



艾凯咨询
ICAN Consulting

金威啤酒营销渠道市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《金威啤酒营销渠道市场分析及发展趋势研究报告》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/42936.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

改革开放自今二十多年来，我国啤酒工业得到了空前的发展。在连续9年成为世界第二啤酒产量大国后，2002年和2003年，我国连续两年啤酒产量超过美国和德国，成为世界第一啤酒生产消费大国。尽管如此，我国啤酒行业仍然有很大的发展空间。我国人均年啤酒消费量只有18升，与世界平均水平25升相比还有相当大的差距。如此广阔的市场前景，加快了国内啤酒巨头的发展步伐，形成了像青岛、燕京、华润、哈啤等超百万吨的大型集团。同时也吸引了国际啤酒集团纷纷进入中国啤酒市场，使我国啤酒业竞争更加激烈。机遇和挑战并存，在啤酒业产品和技术日趋成熟和同质化的今天，啤酒企业在今后的发展中如何把握好机遇、不失时机的展示自己、把产品以最快的速度，最低的成本销售到顾客手中成为众多啤酒厂商亟待解决的问题。本文所研究的深圳金威公司，资金雄厚，技术和设备在国内领先，是我国啤酒业中第一个通过“绿色认证”的企业。但其产品一直是广东地方名牌产品。而金威也意识到要想如此激烈的市场竞争中立足，必须扩大市场范围，因此，金威公司制定了五年之内进入“中国啤酒五大品牌”的目标。而制定高效的营销渠道正是实现这一目标的关键。本文通过实证考察，采用...

1 导论 9-14 1.1 选题背景 9-10 1.2 研究意义 10-11 1.3 研究内容及其方法 11-12 1.4 论文框架图 12-14

2 理论综述 14-23 2.1 营销渠道理论 14-16 2.2 关系营销理论 16-17 2.2.1 关系营销 16-17 2.2.2 营销渠道中的关系管理 17 2.3 供应链理论 17-18 2.4 X理论与Y理论 18-19 2.5 强化激励理论 19-20 2.6 其它相关理论 20-23 2.6.1 市场链理论 20-21 2.6.2 对角线转移理论 21-23

3 啤酒行业营销渠道现状分析 23-30 3.1 我国啤酒工业发展历程 23-25 3.2 啤酒行业营销渠道分析 25-30 3.2.1 啤酒行业营销渠道现状及问题分析 25-27 3.2.2 啤酒行业营销渠道趋势分析 27-30

4 金威啤酒公司营销渠道现状分析 30-48 4.1 金威啤酒公司经营情况分析 30-40 4.1.1 金威啤酒公司发展历程 30-33 4.1.2 金威经营中采取的改革措施分析 33-40 4.2 金威啤酒营销现状分析 40-42 4.2.1 金威啤酒营销平台现状分析 40-41 4.2.2 金威销售平台缺陷分析 41-42 4.3 金威啤酒营销渠道现状分析 42-45 4.4 金威啤酒营销渠道SWOT分析 45-48

5 金威啤酒营销渠道的改进设计方案 48-69 5.1 金威啤酒营销渠道改进设计程序 48-49 5.2 啤酒市场细分 49-52 5.2.1 市场特征 50-51 5.2.2 啤酒市场细分 51-52 5.3 金威啤酒目标市场定位 52-54 5.4 金威营销渠道的改进模式的设计 54-66 5.4.1 一般消费品营销渠道与金威现有渠道比较 54-56 5.4.2 金威可借鉴的典型啤酒营销渠道模式分析 56-59 5.4.3 影响金威营销渠道选择的因素 59-62 5.4.4 金威啤酒营销渠道的改进模式 62-66 5.5 金威啤酒营销渠道改进模式的评估 66-69

6 金威啤酒营销渠道改进模式的运作 69-79 6.1 市场链为基础的信息化营销流程再造 69-71 6.2 协调渠道冲

突 71-75 6.3 加强啤酒销售旺季营销策略 75-78 6.4 做好绿色啤酒宣传 78-79 7 金威啤酒
营销渠道改进模式的管理 79-89 7.1 城市市场管理 79-86 7.1.1 办事处管理 79-82 7
.1.2 客户管理 82-86 7.2 农村市场管理 86-89 8 结论 89-91

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42936.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。