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。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家海关总署、中国酒业协会、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国啤酒市场的发展状况、供需状况、竞争格局、盈利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了啤酒产销、战略、经营状况等。报告还对啤酒市场风险进行了预测，为啤酒生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在啤酒行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国啤酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 发展环境分析

第一章 2021-2026年世界啤酒行业市场运行形势分析

第一节 全球啤酒行业发展概况

第二节 世界啤酒行业发展走势

二、全球啤酒行业市场分布情况

三、全球啤酒行业发展趋势分析

第三节 全球重点国家和区域分析

一、北美

二、亚洲

三、欧盟

第二章 2021-2026年中国啤酒产业发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济发展分析

二、中国宏观经济发展预测分析

第二节 啤酒行业主管部门、行业监管体

第三节 中国啤酒行业主要法律法规及政策

第四节 中国啤酒产业社会环境发展分析

第二部分 市场现状分析

第三章 2021-2026年中国啤酒产业发展现状

第一节 啤酒行业的有关概况

一、啤酒的定义

二、啤酒的特点

第二节 啤酒的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、啤酒行业产业链分析

第三节 上下游行业对啤酒行业的影响分析

第四章 2021-2026年中国啤酒产业运行情况

第一节 中国啤酒行业发展状况

一、2021-2026年啤酒行业市场供给分析

二、2021-2026年啤酒行业市场需求分析

三、2021-2026年啤酒行业市场规模分析

第二节 中国啤酒行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第五章 2021-2026年中国啤酒行业销售渠道分析

第一节 啤酒行业销售渠道现状

一、啤酒行业商超渠道分析

二、啤酒行业餐饮渠道分析

三、啤酒行业娱乐场所渠道分析

第二节 啤酒行业销售渠道延伸与发展

一、啤酒行业校园渠道分析

1、市场规模

2、发展情况

3、发展策略

二、啤酒行业车站/码头渠道分析

1、市场规模

2、发展情况

3、发展策略

三、啤酒行业销售渠道整合的挑战与出路

1、啤酒行业销售渠道整合面对的挑战

2、啤酒行业销售渠道整合出路

第四节 啤酒行业销售渠道创新模式

一、啤酒销售渠道创新主要模式

二、啤酒销售渠道创新模式应用范围

第六章 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

第三部分 行业竞争分析

第七章 2021-2026年中国啤酒行业竞争情况

第一节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒/退出机制

四、行业周期

第二节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 行业国际竞争力比较

第八章 2021-2026年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经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 北京燕京啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第三节 广州珠江啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 重庆啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第五节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第六节 兰州黄河企业股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 新疆啤酒花股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 华润雪花啤酒(辽宁)有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第九节 威英博雪津啤酒有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第十节 威(武汉)国际啤酒有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业发展能力分析

七、企业经营状况优劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第四部分 投资策略分析

第九章 2026-2031年啤酒行业发展预测分析

第一节 2026-2031年中国啤酒行业未来发展预测分析

一、中国啤酒行业发展方向及投资机会分析

二、2021-2026年中国啤酒行业发展规模分析

三、2026-2031年中国啤酒行业发展趋势分析

第二节 2026-2031年中国啤酒行业供需预测

一、2026-2031年中国啤酒行业供给预测

二、2026-2031年中国啤酒行业需求预测

第三节 2026-2031年中国啤酒行业价格走势分析

第十章 2026-2031年中国啤酒行业投资与发展前景分析

第一节 中国啤酒行业投资特性分析

一、啤酒行业进入壁垒分析

二、啤酒行业盈利模式分析

第二节 中国啤酒行业发展趋势与前景

一、中国啤酒行业供给预测

二、中国啤酒行业需求预测

三、中国啤酒行业政策趋势分析

第三节 中国啤酒行业投资/并购风险及建议

一、啤酒行业投资风险

二、啤酒行业投资建议

第十一章 2026-2031年中国啤酒行业发展策略及投资建议

第一节 啤酒行业投资发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 啤酒投资品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节 啤酒行业投资战略

第四节 中道泰和研究建议

第五节 啤酒行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

六、啤酒白酒行业产业链风险

第六节 啤酒行业政策风险

第七节 啤酒行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第八节 啤酒行业其他风险分析

图表目录

图表：国内生产总值走势

图表：居民消费价格涨跌幅度

图表：居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：年末国家外汇储备走势

图表：财政收入现状

图表：全社会固定资产投资

图表：分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：固定资产投资新增主要生产能力

图表：房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：啤酒行业产业链

图表：2021-2026年啤酒行业市场供给

图表：2021-2026年啤酒行业市场需求

图表：2021-2026年啤酒行业市场规模

图表：2021-2026年中国啤酒所属行业全部企业数据分析

图表：2021-2026年中国啤酒所属行业不同规模企业数据分析

图表：2021-2026年中国啤酒所属行业不同所有制企业数据分析

图表：啤酒所属行业生命周期判断

图表：啤酒所属行业区域市场分布情况

图表：2026-2031年中国啤酒行业市场规模预测

图表：2026-2031年中国啤酒行业供给预测

图表：2026-2031年中国啤酒行业需求预测

图表：2026-2031年中国啤酒行业价格指数预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：54882

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170315/54882.shtml

在线订购：点击这里