



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国啤酒花市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国啤酒花市场发展现状及战略咨询报告》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/276255.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

啤酒花，又名忽布、香蛇麻花、酒花、野酒花、唐草花等，是多年生雌雄异株植物，只有雌性花序用于啤酒生产，赋予啤酒香味和防腐的特性。啤酒花不仅是酿造啤酒的原料，而且也是一种药材，据报道啤酒花可以防腐、止痛、健胃、化痰止咳、安神、腹泻，还可用于消化不良、失眠、肺结核、胸膜炎、麻风病等。最新医学研究证实啤酒花还可治疗糖尿病和预防癌症。此外，啤酒花还能做食品加工的添加剂及造纸和纺织原料。

2013年中国啤酒花产量为1.13万吨，2014年国内产量在1.25万吨左右，国内啤酒花单产水平达到3.05吨/公顷，远高于同期全球平均水平。 2000-2014年我国啤酒花产量走势图 资料来源：FAO、艾凯咨询网整理

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。

报告揭示了啤酒花行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国啤酒花做了重点企业经营状况分析，并分析了中国啤酒花行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 世界啤酒花行业发展综述

第一节 世界啤酒花行业发展状况

一、世界啤酒花市场发展现状

啤酒花，又名忽布、香蛇麻花、酒花、野酒花、唐草花等，是多年生雌雄异株植物，只有雌性花序用于啤酒生产，赋予啤酒香味和防腐的特性。啤酒花不仅是酿造啤酒的原料，而且也是一种药材，据报道啤酒花可以防腐、止痛、健胃、化痰止咳、安神、腹泻，还可用于消化不良、失眠、肺结核、胸膜炎、麻风病等。最新医学研究证实啤酒花还可治疗糖尿病和预防癌症。此外，啤酒花还能做食品加工的添加剂及造纸和纺织原料。

啤酒花主要分布于北半球，北纬30°-60°之间的区域，集中于欧洲、亚洲和北美，仅有1变种在北非的摩洛哥有分布。 啤酒花全球分布格局

资料来源：艾凯咨询网整理

根据FAO统计数据，2013年全球啤酒花产量为10.98万吨，全球啤酒花单产水平为1.45吨/公顷。2014年全球啤酒花产量约为11.5万吨，单产在1.5吨/公顷左右。当中欧洲北美啤酒花产量占全球总产量的65%以上。 1993-2014年全球啤酒花产量及单产水平统计表：吨；吨/公顷

中国产量	中国单产	全球产量	全球单产	1993年	12000	1.71	148994	1.39	1994年	12000			
1.71	128475	1.24	1995年	15159	1.66	141137	1.37	1996年	13000	1.73	141524	1.41	
1997年	11541	1.67	129503	1.39	1998年	14500	1.87	118151	1.34	1999年	15000	2.50	
120077	1.43	2000年	13500	2.45	121623	1.41	2001年	12500	2.50	125888	1.50	2002年	
16619	2.95	126574	1.49	2003年	14927	2.89	114354	1.43	2004年	9658	2.57	118545	1.53
2005年	9772	2.80	118222	1.51	2006年	9882	2.79	111108	1.43	2007年	10000	2.78	
126340	1.55	2008年	10000	2.78	142718	1.66	2009年	10000	2.78	142018	1.67	2010年	
10000	2.78	126891	1.63	2011年	10500	2.90	130276	1.68	2012年	11000	3.01	115607	1.50
2013年	11300	3.05	109777	1.45	2014年	12500	3.05	115000	1.50	资料来源：FAO、艾			

全球啤酒花产量区域分布格局

资料来源：FAO、艾凯咨询网整理

二、世界啤酒花需求分析

三、世界啤酒花市场规模

第二节 世界啤酒花行业技术分析

一、世界啤酒花行业技术现状

二、世界啤酒花行业技术发展趋势

第二章 中国啤酒花行业发展环境分析及展望

第一节 中国宏观经济运行情况

一、国民生产总值（GDP）

二、工业生产与效益情况

三、固定资产投资情况

第二节 中国宏观经济发展环境展望

一、中国GDP预测

二、中国固定资产投资预测

三、中国对外贸易总额预测

四、影响中国工业经济发展的主要因素

第三章 2013-2015年中国啤酒花行业发展现状综述

第一节 中国啤酒花行业界定及主要产品

第二节 中国啤酒花行业产业链分析

第四章 2013-2015年中国啤酒花行业发展状况分析

一、2013-2015年中国啤酒花市场供给分析

啤酒花是生产啤酒不可替代的核心原料之一，啤酒在中国逐渐得到发展以后，啤酒花的种植与加工也随之引入中国，在中国的种植历史已达半个世纪。啤酒花产业在我国属于完全市场化的产业，市场经济下的供求关系转换相当明显，供大于求时，价格持续走低，供给不足时价格则快速攀升，在传统种植模式下，由于种植农户的信息闭塞而缺少预见性，因此，反映在供求关系上，就是供给远滞后于需求，价格呈现出周期性的大幅波动，产生这种波幅的实质就是生产力落后的体现。因此，我国啤酒花产业的根源性问题是：生产方式落后和供求关系脱节。

几十年来，我国啤酒花的品种与种植模式基本没变，一直是引入时的品种和模式，仍以密集型的人工劳作为主，延续着几十年前的水平、而德国、美国几十年来品种推陈出新，种植模式得到优化，机械化程度不断提高，用工量为我国的5%。以美国金色农场为例，7800亩种植面积，采收时每天120人作业，历时六周，合计用工5040个。其余田间管理时间六个半月，每天平均用工80人，合计用工15600个，全年用工总量控制在21000个以内(包括酒花烘烤、打包在内，平均用工2.6个工/亩)。

而我国仅种植环节就需30个工/亩以上，如计入采收和烘烤工序，约需52个工/亩。对比之下，啤酒花种植业发达国家的成本更低，质量好，售价高，产品大量进入国际市场。近几年我国进口的啤酒花产品日益增多，我国的啤酒花产业面临巨大的生存压力。

啤酒花的生长需要光照时间长，昼夜温差大等条件。甘肃省因为具有独特的区位优势 and 气候条件，已成为中国啤酒花生产最适宜的区域之一。黑龙江、辽宁、山东等地在六、七十年代均有啤酒花种植，现均已弃耕，目前已逐渐集中到我国的西北地区。和美国的种植情况类似，由原来的多州种植转移到西北角的俄勒冈州和华盛顿州。

2013年中国啤酒花产量为1.13万吨，2014年国内产量在1.25万吨左右，国内啤酒花单产水平达到3.05吨/公顷，远高于同期全球平均水平。 2000-2014年我国啤酒花产量走势图 资料来源：FAO、艾凯咨询网整理

二、2013-2015年中国啤酒花市场重点地区供给分析

三、2013-2015年中国啤酒花行业集中度分析

四、2013-2015年中国啤酒花市场需求分析

根据中国海关统计数据：2014年我国啤酒花进口数量为3374.6吨，进口总金额为3192.9万美

元；出口数量为32.33吨，出口总金额为14.93万美元。 1992-2014年中国啤酒花进出口贸易数

据统计表		年度	贸易	金额：美元	数量：千克	1992	进口	\$675,343	104,494
1992	出口	\$13,129,960	7,641,477	1993	进口	\$788,755	168,103	1993	出口
\$2,986,578	1,860,732	1994	进口	\$745,230	233,352	1994	出口	\$2,328,412	
1,277,897	1995	进口	\$1,181,837	281,328	1995	出口	\$4,880,772	2,759,233	
1996	进口	\$883,196	154,497	1996	出口	\$1,756,445	901,079	1997	进口
\$486,929	131,698	1997	出口	\$1,874,799	541,967	1998	进口	\$222,394	62,970
1998	出口	\$1,622,712	434,557	1999	进口	\$828,639	396,138	1999	出口
\$2,424,441	570,773	2000	进口	\$1,152,549	454,543	2000	出口	\$3,372,695	
974,129	2001	进口	\$1,354,102	443,534	2001	出口	\$2,979,625	816,956	2002
进口	\$1,773,729	558,602	2002	出口	\$2,403,586	894,511	2003	进口	
\$1,151,801	348,616	2003	出口	\$1,756,159	975,471	2004	进口	\$1,569,014	
341,250	2004	出口	\$338,518	151,973	2005	进口	\$2,880,027	543,328	2005
出口	\$721,802	180,242	2006	进口	\$5,354,085	1,012,852	2006	出口	
\$152,506	103,267	2007	进口	\$20,077,404	1,820,800	2007	出口	\$506,610	
91,440	2008	进口	\$26,920,573	1,220,812	2008	出口	\$9,981,409	893,378	
2009	进口	\$5,646,970	560,934	2009	出口	\$4,772,016	735,175	2010	进口
\$10,247,368	1,094,913	2010	出口	\$1,213,438	415,172	2011	进口	\$10,816,716	
1,139,874	2011	出口	\$129,870	33,670	2012	进口	\$11,874,665	1,444,894	
2012	出口	\$76,172	21,316	2013	进口	\$19,993,698	2,286,363	2013	出口
\$148,550	29,270	2014	进口	\$31,928,715	3,374,611	2014	出口	\$149,267	
32,330	资料来源：中国海关								

综合中国海关及世界粮食组织统计数据：我国啤酒花表观消费量从1993年的1.03万吨增长至2014年的1.58万吨。 1993-2014年中国啤酒花供需平衡分析：吨 产量 出口 进口 表观消费量

1993年	12000	1861	168	10307	1994年	12000	1278	233	10955	1995年	15159
2759	281	12681	1996年	13000	901	154	12253	1997年	11541	542	132
11131	1998年	14500	435	63	14128	1999年	15000	571	396	14825	2000年
13500	974	455	12980	2001年	12500	817	444	12127	2002年	16619	895
559	16283	2003年	14927	975	349	14300	2004年	9658	152	341	9847
2005年	9772	180	543	10135	2006年	9882	103	1013	10792	2007年	
10000	91	1821	11729	2008年	10000	893	1221	10327	2009年	10000	735
561	9826	2010年	10000	415	1095	10680	2011年	10500	34	1140	11606
2012年	11000	21	1445	12424	2013年	11300	29	2286	13557	2014年	12500
32	3375	15842	资料来源								

: FAO、中国海关、艾凯咨询网整理

五、2013-2015年中国啤酒花市场需求重点地区分析

第五章 中国啤酒花产业总体发展状况

第一节 中国啤酒花产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

四、产业市场规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 竞争情况分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节 国际竞争力比较

第五节 市场集中度分析

第六章 中国啤酒花行业区域市场营销策略分析

第一节 华北地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

二、啤酒花行业区域市场规模情况分析

三、啤酒花行业区域市场需求情况分析

四、啤酒花行业区域发展前景预测

五、啤酒花行业区域营销现状分析

第二节 华东地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

二、啤酒花行业区域市场规模情况分析

三、啤酒花行业区域市场需求情况分析

四、啤酒花行业区域发展前景预测

五、啤酒花行业区域营销现状分析

第三节 华南地区

一、啤酒花行业区域发展现状分析

- 二、啤酒花行业区域市场规模情况分析
- 三、啤酒花行业区域市场需求情况分析
- 四、啤酒花行业区域发展前景预测
- 五、啤酒花行业区域营销现状分析

第四节 东北地区

- 一、啤酒花行业区域发展现状分析
- 二、啤酒花行业区域市场规模情况分析
- 三、啤酒花行业区域市场需求情况分析
- 四、啤酒花行业区域发展前景预测
- 五、啤酒花行业区域营销现状分析

第五节 西南地区

- 一、啤酒花行业区域发展现状分析
- 二、啤酒花行业区域市场规模情况分析
- 三、啤酒花行业区域市场需求情况分析
- 四、啤酒花行业区域发展前景预测
- 五、啤酒花行业区域营销现状分析

第六节 西北地区

- 一、啤酒花行业区域发展现状分析
- 二、啤酒花行业区域市场规模情况分析
- 三、啤酒花行业区域市场需求情况分析
- 四、啤酒花行业区域发展前景预测
- 五、啤酒花行业区域营销现状分析

第七节 重点城市

第七章 啤酒花行业上下游产业分析

第一节 啤酒花上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、行业最新动态及其对啤酒花行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对啤酒花行业的意义

第二节 啤酒花下游产业分析

- 一、发展现状

- 二、发展趋势预测
- 三、行业最新动态及其对啤酒花行业的影响
- 四、行业竞争状况及其对啤酒花行业的意义

第八章 啤酒花企业竞争策略分析

第一节 啤酒花市场竞争策略分析

第二节 啤酒花企业竞争策略分析

- 一、2014-2018年中国啤酒花市场竞争趋势
- 二、2014-2018年啤酒花行业竞争策略分析

第九章 中国啤酒花行业重点企业产品营销状况对比分析（3-5家企业）

一、A企业

- 1、企业基本介绍
- 2、产品结构分析
- 3、产品价格分析
- 4、销售渠道分析
- 5、市场营销区域分析
- 6、主要客户分析
- 7、未来营销策略发展趋势

第十章 啤酒花行业发展策略分析

第一节 啤酒花市场策略分析

- 一、啤酒花价格策略分析
- 二、啤酒花渠道策略分析

第二节 啤酒花销售策略分析

- 一、媒介选择策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第三节 提高啤酒花企业竞争力的策略

- 一、影响啤酒花企业核心竞争力的因素及提升途径
- 二、提高啤酒花企业核心竞争力的策略

第四节 对我国啤酒花品牌的战略思考

- 一、啤酒花实施品牌战略的意义
- 二、啤酒花企业品牌现状分析
- 三、啤酒花品牌战略管理策略

第十一章 中国啤酒花行业投资价值与投资策略分析

第一节 啤酒花行业SWOT模型分析

- 一、啤酒花优势分析
- 二、啤酒花劣势分析
- 三、啤酒花机会分析
- 四、啤酒花风险分析

第二节 啤酒花行业投资价值

- 一、啤酒花行业发展前景分析
- 二、啤酒花投资机会分析

第三节 啤酒花行业投资风险分析

- 一、啤酒花市场竞争风险
- 二、啤酒花未来市场需求
- 三、啤酒花技术风险分析
- 四、啤酒花政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 啤酒花行业投资策略分析

- 一、啤酒花行业重点投资品种分析
- 二、啤酒花行业重点投资地区分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：啤酒花行业产业链

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国啤酒花行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年啤酒花行业市场供给

图表：2011-2015年啤酒花行业市场需求

图表：2011-2015年啤酒花行业市场规模

图表：啤酒花所属行业生命周期判断

图表：啤酒花所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国啤酒花行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国啤酒花行业供给预测

图表：2016-2022年中国啤酒花行业需求预测

图表：2016-2022年中国啤酒花行业价格指数预测

图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276255.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。