意度浅析

### 第五节 2011-2012年啤酒经销商分析

#### 一、个体啤酒经销商模式

#### 二、公司化啤酒经销商模式

#### 三、国内啤酒经销商面临的主要问题

#### 四、啤酒经销商发展重在创新

## 五、提高经销商素质的有效途径

## 第六章 2011年中国啤酒区域市场分析

### 第一节 华北地区

### 第二节 东北地区

### 第三节 华东地区

### 第四节 华南地区

### 第五节 西南地区

## 第七章 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

#### 一、我国啤酒品牌的发展阶段划分

#### 二、我国啤酒品牌市场的发展分析

#### 三、我国啤酒品牌市场的发展现状

### 第二节 2011-2012年中国区域啤酒品牌的发展

#### 一、我国区域啤酒品牌发展强势品牌道路的可行性

#### 二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析

#### 三、我国啤酒区域品牌市场的发展对策

### 第三节 解析啤酒无品牌观念现象

#### 一、无品牌观念产生原因

#### 二、无品牌观念带来的后果

#### 三、树立品牌观念的意义分析

#### 四、树立品牌的要点分析

### 第四节 2011-2012年中国啤酒品牌发展中的问题

#### 一、我国啤酒品牌市场发展存在的障碍

#### 二、我国高档啤酒品牌市场发展的难题

#### 三、中国啤酒品牌的传播误区

### 第五节 2011-2012年我国啤酒品牌市场的发展策略及趋势

#### 一、啤酒品牌发展和推广策略

#### 二、做好啤酒品牌的五大策略

#### 三、二、三线啤酒品牌的发展建议

#### 四、我国啤酒品牌的发展趋势

## 五、我国啤酒品牌市场的发展方向

## 第八章 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

### 第四节 中国啤酒品牌广告策略简析

- 一、中国啤酒品牌实施广告策略的状况
- 二、中国啤酒品牌广告策略影响因素
- 三、中国啤酒品牌广告策略途径探索

### 第五节 中国啤酒文化营销分析

- 一、运用啤酒文化营销的原因
- 二、啤酒文化的内涵分析
- 三、解析啤酒文化与营销的有效结合

### 第六节 啤酒营销中存在的问题及其策略

- 一、啤酒营销渠道中存在的问题
- 二、中国啤酒品牌营销误区分析
- 三、中国啤酒企业营销误区分析
- 四、啤酒行业应高效运用深度营销策略
- 五、我国啤酒行业的区域市场营销策略分析
- 六、我国啤酒行业淡季市场营销策略分析

## 第九章 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

## 第四节 2011-2012年啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

- 一、啤酒市场不正当竞争现象分析
- 二、惯性竞争思维在啤酒行业竞争中存在的问题
- 三、啤酒行业实现竞争合作的策略
- 四、规范啤酒市场竞争的对策探讨
- 五、啤酒行业竞争思维的转型
- 六、中小啤酒企业市场竞争策略剖析

## 第五节 中国啤酒行业竞争趋势

- 一、啤酒行业竞争发展趋势
- 二、浅析啤酒企业竞争行为的演化方向
- 三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势
- 四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析
- 五、高档市场将成为我国啤酒企业的主要竞争方向

## 第十章 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

- 一、我国啤酒花产业发展概况
- 二、我国啤酒花市场现状分析
- 三、我国啤酒花行业三大问题有待解决
- 四、中国啤酒花行业发展策略

## 第二节 2011-2012年啤酒大麦市场的发展

- 一、中国啤麦产业发展扫描
- 二、中国啤酒大麦市场状况分析
- 三、影响我国啤麦市场发展的主要因素及应对方针

## 第三节 2011-2012年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、我国啤酒灌装设备产业发展迅速
- 三、我国啤酒装备存在的问题

## 第四节 2011-2012年啤酒包装行业分析

- 一、成功的包装使啤酒更具吸引力
- 二、啤酒瓶包装材料市场发展情况
- 三、新型玻璃啤酒包装方便消费者更显人性化
- 四、全裹标签成为啤酒外包装的新选择
- 五、未来啤酒纸箱包装的发展走势分析

## 第十一章 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

## 第十二章 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

## 第十三章 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

### 附录

#### 附录一：酒类流通管理办法

#### 附录二：酒类广告管理办法

#### 附录三：啤酒生产许可证审查细则

通过《2013-2017年中国啤酒行业市场分析及投资趋势预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/221135.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。