

2024-2029年中国啤酒行业品牌调研与竞争策略研究报告

报告简介

啤酒作为世界消耗量排名第三的饮料，自二十世纪初传入中国后，一度受到热捧，迅速发展。然而，2013年以后，啤酒行业进入成熟期，产量见顶回落，达到5061.6万千升的历史顶点后，连年走低。根据国家统计局数据，2018年全国规模以上啤酒企业累计产量3812.2万千升，较2017年4401.5万千升下滑13.39%。

2018年中国啤酒进口量为821141千升，同比增长14.7%，啤酒进口金额为904.3百万美元，同比增长20.5%。2018年中国啤酒出口量为38571万升，同比增长6.9%。2018年中国啤酒出口金额为252.34百万美元，同比增长10.9%。

近年，我国啤酒龙头企业均已推出高端、个性化系列产品，并相应提出或践行精酿啤酒战略：青岛啤酒已研发推出多款精酿品种；燕京为精酿啤酒开设了新的生产线，华润加紧精酿啤酒调研、研发；珠江啤酒则于2017年投资2.5亿元进行精酿啤酒产线投资及体验门店建设。

2018年，更多精酿啤酒企业如雨后春笋般冒出，青岛、燕京、华润等国内啤酒巨头也陆续调整产品结构，开设新的生产线，“精酿之战”烽火四起。2018年，我国精酿啤酒消费量虽只占整体啤酒市场的1%—1.5%，但年市场增速高达40%。

据不完全统计，目前，我国已有近800家精酿啤酒从业品牌。此外，百威等国际啤酒巨头也已抢先瞄准精酿啤酒市场。传统啤酒市场规模下滑，是促使行业逐步转向精酿啤酒的主因。

整体而言，2018年国内啤酒业加快了结构性的调整，低端啤酒持续下滑，同时高附加值啤酒、进口啤酒则呈现较快增长态势。

近年来，啤酒龙头企业提价、布局中高端产品、关厂提效以及龙头市场份额继续提升，折射出整个行业做大、做强、做高产业的趋势。历经多年的底部盘整，2019年，啤酒行业将趋于平稳、向好。

我国啤酒产业发展至现在已经达到成熟期，产量持续走低，消费量见顶，行业外部拉动力量较小。因此，行业想要持续发展，必须积极进行产品结构升级，走中高端化路线，同时持续推进行业整合。未来，渠道改造，品牌升级，产能整合，内生增长将成为啤酒行业内主题。

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、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国家市场监督管理总局、国务院发展研究中心、中国酒业协会、中国品牌网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国啤酒行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国啤酒行业发展状况和特点，以及中国啤酒行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际啤酒行业发展态势作了详细分析，并对啤酒行业进行了趋向研判，是啤酒生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前啤酒行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 中国啤酒行业发展现状

第一节 中国啤酒行业发展环境

一、国内经济形势

二、国内政策规划

三、国内社会环境

1、人口结构

2、消费升级

3、居民支出

四、国际贸易环境

第二节 中国啤酒行业发展现状

一、啤酒行业发展概况

二、啤酒行业发展特点

三、啤酒行业市场规模

四、啤酒行业产销规模

第三节 中国啤酒行业进出口分析

一、进出口综述

二、进口分析

三、出口分析

四、进出口前景预测

第四节 中国啤酒行业前景展望

一、啤酒行业生命周期

二、啤酒行业驱动因素

三、啤酒行业发展前景

第二章 中国啤酒市场品牌发展态势

第一节 中国啤酒行业市场格局

一、行业竞争格局

二、企业竞争格局

三、行业整体竞争力

第二节 中国啤酒行业品牌状况

一、市场品牌现状

二、市场品牌格局

三、市场品牌特点

四、市场品牌规模

五、品牌在市场中的份额占比

第三节 中国啤酒行业消费者分析

一、消费群体

二、消费态度

三、消费能力

四、消费行为变化

五、消费需求趋向

六、对品牌的认知

七、品牌忠诚度

第四节 国外啤酒行业品牌现状

一、国外啤酒行业品牌现状

二、国外啤酒行业品牌影响力

三、中外啤酒行业品牌对比

第五节 中国啤酒品牌国际化现状与对策分析

第三章 中国啤酒市场品牌经营情况

第一节 中国啤酒行业品牌产品情况

一、品牌定位

二、产品风味

三、地域分布

第二节 中国啤酒行业品牌成本与利润情况

一、品牌成本分析

1、生产成本

2、人工成本

3、运营成本

4、其它成本

二、品牌利润分析

1、品牌价格情况

2、品牌利润情况

第三节 中国啤酒行业电商渠道品牌情况

一、主要电商平台

二、销售规模

三、前十品牌

四、电商平台对品牌产品的意义

第四节 中国啤酒行业线下品牌情况

一、主要销售点

二、销售规模

三、前十品牌

第四章 中国啤酒行业低中高端各品牌市场现状

第一节 低端品牌市场分析

一、低端品牌市场定位

二、低端品牌产品风味

三、低端品牌市场现状

四、低端品牌市场价格

五、低端品牌产销规模

六、低端品牌格局分布

第二节 中端品牌市场分析

一、中端品牌市场定位

二、中端品牌产品风味

三、中端品牌市场现状

四、中端品牌市场价格

五、中端品牌产销规模

六、中端品牌格局分布

第三节 高端品牌市场分析

一、高端品牌市场定位

二、高端品牌产品风味

三、高端品牌市场现状

四、高端品牌市场价格

五、高端品牌产销规模

六、高端品牌格局分布

第五章 中国啤酒行业市场品牌营销分析

第一节 品牌营销环境

一、互联网环境

二、电商环境

三、电视媒体环境

四、社区物业环境

第二节 品牌营销渠道与模式分析

一、营销渠道

- 1、渠道构成
- 2、销售贡献比率
- 3、覆盖率
- 4、销售渠道效果
- 5、价值流程结构
- 6、渠道建设方向

二、销售渠道创新模式

- 1、啤酒渠道联营体
- 2、啤酒渠道虚拟联营体
- 3、买断啤酒区域代理权
- 4、啤酒渠道物流商
- 5、啤酒渠道职业经理人
- 6、啤酒渠道承包经营

第三节 品牌营销存在的问题

- 一、销售渠道存在的问题
- 二、营销方面存在的问题
- 三、品牌推广的营销策略
 - 1、广告策略
 - 2、公关策略
 - 3、促销策略
 - 4、终端策略

5、网络策略

6、店铺营销

四、中国城市啤酒市场营销策略

1、城市啤酒市场营销情况

2、啤酒企业开拓城市市场策略

五、中国农村啤酒市场营销策略分析

1、农村啤酒市场营销情况

2、啤酒企业开拓农村市场策略

第六章 中国啤酒行业主要品牌分析

第一节 青岛啤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第二节 budweiser百威

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第三节 雪花啤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第四节 燕京啤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第五节 珠江啤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第六节 哈尔滨啤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第七节 carlsberg嘉士伯酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第八节 heineken喜力

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第九节 corona科罗娜

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第十节 蓝带啤酒

一、所属企业

二、市场定位

三、市场价格

四、产销规模

五、产品风味

六、品牌形象

七、品牌价值

八、品牌忠诚度

第七章 中国啤酒行业品牌企业策略

第一节 中国啤酒行业品牌的重要性

一、啤酒行业品牌化趋势

二、啤酒行业品牌的重要性

三、啤酒实施品牌战略的意义

第二节 中国啤酒行业品牌的机遇与挑战

一、品牌渗透加强的主要驱动因素

二、中国啤酒行业品牌的机遇

三、中国啤酒行业品牌的挑战

第三节 中国啤酒行业品牌竞争能力的提升

一、品牌定位和管理能力

1、选准机会战场

2、明确品牌价值和风格定位

3、高效实现品牌传播

二、商品和供应链协同能力

图表目录

图表：国内经济形势

图表：国内政策规划

图表：中国人口结构

图表：中国消费升级

图表：中国居民支出

- 图表：中国啤酒行业发展概况
- 图表：中国啤酒行业市场规模
- 图表：中国啤酒行业产销规模
- 图表：中国啤酒行业进口分析
- 图表：中国啤酒行业出口分析
- 图表：中国啤酒行业进出口前景预测
- 图表：中国啤酒行业市场品牌现状
- 图表：中国啤酒行业市场品牌格局
- 图表：中国啤酒行业市场品牌定位
- 图表：中国啤酒行业品牌在市场中的份额占比
- 图表：中国啤酒行业品牌消费群体
- 图表：中国啤酒行业品牌消费态度
- 图表：中国啤酒行业品牌消费能力
- 图表：中国啤酒行业品牌消费行为变化
- 图表：中国啤酒行业品牌消费需求趋向
- 图表：中国啤酒行业消费者对品牌的认知
- 图表：中国啤酒行业低端品牌产销规模
- 图表：中国啤酒行业中端品牌产销规模
- 图表：中国啤酒行业高端品牌产销规模
- 图表：中国啤酒行业奢侈品牌产销规模

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190530/120999.shtml>

在线订购：[点击这里](#)