



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国啤酒行业市场 分析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国啤酒行业市场分析预测及投资战略研究报告》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/248940.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

第1章：中国啤酒行业及市场环境发展综述 17

1.1 啤酒行业定义及分类 17

1.1.1 行业概念及定义 17

1.1.2 行业主要产品大类 17

1.2 啤酒行业统计标准 19

1.2.1 啤酒行业统计部门和统计口径 19

1.2.2 啤酒行业统计方法 19

1.2.3 啤酒行业数据种类 19

1.3 啤酒行业政策环境分析 21

1.3.1 行业相关政策分析 21

1.3.2 啤酒行业发展规划 22

1.4 啤酒行业经济环境分析 22

1.4.1 GDP增长情况 22

1.4.2 GDP与行业关联性分析 23

1.5 啤酒行业消费环境分析 24

1.5.1 城市啤酒消费环境分析 24

(1) 城市啤酒消费习惯分析 24

(2) 城市居民消费能力分析 25

1.5.2 农村啤酒市场分析 26

(1) 农村啤酒消费习惯分析 26

(2) 农村居民消费能力分析 27

第2章：啤酒行业产业链发展分析 29

2.1 啤酒行业产业链概述 29

2.2 啤酒行业产业链上游分析 29

2.2.1 啤酒大麦市场发展情况分析 30

2.2.2 啤酒辅料市场发展情况分析 30

(1) 大米市场分析 30

(2) 小麦市场分析 32

(3) 玉米市场分析 34

2.2.3 啤酒包装市场发展情况分析 36

2.3 啤酒行业产业链下游分析	38
2.3.1 零售业发展情况分析	38
2.3.2 餐饮业发展情况分析	40
2.3.3 娱乐场所发展情况分析	41
第3章：中国啤酒行业发展状况分析	44
3.1 中国啤酒行业发展状况分析	44
3.1.1 啤酒行业经营效益分析	44
3.1.2 啤酒行业盈利能力分析	44
3.1.3 啤酒行业运营能力分析	45
3.1.4 啤酒行业偿债能力分析	45
3.1.5 啤酒行业发展能力分析	46
3.2 啤酒行业经济指标分析	46
3.2.1 啤酒行业经济指标分析	46
3.2.2 不同规模企业经济指标分析	47
3.2.3 不同性质企业经济指标分析	53
3.2.4 不同地区企业经济指标分析	62
3.3 啤酒行业供需平衡分析	74
3.3.1 全国啤酒行业供给情况分析	74
(1) 全国啤酒行业总产值分析	74
(2) 全国啤酒行业产成品分析	75
3.3.2 各地区啤酒行业供给情况分析	75
(1) 总产值排名前10个地区分析	75
(2) 产成品排名前10个地区分析	77
3.3.3 全国啤酒行业需求情况分析	78
(1) 全国啤酒行业销售产值分析	78
(2) 全国啤酒行业销售收入分析	78
3.3.4 各地区啤酒行业需求情况分析	79
(1) 销售产值排名前10个地区分析	79
(2) 销售收入排名前10个地区分析	80
3.3.5 全国啤酒行业产销率分析	81
3.4 中国啤酒行业进出口市场分析	82
3.4.1 2013-2014年啤酒行业出口市场分析	82

(1)	2013-2014年行业出口总体情况	82
(2)	2013-2014年行业出口产品结构	82
(3)	啤酒行业出口前景及建议	84
3.4.2	2013-2014年啤酒行业进口市场分析	84
(1)	2013-2014年行业进口总体情况	84
(2)	2013-2014年行业进口产品结构	85
(3)	啤酒行业进口前景及建议	87
第4章	啤酒行业市场竞争状况分析	88
4.1	国际啤酒市场发展与投资布局分析	88
4.1.1	国际啤酒市场发展状况	88
4.1.2	跨国公司在华市场投资布局	89
(1)	美国AB公司	89
(2)	丹麦嘉士伯有限公司	90
(3)	比利时英博啤酒集团	90
(4)	南非SABMiller公司	90
(5)	荷兰喜力啤酒集团	91
(6)	日本朝日啤酒集团	91
(7)	日本麒麟啤酒集团	91
4.1.3	跨国公司在华发展策略分析	92
4.2	中国啤酒市场竞争状况分析	93
4.2.1	啤酒行业市场格局分析	93
4.2.2	啤酒行业五力模型分析	94
4.2.3	啤酒行业竞争情况总结	95
4.2.4	行业投资兼并与重组整合分析	96
4.3	中国啤酒市场品牌竞争分析	98
4.3.1	一线啤酒企业品牌竞争分析	98
(1)	青岛啤酒	98
(2)	燕京啤酒	99
(3)	雪花啤酒	100
4.3.2	二线啤酒企业品牌竞争分析	101
(1)	百威啤酒	101
(2)	金威啤酒	102

(3) 珠江啤酒	103
(4) 哈尔滨啤酒	104
(5) 金星啤酒	105
(6) 雪津啤酒	105
第5章：中国啤酒行业市场发展分析	107
5.1 中国啤酒产销情况分析	107
5.1.1 啤酒产量分析	107
5.1.2 啤酒消费量分析	109
5.1.3 啤酒价格分析	110
5.2 中国啤酒细分市场分析	110
5.2.1 外资品牌啤酒市场分析	110
5.2.2 国产品牌啤酒市场分析	112
5.2.3 中高端啤酒市场分析	113
5.2.4 低端啤酒市场分析	113
5.3 中国啤酒新品市场动向	114
5.3.1 国际啤酒市场新品动向	114
5.3.2 国内啤酒市场新品动向	115
第6章：中国啤酒行业销售渠道分析	117
6.1 啤酒行业销售渠道现状	117
6.1.1 啤酒行业商超渠道分析	117
6.1.2 啤酒行业餐饮渠道分析	119
6.1.3 啤酒行业娱乐场所渠道分析	119
6.2 啤酒行业销售渠道延伸与发展	120
6.2.1 啤酒行业校园渠道分析	120
6.2.2 啤酒行业车站/码头渠道分析	121
6.3 啤酒行业销售渠道创新模式	122
6.3.1 啤酒销售渠道创新主要模式	122
6.3.2 啤酒销售渠道创新模式应用范围	125
第7章：中国啤酒市场营销策略分析	127
7.1 中国城市啤酒市场营销策略分析	127
7.1.1 城市啤酒市场营销情况	127
7.1.2 啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端市场策略	127

- (1) 餐饮、娱乐终端市场特点 127
- (2) 营销策略 128
- 7.1.3 啤酒企业开拓城市超市市场策略 130
 - (1) 超市市场特点 130
 - (2) 营销策略 131
- 7.1.4 啤酒企业开拓城市社区市场策略 132
 - (1) 社区市场特点 132
 - (2) 营销策略 133
- 7.2 中国农村啤酒市场营销策略分析 135
 - 7.2.1 农村啤酒市场营销情况 135
 - 7.2.2 啤酒企业开拓农村市场策略 135
 - (1) 农村市场特点 135
 - (2) 营销策略 136
- 第8章：中国啤酒行业重点区域市场分析 138
 - 8.1 行业总体区域结构特征分析 138
 - 8.1.1 行业区域结构总体特征 138
 - 8.1.2 行业区域集中度分析 141
 - 8.1.3 行业区域分布特点分析 143
 - 8.1.4 行业规模指标区域分布分析 143
 - 8.1.5 行业效益指标区域分布分析 144
 - 8.1.6 行业企业数的区域分布分析 145
 - 8.2 山东省啤酒行业发展分析及预测 146
 - 8.2.1 山东省啤酒行业在行业中的地位变化 146
 - 8.2.2 山东省啤酒行业经济运行状况分析 146
 - 8.2.3 山东省啤酒行业发展趋势预测 147
 - 8.3 广东省啤酒行业发展分析及预测 148
 - 8.3.1 广东省啤酒行业在行业中的地位变化 148
 - 8.3.2 广东省啤酒行业经济运行状况分析 149
 - 8.3.3 广东省啤酒行业发展趋势预测 150
 - 8.4 河南省啤酒行业发展分析及预测 150
 - 8.4.1 河南省啤酒行业在行业中的地位变化 150
 - 8.4.2 河南省啤酒行业经济运行状况分析 151

- 8.4.3 河南省啤酒行业发展趋势预测 152
- 8.5 四川省啤酒行业发展分析及预测 153
 - 8.5.1 四川省啤酒行业在行业中的地位变化 153
 - 8.5.2 四川省啤酒行业经济运行状况分析 153
 - 8.5.3 四川省啤酒行业发展趋势预测 154
- 8.6 江苏省啤酒行业发展分析及预测 155
 - 8.6.1 江苏省啤酒行业在行业中的地位变化 155
 - 8.6.2 江苏省啤酒行业经济运行状况分析 155
 - 8.6.3 江苏省啤酒行业发展趋势预测 156
- 8.7 辽宁省啤酒行业发展分析及预测 157
 - 8.7.1 辽宁省啤酒行业在行业中的地位变化 157
 - 8.7.2 辽宁省啤酒行业经济运行状况分析 158
 - 8.7.3 辽宁省啤酒行业发展趋势预测 159
- 8.8 湖北省啤酒行业发展分析及预测 159
 - 8.8.1 湖北省啤酒行业在行业中的地位变化 159
 - 8.8.2 湖北省啤酒行业经济运行状况分析 160
 - 8.8.3 湖北省啤酒行业发展趋势预测 161
- 8.9 浙江省啤酒行业发展分析及预测 162
 - 8.9.1 浙江省啤酒行业在行业中的地位变化 162
 - 8.9.2 浙江省啤酒行业经济运行状况分析 162
 - 8.9.3 浙江省啤酒行业发展趋势预测 163
- 8.10 北京市啤酒行业发展分析及预测 164
 - 8.10.1 北京市啤酒行业在行业中的地位变化 164
 - 8.10.2 北京市啤酒行业经济运行状况分析 164
 - 8.10.3 北京市啤酒行业发展趋势预测 166
- 8.11 福建省啤酒行业发展分析及预测 166
 - 8.11.1 福建省啤酒行业在行业中的地位变化 166
 - 8.11.2 福建省啤酒行业经济运行状况分析 167
 - 8.11.3 福建省啤酒行业发展趋势预测 168
- 8.12 黑龙江省啤酒行业发展分析及预测 168
 - 8.12.1 黑龙江省啤酒行业在行业中的地位变化 168
 - 8.12.2 黑龙江省啤酒行业经济运行状况分析 169

8.12.3 黑龙江省啤酒行业发展趋势预测	170
第9章：中国啤酒行业领先企业生产经营分析	171
9.1 啤酒企业发展总体状况分析	171
9.1.1 啤酒行业企业规模	171
9.1.2 啤酒行业工业产值状况	171
9.1.3 啤酒行业销售收入和利润	172
9.1.4 主要啤酒企业创新能力分析	173
9.2 啤酒行业领先上市企业个案分析	173
9.2.1 青岛啤酒股份有限公司经营情况分析	173
(1) 企业发展简况分析	173
(2) 主要经济指标分析	174
(3) 企业盈利能力分析	175
(4) 企业运营能力分析	176
(5) 企业偿债能力分析	177
(6) 企业发展能力分析	177
(7) 企业产品结构及新产品动向	178
(8) 企业销售渠道与网络	178
(9) 企业经营状况优劣势分析	179
(10) 企业最新发展动向分析	179
9.2.2 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析	180
(1) 企业发展简况分析	180
(2) 主要经济指标分析	181
(3) 企业盈利能力分析	182
(4) 企业运营能力分析	183
(5) 企业偿债能力分析	183
(6) 企业发展能力分析	184
(7) 企业产品结构及新产品动向	184
(8) 企业销售渠道与网络	184
(9) 企业经营状况优劣势分析	185
(10) 企业最新发展动向分析	186
9.2.3 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析	186
(1) 企业发展简况分析	186

- (2) 主要经济指标分析 187
 - (3) 企业盈利能力分析 188
 - (4) 企业运营能力分析 189
 - (5) 企业偿债能力分析 189
 - (6) 企业发展能力分析 190
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 190
 - (8) 企业销售渠道与网络 191
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 191
 - (10) 企业最新发展动向分析 192
- 9.2.4 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析 192

- (1) 企业发展简况分析 192
- (2) 主要经济指标分析 193
- (3) 企业盈利能力分析 194
- (4) 企业运营能力分析 195
- (5) 企业偿债能力分析 195
- (6) 企业发展能力分析 196
- (7) 企业产品结构及新产品动向 196
- (8) 企业销售渠道与网络 197
- (9) 企业经营状况优劣势分析 197
- (10) 企业投资兼并与重组分析 198

9.2.5 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析 198

- (1) 企业发展简况分析 198
- (2) 主要经济指标分析 199
- (3) 企业盈利能力分析 199
- (4) 企业运营能力分析 200
- (5) 企业偿债能力分析 201
- (6) 企业发展能力分析 201
- (7) 企业产品结构及新产品动向 202
- (8) 企业销售渠道与网络 202
- (9) 企业经营状况优劣势分析 202
- (10) 企业最新发展动向分析 203

9.2.6 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析 203

- (1) 企业发展简况分析 203
- (2) 主要经济指标分析 204
- (3) 企业盈利能力分析 205
- (4) 企业运营能力分析 205
- (5) 企业偿债能力分析 206
- (6) 企业发展能力分析 206
- (7) 企业组织架构分析 207
- (8) 企业产品结构及新产品动向 207
- (9) 企业销售渠道与网络 208
- (10) 企业经营状况优劣势分析 208
- (11) 企业最新发展动向分析 209

9.2.7 新疆啤酒花股份有限公司经营情况分析 209

- (1) 企业发展简况分析 209
- (2) 主要经济指标分析 210
- (3) 企业盈利能力分析 210
- (4) 企业运营能力分析 211
- (5) 企业偿债能力分析 212
- (6) 企业发展能力分析 212
- (7) 企业产品结构及新产品动向 213
- (8) 企业销售渠道与网络 213
- (9) 企业经营状况优劣势分析 214
- (10) 企业投资兼并与重组分析 214

9.3 啤酒行业领先企业个案分析 214

9.3.1 华润雪花啤酒（辽宁）有限公司经营情况分析 214

- (1) 企业发展简况分析 214
- (2) 企业产销能力分析 215
- (3) 企业盈利能力分析 215
- (4) 企业运营能力分析 216
- (5) 企业偿债能力分析 216
- (6) 企业发展能力分析 217
- (7) 企业产品结构及新产品动向 217
- (8) 企业销售渠道与网络 217

(9) 企业经营状况优劣势分析 218

9.3.2 英博雪津啤酒有限公司经营情况分析 218

(1) 企业发展简况分析 218

(2) 企业产销能力分析 219

(3) 企业盈利能力分析 219

(4) 企业运营能力分析 220

(5) 企业偿债能力分析 220

(6) 企业发展能力分析 221

(7) 企业产品结构及新产品动向 221

(8) 企业销售渠道与网络 221

(9) 企业经营状况优劣势分析 221

9.3.3 百威(武汉)国际啤酒有限公司经营情况分析 222

(1) 企业发展简况分析 222

(2) 企业产销能力分析 222

(3) 企业盈利能力分析 223

(4) 企业运营能力分析 223

(5) 企业偿债能力分析 224

(6) 企业发展能力分析 224

(7) 企业销售渠道与网络 225

(8) 企业经营状况优劣势分析 225

9.3.4 燕京啤酒(桂林漓泉)股份有限公司经营情况分析 225

(1) 企业发展简况分析 225

(2) 企业产销能力分析 226

(3) 企业盈利能力分析 226

(4) 企业运营能力分析 227

(5) 企业偿债能力分析 227

(6) 企业发展能力分析 228

(7) 企业产品结构及新产品动向 228

(8) 企业销售渠道与网络 228

(9) 企业经营状况优劣势分析 229

9.3.5 河北蓝贝酒业集团有限公司经营情况分析 229

(1) 企业发展简况分析 229

- (2) 企业产销能力分析 230
- (3) 企业盈利能力分析 230
- (4) 企业运营能力分析 231
- (5) 企业偿债能力分析 231
- (6) 企业发展能力分析 232
- (7) 企业产品结构及新产品动向 232
- (8) 企业销售渠道与网络 232
- (9) 企业经营状况优劣势分析 233

· · · · · · 另有22家企业分析

第10章：中国啤酒行业投资与发展前景分析 313

10.1 中国啤酒行业投资特性分析 313

10.1.1 啤酒行业进入壁垒分析 313

10.1.2 啤酒行业盈利模式分析 313

10.1.3 啤酒行业盈利因素分析 314

10.2 中国啤酒行业发展趋势与前景 315

10.2.1 啤酒行业发展趋势分析 315

10.2.2 啤酒行业发展前景分析 315

10.3 中国啤酒行业投资/并购风险及建议 317

10.3.1 啤酒行业投资风险 317

10.3.2 啤酒行业投资建议 318

图表目录：

图表1：按色泽划分的啤酒类型 17

图表2：按生产方式划分的啤酒类型 18

图表3：啤酒的其他划分方式 18

图表4：啤酒行业相关政策列举 21

图表5：啤酒行业相关发展规划 22

图表6：2009-2014年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 23

图表7：2009-2014年中国GDP增速与啤酒行业产值增速对比图（单位：%） 23

图表8：中国啤酒主要消费地区分布情况（单位：%） 24

图表9：2009-2014年中国城镇居民人均可支配收入及其实际增速（单位：元，%） 25

图表10：2009-2014年中国农村居民人均纯收入及其实际增速（单位：元，%） 27

图表11：啤酒行业产业链 29

- 图表12：2009-2013年中国单月啤酒大麦进口数量及平均单价（单位：美元/吨，万吨） 30
- 图表13：2009-2014年中国大米产量情况（单位：万吨） 31
- 图表14：2005-2014年国内大米零售价格（单位：元/500克） 31
- 图表15：2000-2013年大米进出口数量及价格（单位：万吨，美元/吨） 32
- 图表16：2009-2014年中国小麦产量情况（单位：万吨） 33
- 图表17：2004-2014年国内小麦价格（单位：元/50公斤） 33
- 图表18：2009-2014年中国玉米产量情况（单位：万吨） 34
- 图表19：2002-2014年国内玉米价格（单位：人民币/公斤） 35
- 图表20：2000-2013年国内玉米进出口数量及价格（单位：万吨，美元/吨） 36
- 图表21：玻璃瓶啤酒的优劣势分析 37
- 图表22：易拉罐装啤酒的优劣势分析 37
- 图表23：2009-2014年中国社会消费品零售总额及其增长速度（单位：亿元，%） 39
- 图表24：2009-2014年中国社会零售总额增速与啤酒行业收入增速对比图（单位：%） 39
- 图表25：2009-2014年中国住宿餐饮业收入及其增长速度（单位：亿元，%） 40
- 图表26：2009-2014年中国住宿餐饮业收入增速与啤酒行业收入增速对比图（单位：%） 40
- 图表27：啤酒娱乐场所终端按目标消费者分类 41
- 图表28：啤酒娱乐场所终端按档次分类 42
- 图表29：2010-2014年啤酒行业经营效益分析（单位：个，人，万元，%） 44
- 图表30：2010-2011年中国啤酒行业盈利能力分析（单位：%） 45
- 图表31：2010-2014年中国啤酒行业运营能力分析（单位：次） 45
- 图表32：2010-2014年中国啤酒行业偿债能力分析（单位：%，倍） 45
- 图表33：2010-2014年中国啤酒行业发展能力分析（单位：%） 46
- 图表34：2010-2014年啤酒行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，家，%） 46
- 图表35：2010-2014年中国大型啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，家，%） 48
- 图表36：2010-2014年中国中型啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，家，%） 49
- 图表37：2010-2014年中国小型啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，家，%） 50
- 图表38：2009-2014年不同规模企业的数量比重变化趋势图（单位：%） 51
- 图表39：2009-2014年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 51
- 图表40：2009-2014年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 52
- 图表41：2009-2014年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 52
- 图表42：2010-2014年国有啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，人，家，%） 53
- 图表43：2010-2014年集体啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，人，家，%） 54

图表44：2010-2014年股份合作啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，人，家，%） 55

图表45：2010-2014年股份制啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，人，家，%） 56

图表46：2010-2014年私营啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，人，家，%） 57

图表47：2010-2014年外商和港澳台投资啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，家，%） 58

图表48：2010-2014年其他性质啤酒企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，家，%） 59

图表49：2009-2014年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 60

图表50：2009-2014年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 61

图表51：2009-2014年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 61

图表52：2009-2014年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 62

图表53：2010-2014年居前的10个省市销售收入统计表（单位：万元，%） 63

图表54：2014年居前的10个省市销售收入比重图（单位：%） 63

图表55：2010-2014年居前的10个省市资产总额统计表（单位：万元，%） 64

图表56：2014年居前的10个省市资产总额比重图（单位：%） 65

图表57：2010-2014年居前的10个省市负债统计表（单位：万元，%） 65

图表58：2014年居前的10个省市负债比重图（单位：%） 66

图表59：2010-2014年居前的10个省市销售利润统计表（单位：万元，%） 67

图表60：2014年居前的10个省市销售利润比重图（单位：%） 68

图表61：2010-2014年居前的10个省市利润总额统计表（单位：万元，%） 68

图表62：2014年居前的10个省市利润总额比重图（单位：%） 69

图表63：2010-2014年居前的10个省市产成品统计表（单位：万元，%） 70

图表64：2014年居前的10个省市产成品比重图（单位：%） 71

图表65：2010-2014年居前的10个省市单位数及亏损单位数统计表（单位：个） 71

图表66：2014年居前的10个省市企业单位数比重图（单位：%） 72

图表67：2010-2014年居前的10个亏损省市亏损总额统计表（单位：万元，%） 73

图表68：2014年居前的10个亏损省市亏损总额比重图（单位：%） 74

图表69：2009-2014年啤酒行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 75

图表70：2009-2014年啤酒行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 75

图表71：2010-2014年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 76

图表72：2014年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 76

图表73：2010-2014年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 77

图表74：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 77

图表75：2009-2014年啤酒行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 78

图表76：2009-2014年啤酒行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 78

图表77：2010-2014年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 79

图表78：2014年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 80

图表79：2010-2014年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 80

图表80：2014年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 81

图表81：2003-2014年全国啤酒行业产销率变化趋势图（单位：%） 81

图表82：2010-2013年中国啤酒行业进出口综述（单位：万美元） 82

图表83：2013年中国啤酒行业主要出口产品情况（单位：升，千克，万美元） 82

图表84：2013年中国啤酒行业主要出口产品结构（单位：%） 83

图表85：2013年中国啤酒行业主要出口产品情况（单位：升，千克，万美元） 83

图表86：2013年中国啤酒行业主要出口产品结构（单位：%） 84

图表87：2010-2013年中国啤酒行业进出口综述（单位：万美元） 84

图表88：2013年中国啤酒行业主要进口产品情况（单位：升，千克，万美元） 85

图表89：2013年中国啤酒行业进口产品结构（单位：%） 85

图表90：2013年中国啤酒行业主要进口产品情况（单位：升，千克，万美元） 86

图表91：2013年中国啤酒行业主要进口产品结构（单位：%） 86

图表92：2014年全球啤酒产量前十国家及占比情况（单位：千升，%） 88

图表93：跨国公司在华发展策略 92

图表94：2014年中国啤酒制造企业区域分布格局（单位：%） 93

图表95：2014年中国啤酒行业不同规模企业竞争格局（按销售收入）（单位：%） 93

图表96：2014年中国啤酒行业不同性质企业竞争格局（按销售收入）（单位：%） 94

图表97：啤酒行业五力模型分析 94

图表98：中国啤酒行业五力分析结论 95

图表99：我国啤酒及其他行业生命周期的四个阶段（单位：%） 96

图表100：啤酒行业投资兼并重组分析表 97

图表101：2009-2014年中国啤酒业产量情况（单位：万千升，%） 107

图表102：2014年中国啤酒产量及增长（分省市）情况（单位：千升，%） 107

图表103：国内外啤酒人均消费量对比情况（单位：公升） 109

图表104：2014年按品牌划分的啤酒均价及增长情况（单位：元/瓶，%） 110

图表105：2014年广东省不同啤酒品牌产量排名（单位：万千升） 111
图表106：2014年湖北省不同啤酒品牌产量前八位（单位：万千升） 111
图表107：2014年国产品牌啤酒排名前三位产销量情况（单位：万千升） 112
图表108：啤酒进入现代渠道存在的问题 118
图表109：娱乐场所啤酒渠道策略分析 119
图表110：啤酒渠道联营体分析 122
图表111：啤酒渠道虚拟联营体分析 122
图表112：买断啤酒区域代理权模式分析 123
图表113：啤酒渠道物流商模式分析 123
图表114：啤酒渠道职业经理人模式分析 124
图表115：啤酒渠道承包经营模式分析 124
图表116：啤酒销售渠道创新模式应用基地市场分析 125
图表117：啤酒销售渠道创新模式应用战略市场分析 125
图表118：啤酒销售渠道创新模式应用种子市场分析 126
图表119：啤酒企业开拓超市市场的特点分析 131
图表120：啤酒企业开拓社区市场的特点分析 132

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248940.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）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。