

2021-2026年中国精酿啤酒市场竞争格局及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国精酿啤酒市场竞争格局及投资战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/wine/682494.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

精酿啤酒用来区别于大部分常见的工业啤酒(青岛、雪花、燕京、百威、喜力、嘉士伯)。这和其口味是苦是甜，是香是酸，酒精度的高低与否，并没有直接关系。在大众啤酒日趋饱和的大背景下，中国啤酒市场呈现高端产品快速发展的趋势，随之精酿啤酒市场被越来越多的人看好，精酿啤酒增长显著。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 精酿啤酒行业发展概述

第一节 精酿啤酒的概念

一、精酿啤酒的界定

二、精酿啤酒的特点

第二节 精酿啤酒行业发展成熟度

一、精酿啤酒行业发展周期分析

二、精酿啤酒行业中外市场成熟度对比

第三节 精酿啤酒行业产业链分析

一、精酿啤酒行业上游原料供应市场分析

二、精酿啤酒行业下游产品市场状况

第二章 2016-2020年中国精酿啤酒行业运行环境分析

第一节 2016-2020年中国宏观经济环境分析

第二节 2016-2020年中国精酿啤酒行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

1、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

2、采取组合调控措施，确保物价水平稳定

二、精酿啤酒行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2016-2020年中国精酿啤酒行业发展社会环境分析

第三章 2016-2020年中国精酿啤酒所属行业市场发展分析

第一节 精酿啤酒行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及分析

第二节 精酿啤酒行业技术发展

- 一、技术特征现状分析
- 二、新技术研发及应用动态
- 三、技术发展趋势

第三节 中国精酿啤酒行业消费市场分析

- 一、消费特征分析
- 二、消费需求趋势
- 三、品牌市场消费结构

第四节 精酿啤酒行业产销数据统计分析

- 一、整体市场规模
- 二、区域市场数据统计情况

第五节 2021-2026年精酿啤酒行业市场发展趋势

第四章 中国精酿啤酒所属行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2016-2020年中国精酿啤酒行业市场供给分析

- 一、精酿啤酒整体供给情况分析
- 二、精酿啤酒重点区域供给分析

第二节 精酿啤酒行业供给关系因素分析

- 一、需求因素
- 二、厂商产能因素
- 三、原料供给状况
- 四、技术水平提高
- 五、政策变动因素

第三节 2021-2026年中国精酿啤酒行业市场供给趋势

- 一、精酿啤酒整体供给情况趋势分析
- 二、精酿啤酒重点区域供给趋势分析
- 三、影响未来精酿啤酒供给的因素分析

第五章 精酿啤酒行业产品价格分析

第一节 中国精酿啤酒行业产品历年价格回顾

第二节 中国精酿啤酒行业产品当前市场价格

- 一、产品当前价格分析
- 二、产品未来价格预测

第三节 中国精酿啤酒行业产品价格影响因素分析

- 一、全球经济形式及影响
- 二、人民币汇率变化影响
- 三、其它

第六章 精酿啤酒主要上下游产品分析

第一节 精酿啤酒上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 精酿啤酒行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第七章 2020年中国精酿啤酒行业渠道分析及策略

第一节 精酿啤酒行业渠道分析

- 一、渠道形式及对比
- 二、各类渠道对精酿啤酒行业的影响
- 三、主要精酿啤酒企业渠道策略研究
- 四、各区域主要代理商情况

第二节 精酿啤酒行业用户分析

- 一、用户认知程度分析
- 二、用户需求特点分析
- 三、用户购买途径分析

第三节 精酿啤酒行业营销策略分析

- 一、中国精酿啤酒营销概况
- 二、精酿啤酒营销策略探讨
- 三、精酿啤酒营销发展趋势

第八章 2016-2020年中国精酿啤酒所属行业主要监测分析

第一节 2016-2020年中国精酿啤酒产业工业总产值分析

- 一、2016-2020年中国精酿啤酒产业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2016-2020年中国精酿啤酒产业主营业务收入分析

- 一、2016-2020年中国精酿啤酒产业主营业务收入分析
- 二、不同规模企业主营业务收入分析
- 三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2016-2020年中国精酿啤酒产业产品成本费用分析

- 一、2016-2020年中国精酿啤酒产业销售成本分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2016-2020年中国精酿啤酒产业利润总额分析

一、2016-2020年中国精酿啤酒产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2016-2020年中国精酿啤酒产业资产负债分析

一、2016-2020年中国精酿啤酒产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2016-2020年中国精酿啤酒所属行业财务指标分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、所属行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 中国精酿啤酒所属行业区域市场分析

第一节 华北地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第二节 东北地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展前景预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第三节 华东地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展前景预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第四节 华南地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展前景预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第五节 华中地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展前景预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第六节 西南地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展前景预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第七节 西北地区精酿啤酒行业分析

一、2016-2020年行业发展现状分析

二、2016-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年市场需求情况分析

四、2021-2026年行业发展前景预测

五、2021-2026年行业投资风险预测

第十章 精酿啤酒行业竞争格局分析

第一节 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

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2016-2020年精酿啤酒行业竞争格局分析

一、2016-2020年国内外精酿啤酒竞争分析

二、2016-2020年我国精酿啤酒市场竞争分析

三、2021-2026年国内主要精酿啤酒企业动向

第十一章 精酿啤酒企业竞争策略分析

第一节 精酿啤酒市场竞争策略分析

一、2020年精酿啤酒市场增长潜力分析

二、2020年精酿啤酒主要潜力品种分析

三、现有精酿啤酒产品竞争策略分析

四、潜力精酿啤酒品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 精酿啤酒企业竞争策略分析

第三节 精酿啤酒行业产品定位及市场推广策略分析

一、精酿啤酒行业产品市场定位

二、精酿啤酒行业广告推广策略

三、精酿啤酒行业产品促销策略

四、精酿啤酒行业招商加盟策略

五、精酿啤酒行业网络推广策略

第十二章 精酿啤酒企业竞争分析

第一节 Boston Beer Company

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 AB InBev

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 SAB Miller

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 Yuengling

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 Sierra Nevada

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 Gambrinus

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 Lagunitas

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 Stone Brewery

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节 欧菲啤酒

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 熊猫精酿

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十三章 精酿啤酒行业投资战略研究（AK HT）

第一节 精酿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 对我国精酿啤酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、精酿啤酒实施品牌战略的意义

三、精酿啤酒企业品牌的现状分析

四、我国精酿啤酒企业的品牌战略

五、精酿啤酒品牌战略管理的策略

第三节 精酿啤酒行业投资战略研究

图表目录：

图表：精酿啤酒行业生命周期图

图表：精酿啤酒产品国内、国际市场成熟度对比

图表：精酿啤酒产品行业主要竞争因素分析

图表：2016-2020年精酿啤酒产品消费量变化图

图表：2016-2020年精酿啤酒企业品牌集中度分析

图表：2016-2020年精酿啤酒不同规模企业工业总产值分析

图表：2016-2020年精酿啤酒不同所有制企业工业总产值比较

图表：2016-2020年中国精酿啤酒产业主营业务收入分析

图表：2016-2020年精酿啤酒不同规模企业主营业务收入分析

图表：2021-2026年精酿啤酒产品消费预测

图表：2021-2026年中国精酿啤酒供需平衡预测

图表：2021-2026年影响精酿啤酒行业运行的有利因素

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/wine/682494.html>