

2026-2031年中国啤酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告简介

啤酒是当今世界各国销量最大的低酒精度的饮料，啤酒作为人们日常生活中的饮品，受人们日常饮食习惯影响较大，批发零售业、餐饮业及夜场是啤酒的主要销售渠道和终端市场，消费群体的饮食习惯也将影响对啤酒的选择。国产啤酒纷纷试水中高端产品，青岛、燕京、珠江等国内啤酒企业在高端啤酒市场早有布局，但是进口啤酒长期以来盘踞于高端市场，导致国产啤酒品牌无缘高端超市。

2020年，我国啤酒行业进入新周期，行业发展继续呈现出量平价升的趋势，2020年1-12月，规模以上啤酒企业累计产量3411.11万千升，同比下降7.04%。2020年1-12月，累计进口啤酒58.423万千升，同比下降20.2%;金额为48.1839亿元人民币，同比下降14.7%。2020年1-12月，累计出口啤酒38.674万千升，同比下降7.4%;金额为16.8115亿元人民币，同比下降4.5%。2021年1-3月国内规模以上啤酒企业产量合计821.99万千升，同比增长50.66%，我国已连续20年成为全球最大的啤酒生产国，啤酒也是国内第一大消费酒类，市场普遍认为啤酒产量已经进入稳定期。

政策标准方面，2019年4月25日，《工坊啤酒及其生产规范》团体标准正式发布，作为小微型啤酒行业首部管理型团体标准，必将会成为工坊啤酒规范化发展的问路石，也将会是啤酒产业发展的助推剂。2020年7月，国家市场监督管理总局正式发布GB 4544-2020《啤酒瓶》强制性标准。该标准对啤酒瓶的规格尺寸，使用期限等作出规定，为啤酒生产商提供新的标准，进一步推进啤酒市场的标准化，规范化。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及啤酒专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国啤酒的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对啤酒业务的发展进行详尽深入的分析，并根据啤酒行业的政策经济发展环境对啤酒行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对啤酒行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 啤酒行业概述

第一节 啤酒概述

一、啤酒基本概述

二、啤酒的主要产品分类

三、啤酒的生产原料及生产流程

第二节 行业发展历史和生命周期

一、行业发展历史

二、行业生命周期分析

第三节 啤酒行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、啤酒产业链模型分析

第二章 中国啤酒行业运行环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、2021-2026年我国宏观经济运行情况

二、2026-2031年我国宏观经济形势分析

三、2026-2031年投资趋势及其影响预测

第二节 中国啤酒行业政策分析

一、啤酒行业政策

二、啤酒行业标准分析

三、啤酒进出口贸易政策分析

第三节 中国啤酒行业社会环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2021-2026年社会环境发展分析

三、2026-2031年社会环境对行业的影响

第三章 2021-2026年世界啤酒行业发展态势分析

第一节 2021-2026年世界啤酒行业发展现状

一、世界啤酒行业发展历程分析

二、世界啤酒行业规模分析

三、世界啤酒行业技术现状分析

第二节 2021-2026年世界啤酒重点市场运行透析

一、北美啤酒市场发展分析

二、亚洲啤酒市场发展分析

三、欧盟啤酒市场发展分析

第三节 2026-2031年世界啤酒行业发展趋势分析

第四章 2021-2026年中国啤酒行业市场发展现状分析

第一节 2021-2026年中国啤酒行业发展概述

一、行业运行特点分析

二、行业主要品牌分析

三、行业技术分析

第二节 2021-2026年中国啤酒行业发展存在问题分析

第三节 2021-2026年中国啤酒行业发展应对策略分析

第二部分 行业深度分析

第五章 2021-2026年中国啤酒行业供需分析

第一节 中国啤酒产品供给分析

一、啤酒行业总体产能规模

二、啤酒行业生产区域分布

三、供给影响因素分析

第二节 中国啤酒行业市场需求分析

一、2021-2026年中国啤酒行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、需求影响因素分析

第六章 2021-2026年中国啤酒行业经济运行情况分析

第一节 啤酒所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业资产规模状况分析

三、行业收入规模状况分析

四、行业利润规模状况分析

第二节 啤酒所属行业结构和成本分析

一、销售收入结构分析

二、成本和费用分析

第七章 2021-2026年中国啤酒进出口分析

第一节 2021-2026年啤酒行业进口分析

一、2021-2026年啤酒进口总额

二、2021-2026年啤酒进口总量

第二节 2021-2026年啤酒行业出口分析

一、2021-2026年啤酒出口总额

二、2021-2026年啤酒出口总量

第三节 2021-2026年啤酒行业进出口价格走势分析

一、2021-2026年啤酒进口价格走势

二、2021-2026年啤酒出口价格走势

第四节 进出口面临的问题及对策

第八章 2021-2026年中国啤酒行业区域市场分析

第一节 2021-2026年中国啤酒行业区域市场结构分析

第二节 2021-2026年中国啤酒行业华北地区市场发展情况分析

一、2021-2026年产量情况分析

二、2021-2026年需求情况分析

三、2026-2031年行业发展趋势分析

第三节 2021-2026年中国啤酒行业东北地区市场发展情况分析

一、2021-2026年产量情况分析

二、2021-2026年需求情况分析

三、2026-2031年行业发展趋势分析

第四节 2021-2026年中国啤酒行业华东地区市场发展情况分析

一、2021-2026年产量情况分析

二、2021-2026年需求情况分析

三、2026-2031年行业发展趋势分析

第五节 2021-2026年中国啤酒行业中南地区市场发展情况分析

一、2021-2026年产量情况分析

二、2021-2026年需求情况分析

三、2026-2031年行业发展趋势分析

第六节 2021-2026年中国啤酒行业西南地区市场发展情况分析

一、2021-2026年产量情况分析

二、2021-2026年需求情况分析

三、2026-2031年行业发展趋势分析

第七节 2021-2026年中国啤酒行业西北地区市场发展情况分析

一、2021-2026年产量情况分析

二、2021-2026年需求情况分析

三、2026-2031年行业发展趋势分析

第三部分 行业竞争格局

第九章 啤酒行业市场竞争状况分析

第一节 中国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

第二节 中国啤酒行业竞争力分析

一、中国啤酒行业要素成本分析

二、品牌竞争分析

三、技术竞争分析

第三节 中国啤酒行业五力竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、行业“波特五力模型”分析

1、现有企业间的竞争

2、供应商议价能力分析

3、买方议价能力分析

4、替代品威胁

5、潜在进入者威胁

第十章 中国啤酒行业重点生产企业分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第二节 北京燕京啤酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第三节 重庆啤酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第四节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第五节 兰州黄河企业股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第六节 西藏银河科技发展股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第七节 甘肃莫高实业发展股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第八节 新疆啤酒花股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第九节 广州珠江啤酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第十节 重庆啤酒股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、企业发展战略分析

第四部分 行业发展趋势

第十一章 2026-2031年中国啤酒行业发展趋势预测分析

第一节 2026-2031年中国啤酒行业前景展望分析

一、啤酒行业发展前景分析

二、啤酒行业价格趋势分析

第二节 2026-2031年中国啤酒行业市场预测分析

一、啤酒行业市场供给预测分析

二、啤酒行业需求市场预测分析

三、啤酒行业市场规模预测分析

第三节 2026-2031年中国啤酒行业市场盈利预测分析

第十二章 中国啤酒市场营销策略分析

第一节 中国城市啤酒市场营销策略分析

一、城市啤酒市场营销情况

二、啤酒企业开拓城市餐饮、娱乐终端市场策略

1、餐饮、娱乐终端市场特点

2、营销策略

三、啤酒企业开拓城市超市市场策略

1、超市市场特点

2、营销策略

四、啤酒企业开拓城市社区市场策略

1、社区市场特点

2、营销策略

第二节 中国农村啤酒市场营销策略分析

一、农村啤酒市场营销情况

二、啤酒企业开拓农村市场策略

1、农村市场特点

2、营销策略

第十三章 2026-2031年中国啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 啤酒行业发展策略分析

第二节 啤酒行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第十四章 啤酒行业投资战略研究

第一节 啤酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 啤酒行业投资战略研究

一、2021-2026年啤酒行业投资战略

二、2026-2031年啤酒行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

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

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

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：41135

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170214/41135.shtml>

在线订购：[点击这里](#)