



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国超爽型啤酒产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2015-2020年中国超爽型啤酒产业发展现状及市场监测报告》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/269338.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

报告目录：

第一章 超爽型啤酒行业概述

第一节 超爽型啤酒行业概述

一、超爽型啤酒行业定义

二、超爽型啤酒行业产品分类

三、超爽型啤酒行业产品特性

四、超爽型啤酒的治法

第二节 超爽型啤酒行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、超爽型啤酒行业所属的生命周期

第三节 超爽型啤酒行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、超爽型啤酒行业产业链模型分析

第二章 2013-2014年中国超爽型啤酒产业运行环境分析

第一节 2013-2014年中国超爽型啤酒产业经济发展环境分析

一、2014年国内生产总值初步核算568845亿元

二、2014年全国居民消费价格指数

三、2009-2014年全国居民收入情况分析

四、2014年我国居民收入基尼系数为0.474

五、2014年全国固定资产投资（不含农户）436528亿元

六、2014年社会消费品零售总额234380亿元

七、2014年我国进出口总值4.16万亿美元

第二节 2013-2014年中国超爽型啤酒产业政策发展环境分析

一、超爽型啤酒产业相关政策颁超爽型啤酒状况分析

二、超爽型啤酒进出口关税分析

三、产业生产标准分析

第三节 2013-2014年中国超爽型啤酒产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2013-2014年中国超爽型啤酒产业技术环境发展分析

第三章 2013-2014年世界超爽型啤酒产业运行走势分析

第一节 2013-2014年全球超爽型啤酒行业运行概况

一、全球超爽型啤酒行业市场发展状况

一、全球超爽型啤酒行业特点分析

二、国外超爽型啤酒行业技术现状分析

三、全球超爽型啤酒行业市场竞争状况

第二节 2013-2014年全球超爽型啤酒行业区域市场运营情况分析

一、美国超爽型啤酒市场发展分析

二、欧洲市场发展分析

三、日本市场发展分析

第三节 2015-2020年全球超爽型啤酒行业发展趋势预测分析

第四章 2013-2014年中国超爽型啤酒产业市场运行态势分析

第一节 中国超爽型啤酒产品供给分析

一、超爽型啤酒行业总体产能规模

二、超爽型啤酒行业生产区域分布

三、2008-2014年中国超爽型啤酒产量分析

四、供给影响因素分析

第二节 中国超爽型啤酒行业市场需求分析

一、2008-2014年中国超爽型啤酒行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、超爽型啤酒行业市场需求热点

第三节 2013-2014年中国超爽型啤酒产业市场动态分析

一、超爽型啤酒品牌分析

二、超爽型啤酒产品产量结构性分析

三、超爽型啤酒经营发展能力

第四节 2013-2014年中国超爽型啤酒产业市场销售情况分析

第五节 2013-2014年中国超爽型啤酒行业存在的问题及对策分析

第五章 2013-2014年中国超爽型啤酒进出口数据监测分析

第一节 2013-2014年中国超爽型啤酒进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2014年中国超爽型啤酒出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2014年中国超爽型啤酒进出口平均单价分析

第四节 2013-2014年中国超爽型啤酒进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第六章 2013-2014年中国超爽型啤酒所属行业主要数据监测分析

第一节 2013-2014年中国超爽型啤酒所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国超爽型啤酒所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2013-2014年中国超爽型啤酒所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2014年中国超爽型啤酒所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2013-2014年中国超爽型啤酒所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 中国超爽型啤酒区域行业市场分析

第一节 东北地区

一、2009-2014年东北地区在超爽型啤酒行业中的地位变化

二、2009-2014年东北地区超爽型啤酒行业规模情况分析

三、2009-2014年东北地区超爽型啤酒行业企业分析

四、2009-2014年东北地区超爽型啤酒行业发展趋势预测

第二节 华北地区

一、2009-2014年华北地区在超爽型啤酒行业中的地位变化

二、2009-2014年华北地区超爽型啤酒行业规模情况分析

三、2009-2014年华北地区超爽型啤酒行业企业分析

四、2009-2014年华北地区超爽型啤酒行业发展趋势预测

第三节 华东地区

一、2009-2014年华东地区在超爽型啤酒行业中的地位变化

二、2009-2014年华东地区超爽型啤酒行业规模情况分析

三、2009-2014年华东地区超爽型啤酒行业企业分析

四、2009-2014年华东地区超爽型啤酒行业发展趋势预测

第四节 华中地区

一、2009-2014年华中地区在超爽型啤酒行业中的地位变化

二、2009-2014年华中地区超爽型啤酒行业规模情况分析

三、2009-2014年华中地区超爽型啤酒行业企业分析

四、2009-2014年华中地区超爽型啤酒行业发展趋势预测

第五节 华南地区

一、2009-2014年华南地区在超爽型啤酒行业中的地位变化

二、2009-2014年华南地区超爽型啤酒行业规模情况分析

三、2009-2014年华南地区超爽型啤酒行业企业分析

四、2009-2014年华南地区超爽型啤酒行业发展趋势预测

第六节 西部地区

一、2009-2014年西部地区在超爽型啤酒行业中的地位变化

二、2009-2014年西部地区超爽型啤酒行业规模情况分析

三、2009-2014年西部地区超爽型啤酒行业企业分析

四、2009-2014年西部地区超爽型啤酒行业发展趋势预测

第八章 2013-2014年中国超爽型啤酒产品市场竞争格局分析

第一节 2013-2014年中国超爽型啤酒行业竞争力分析

一、中国超爽型啤酒行业要素成本分析

二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第二节 2013-2014年中国超爽型啤酒行业市场区域格局分析

一、生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2013-2014年中国超爽型啤酒行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节 中国超爽型啤酒行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、超爽型啤酒“波特五力模型”分析

（1）行业内竞争

（2）潜在进入者威胁

（3）替代品威胁

（4）供应商议价能力分析

（5）买方侃价能力分析

第五节 2013-2014年中国超爽型啤酒行业竞争策略分析

第九章 2013-2014年中国超爽型啤酒上游行业市场研究分析

第一节 2013-2014年中国上游一行业市场研究分析

一、上游一行业产销状分析

二、上游一行业市场价格情况分析

三、上游一行业生产商情况

四、上游一行业市场发展前景预测

第二节 2013-2014年中国上游二行业市场研究分析

一、上游二行业产销状分析

二、上游二行业市场价格情况分析

三、上游二行业生产商情况

四、上游二行业市场前景预测

第三节 2013-2014年中国上游行业二市场研究分析

一、上游三行业产销状分析

二、上游三行业市场价格情况分析

三、上游三行业生产商情况

四、上游三行业市场前景预测

第四节 上游行业发展对超爽型啤酒影响因素分析

第十章 2013-2014年中国超爽型啤酒优行业消费市场分析

第一节 中国超爽型啤酒优消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、消费者收入水平

三、2013-2014年消费者信心指数分析

第二节 超爽型啤酒优市场消费需求分析

一、超爽型啤酒优市场的消费需求变化

二、超爽型啤酒优行业的需求情况分析

三、2013-2014年超爽型啤酒优品牌市场消费需求分析

第三节 超爽型啤酒优消费市场状况分析

一、超爽型啤酒优行业消费特点

二、超爽型啤酒优消费者分析

三、超爽型啤酒优消费结构分析

四、超爽型啤酒优消费的市场变化

五、超爽型啤酒优市场的消费方向

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五节 超爽型啤酒行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、超爽型啤酒行业品牌忠诚度调查
- 六、超爽型啤酒行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第十一章 2013-2014年中国超爽型啤酒市场营销情况分析

第一节 2013-2014年中国超爽型啤酒市场营销现状分析

- 一、超爽型啤酒市场营销动态概览
- 二、超爽型啤酒营销模式分析
- 三、超爽型啤酒市场营销渠道分析

第二节 2013-2014年中国超爽型啤酒网络营销分析

第三节 2013-2014年中国超爽型啤酒市场营销策略分析

- 一、产品策略
- 二、价格策略
- 三、渠道策略

第十二章 超爽型啤酒优势企业竞争性财务数据分析(3-5家)

第一节 亚洲太平洋酿酒公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析
- 七、企业成长能力分析
- 八、企业经营优势分析

第二节 汉斯

- 一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营优势分析

第三节 青岛啤酒

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营优势分析

第四节 哈尔滨啤酒

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营优势分析

第五节 燕京啤酒

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、2013-2014年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营优势分析

第十三章 2015-2020年中国超爽型啤酒产业发展趋势预测分析

第一节 2015-2020年中国超爽型啤酒发展趋势分析

一、超爽型啤酒产业技术发展方向分析

二、超爽型啤酒竞争格局预测分析

三、超爽型啤酒行业发展预测分析

第二节 2015-2020年中国超爽型啤酒市场预测分析

一、超爽型啤酒供给预测分析

二、超爽型啤酒需求预测分析

三、超爽型啤酒进出口预测分析

第三节 2015-2020年中国超爽型啤酒市场盈利预测分析

第十四章 2015-2020年中国超爽型啤酒行业投资建议分析

第一节 2015-2020年中国超爽型啤酒企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2015-2020年中国超爽型啤酒企业的资本运作模式

一、企业国内资本市场的运作建议

二、企业海外资本市场的运作建议

第三节 2015-2020年中国超爽型啤酒企业营销模式建议

一、企业的国内营销模式建议

二、超爽型啤酒企业海外营销模式建议

第十五章 2015-2020年中国超爽型啤酒行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国超爽型啤酒行业投资环境分析

第二节 2015-2020年中国超爽型啤酒行业投资特性分析

一、2015-2020年中国超爽型啤酒行业行业进入壁垒分析

二、2015-2020年中国超爽型啤酒行业行业盈利模式分析

三、2015-2020年中国超爽型啤酒行业行业盈利因素分析

第三节 2015-2020年中国超爽型啤酒行业投资机会分析

一、超爽型啤酒投资潜力分析

二、超爽型啤酒投资吸引力分析

第四节 2015-2020年中国超爽型啤酒行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第十六章 2015-2020中国超爽型啤酒投资价值分析

第一节 超爽型啤酒行业发展的有利因素与不利因素分析

第二节 超爽型啤酒行业发展的空白点分析

第三节 投资回报率比较高的投资方向

第四节 新进入者应注意的障碍因素

第五节 营销分析与营销模式推荐

第六节 专家观点

图表目录：

图表：2008-2014年中国GDP增长变化趋势图

图表：2008-2014年中国消费价格指数变化趋势图

图表：2008-2014年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表：2008-2014年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表：2008-2014年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表：2007-2014年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表：2007-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒产量情况

图表：2014年我国超爽型啤酒消费结构表

图表：2014年我国超爽型啤酒消费结构图

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒需求量情况

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒进口量情况表

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒进口量变化趋势图

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒进口金额情况表

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒进口平均价格情况表

图表：2010年中国超爽型啤酒分国家进口情况

图表：2011年中国超爽型啤酒分国家进口情况

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒出口量情况表

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒出口量变化趋势图

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒出口金额情况表

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒出口平均价格情况表

图表：2008-2014年中国超爽型啤酒行业产品市场价格变化趋势图

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业企业数量及其增长情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业亏损企业数量及亏损面情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业从业人数及其增长情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业资产规模及其增长情况

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同类型企业数量情况

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同类型企业企业数量结构图

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同所有制企业数量情况

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同所有制企业企业数量结构图

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同类型企业销售收入情况

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同类型企业销售收入结构图

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同所有制企业销售收入情况

图表：2014年中国超爽型啤酒所属行业不同所有制企业企业销售收入结构图

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业产成品及其增长情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业工业销售产值及其增长情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业出口交货值及其增长情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业销售成本情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业营业费用情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业利润总额及其增长情况

图表：2007-2014年中国超爽型啤酒所属行业盈利能力变化趋势图

图表：亚洲太平洋酿酒公司主要经济指标

图表：亚洲太平洋酿酒公司销售收入变化趋势图

图表：亚洲太平洋酿酒公司盈利指标分析

图表：亚洲太平洋酿酒公司盈利能力分析

图表：亚洲太平洋酿酒公司偿债能力分析

图表：亚洲太平洋酿酒公司经营能力分析

图表：亚洲太平洋酿酒公司成长能力分析

图表：汉斯主要经济指标

图表：汉斯销售收入变化趋势图

图表：汉斯盈利指标分析

图表：汉斯盈利能力分析

图表：汉斯偿债能力分析

图表：汉斯经营能力分析

图表：汉斯成长能力分析

图表：青岛啤酒主要经济指标

图表：青岛啤酒销售收入变化趋势图

图表：青岛啤酒盈利指标分析

图表：青岛啤酒盈利能力分析

图表：青岛啤酒偿债能力分析

图表：青岛啤酒经营能力分析

图表：青岛啤酒成长能力分析

图表：哈尔滨啤酒主要经济指标

图表：哈尔滨啤酒销售收入变化趋势图

图表：哈尔滨啤酒盈利指标分析

图表：哈尔滨啤酒盈利能力分析

图表：哈尔滨啤酒偿债能力分析

图表：哈尔滨啤酒经营能力分析

图表：哈尔滨啤酒成长能力分析

图表：燕京啤酒主要经济指标

图表：燕京啤酒销售收入变化趋势图

图表：燕京啤酒盈利指标分析

图表：燕京啤酒盈利能力分析

图表：燕京啤酒偿债能力分析

图表：燕京啤酒经营能力分析

图表：燕京啤酒成长能力分析

图表：2015-2020年中国超爽型啤酒产量预测

图表：2015-2020年中国超爽型啤酒需求量预测

图表：2015-2020年中国超爽型啤酒进出口量预测

图表：2015-2020年中国超爽型啤酒市场价格预测

图表：2015-2020年中国超爽型啤酒盈利能力预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/269338.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提供专业投资咨询报告、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。