

2021-2027年中国低端啤酒 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2021-2027年中国低端啤酒市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/V350439DVW.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-02-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2021-2027年中国低端啤酒市场分析与投资前景研究报告》介绍了低端啤酒行业相关概述、中国低端啤酒产业运行环境、分析了中国低端啤酒行业的现状、中国低端啤酒行业竞争格局、对中国低端啤酒行业做了重点企业经营状况分析及中国低端啤酒产业发展前景与投资预测。您若想对低端啤酒产业有个系统的了解或者想投资低端啤酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

啤酒是以大麦和其他谷物为原料，并添加少量啤酒花，通过制麦芽、糖化、发酵等特定工艺酿制而成，是由外国传入我国的饮料酒。自1900年俄国人在哈尔滨建立第一个啤酒厂到解放前夕的近50年间，我国啤酒工业发展速度缓慢，1949年全国啤酒产量不足万吨。建国后国家对啤酒行业采取了扶持性政策，新建了一批啤酒厂。

我国啤酒行业经过多年高速发展，从产销量数据来看目前已经步入成熟阶段。我国啤酒市场总消费量在2013年见顶达到539.4亿升，随后开始下滑，至2018年我国啤酒市场总消费量降至488亿升（包括大量小型区域性啤酒酿造商），但是仍然占全球啤酒总消费量的四分之一，是全球第一大啤酒消费市场。

据博思数据发布的《2021-2027年中国低端啤酒市场分析与投资前景研究报告》表明：2020年我国啤酒产量累计值达3411.1万千升，期末产量比上年累计下降7%。

指标	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月	2020年8月	2020年7月	啤酒产量当期值(万千升)	啤酒产量累计值(万千升)	啤酒产量同比增长(%)	啤酒产量累计增长(%)
啤酒产量当期值(万千升)	212.7	170.7	187.6	315.7	377.7	407	212.7	3411.1	-12.1	-7.0
啤酒产量累计值(万千升)	212.7	340.4	528.0	843.7	1221.4	1628.1	1935.8	3411.1	-6.8	-6.4
啤酒产量同比增长(%)	-12.1	-6.8	-11.3	2.3	-3.8	0.7	0.7	0.7	-7.5	-7.5
啤酒产量累计增长(%)	-7.0	-6.4	-7.5	-6.8	-7.9	-8.6	-8.6	-8.6	-8.6	-8.6

报告目录：

第一章 低端啤酒行业产品定义及行业概述发展分析

第一节 低端啤酒行业产品定义

- 一、低端啤酒行业产品定义及分类
 - 二、低端啤酒行业产品应用范围分析
 - 三、低端啤酒行业发展历程
 - 四、低端啤酒行业发展地位及影响分析
- #### 第二节 低端啤酒行业产业链发展环境简析
- 一、低端啤酒行业产业链模型理论
 - 二、低端啤酒行业产业链示意图及相关概述

第三节 经济环境

- 一、国民经济运行情况GDP（季度更新）
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（月度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、2020年我国宏观经济发展预测

第四节 低端啤酒行业税收及进出口关税

第五节 社会环境

- 一、人口数量及老龄化分析
- 二、网民规模情况
- 三、90后消费群体特点分析

第六节 低端啤酒技术发展现状

- 一、低端啤酒行业技术发展
- 二、低端啤酒生产工艺
- 一、低端啤酒技术发展趋势

第二章 2015-2019年低端啤酒行业国内外市场发展概述

第一节 2015-2019年全球低端啤酒行业发展分析

- 一、全球低端啤酒经济发展现状及预测
- 二、全球低端啤酒行业技术发展现状
- 三、全球低端啤酒行业发展概述

第二节 2015-2019年全球低端啤酒行业供需及规模分析

- 一、全球低端啤酒行业市场供需情况
- 二、全球低端啤酒行业市场规模及区域分布情况
- 三、全球低端啤酒行业重点国家市场调研
- 四、全球低端啤酒行业发展热点分析
- 五、2021-2027年全球低端啤酒行业市场规模预测

第三节 2015-2019年中国及全球低端啤酒行业对比分析

- 一、中国低端啤酒行业生命周期分析
- 二、中国低端啤酒行业市场成熟度情况

三、中国和国外低端啤酒行业对比SWTO

第四节2015-2019年全球低端啤酒行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国低端啤酒行业发展现状

第一节 中国低端啤酒行业发展概述

一、中国低端啤酒行业发展现状

虽然在高端化的进程中国产品牌基因不如进口品牌，但在渠道、消费市场等方面却略胜一筹。在国内啤酒行业尚不能拥有主动定价权的环境之下，优化产品结构、提升高端产品销售比例，成为当下全行业的发展方向。重庆啤酒2016-18年低端产品比例下降5.95个百分点，中端产品比例提升明显。青岛啤酒高端产品销量占总销量比例逐年提升，2014-18年占主品牌比重提升7.39个百分点。

重庆啤酒低端产品占比显著降低

数据来源：公开资料整理

二、中国低端啤酒发展面临的问题

三、2015-2019年中国低端啤酒行业市场规模

四、中国低端啤酒行业需求客户结构

第二节 我国低端啤酒行业发展状况

一、2015-2019年中国低端啤酒行业产值情况

二、2019年我国低端啤酒产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国低端啤酒行业产量分析

第四节 2019年低端啤酒行业需求分析

一、2015-2019年我国低端啤酒行业需求分析

二、2015-2019年我国低端啤酒市场价格走势分析

第四章 低端啤酒行业竞争力分析

第一节 低端啤酒行业集中度分析

一、低端啤酒市场集中度分析

二、低端啤酒企业分布区域集中度分析

三、低端啤酒区域消费集中度分析

第二节 低端啤酒行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

- 二、重点企业从业人员对比分析
- 三、重点企业全年营业收入对比分析
- 四、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 低端啤酒行业竞争格局分析

- 一、2019年低端啤酒行业竞争分析
- 二、2019年中外低端啤酒产品竞争分析
- 三、2019年我国低端啤酒市场竞争分析
- 四、近年国内低端啤酒行业重点企业发展动向

第五章 2015-2019年中国低端啤酒所属行业运行及进出口分析

第一节 2015-2019年中国低端啤酒所属行业总体运行情况

- 一、低端啤酒企业数量及分布
- 二、低端啤酒行业从业人员统计

第二节 2015-2019年中国低端啤酒所属行业运行数据

- 一、行业资产情况分析
- 二、行业销售情况分析
- 三、行业利润情况分析

第三节 2015-2019年中国低端啤酒所属行业成本费用结构分析

第四节 2015-2019年中国低端啤酒所属行业经营成本情况

第五节 2015-2019年中国低端啤酒所属行业管理费用情况

第六节 中国低端啤酒行业或相关行业进出口分析

- 1、2015-2019年行业进出口数量及金额
- 2、行业进口分国家
- 3、行业出口分国家

第六章 2015-2019年中国低端啤酒行业区域发展分析

第一节 中国低端啤酒行业区域发展现状分析

第二节 2015-2019年华北地区

- 一、华北地区经济发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第三节 2015-2019年东北地区

一、东北地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第四节 2015-2019年华东地区

一、华东地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第五节 2015-2019年华南地区

一、华南地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第六节 2015-2019年华中地区

一、华中地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第七节 2015-2019年西部地区

一、西部地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业趋势预测分析

第七章 低端啤酒重点企业发展分析

第一节 华润啤酒

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第二节 青岛啤酒

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第三节 重庆啤酒

一、企业经营情况分析

二、企业产品及竞争优势分析

三、市场营销网络分析

四、公司战略规划分析

第八章 2015-2019年中国低端啤酒行业上下游主要行业发展现状分析

第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析

一、A行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

二、B行业发展分析

1、行业市场规模情况

2、产品价格分析

3、产品生产情况

……

第二节 2015-2019年主要下游产业发展分析

一、D行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业趋势预测

二、E行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业趋势预测

……

第九章 2021-2027年中国低端啤酒行业发展预测分析

第一节2021-2027年中国低端啤酒行业产量预测

第二节2021-2027年中国低端啤酒行业需求量预测

第三节2021-2027年中国低端啤酒行业规模预测

第四节 2021-2027年中国产业的前景及趋势

一、中国低端啤酒市场前景预测乐观

二、2020年中国低端啤酒市场消费趋势分析

第五节2021-2027年中国低端啤酒行业发展趋势

一、中国低端啤酒行业的趋势预测

二、2021-2027年中国低端啤酒产业规划分析

三、我国低端啤酒行业的标准化发展趋势

第六节2021-2027年中国低端啤酒行业“走出去”发展分析

第十章 低端啤酒行业投资建议研究及销售战略分析

第一节 影响低端啤酒行业发展的主要因素

一、影响低端啤酒行业运行的有利因素

二、影响低端啤酒行业运行的稳定因素

三、影响低端啤酒行业运行的不利因素

四、我国低端啤酒行业发展面临的挑战

五、我国低端啤酒行业发展面临的机遇

第二节 行业投资形势分析

一、2015-2019年中国行业投资规模

二、行业投资壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 2021-2027年低端啤酒行业投资效益分析

第四节 2021-2027年低端啤酒行业投资建议研究研究

第五节 低端啤酒行业行业前景调研预警

一、2021-2027年低端啤酒行业市场风险预测

二、2021-2027年低端啤酒行业政策风险预测

三、2021-2027年低端啤酒行业经营风险预测

四、2021-2027年低端啤酒行业技术风险预测

五、2021-2027年低端啤酒行业竞争风险预测

六、2021-2027年低端啤酒行业其他风险预测

第六节 市场策略分析

一、低端啤酒价格策略分析

二、低端啤酒渠道策略分析

第七节 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

第八节 提高低端啤酒企业竞争力的策略

一、提高中国低端啤酒企业核心竞争力的对策

二、低端啤酒企业提升竞争力的主要方向

三、影响低端啤酒企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高低端啤酒企业竞争力的策略

第九节 对我国低端啤酒品牌的战略思考

一、低端啤酒实施品牌战略的意义

二、低端啤酒企业品牌的现状分析

三、我国低端啤酒企业的品牌战略

四、低端啤酒品牌战略管理的策略

第十节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

部分图表目录：

图表：低端啤酒行业历程

图表：低端啤酒行业生命周期

图表：低端啤酒行业产业链分析

图表：2015-2019年低端啤酒行业产能分析

图表：2015-2019年低端啤酒行业市场规模分析

图表：2015-2019年低端啤酒行业产量分析

图表：2015-2019年低端啤酒行业需求量分析

图表：2019年低端啤酒行业需求领域分布格局

图表：2021-2027年低端啤酒行业市场规模预测

图表：中国低端啤酒行业盈利能力分析

图表：中国低端啤酒所属行业运营能力分析

图表：中国低端啤酒所属行业偿债能力分析

图表：中国低端啤酒行业发展能力分析

图表：中国低端啤酒行业经营效益分析

图表：2021-2027年低端啤酒行业市场规模预测

图表：2021-2027年低端啤酒行业产量预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/V350439DVW.html>