

2016-2022年中国啤酒行业市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国啤酒行业市场运行态势及投资战略研究报告》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/detail/282734.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

在中国国内消费的黄金时期，社会消费品零售总额从 2000 年的 3.9 万亿元增长到2015 年的 30.1 万亿元，增长 6.7 倍，而啤酒行业销售额同期增长 3.3 倍，啤酒吨酒价格增长不到 1倍。

2000-2015年中国社会消费品零售总额及增速

2000-2015年中国啤酒行业吨酒价及增速

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 世界啤酒行业发展现状分析 21

第一节 世界啤酒市场发展概况 21

一、2015年世界啤酒产量分析 21

二、2015年全球啤酒消费情况 22

三、全球各国人均啤酒消费量分析 23

四、全球各国啤酒行业集中度分析 24

第二节 世界主要国家啤酒市场分析 24

一、美国啤酒市场情况分析 24

（一）美国啤酒市场商分析 24

（二）美国啤酒市场零售分析 26

（三）美国啤酒市场发展动态 27

二、巴西啤酒市场情况分析 27

三、德国啤酒市场情况分析 29

（一）德国啤酒品牌分析 29

（二）德国啤酒市场现状 30

四、俄罗斯啤酒市场情况分析 32

第三节 2014-2015年世界啤酒业新品推出情况 34

一、喜力啤酒新品发布 34

二、丹麦研发能激发创意啤酒 35

三、台湾啤酒推出蜂蜜啤酒热销 35

四、朝日啤酒新品“朝日超爽啤酒” 36

第二章 中国啤酒行业发展情况分析 37

第一节 中国啤酒行业发展情况分析 37

- 一、中国啤酒业发展现状分析 37
- 二、2013年中国啤酒制造行业发展概况 37
- 三、2015年中国啤酒制造行业发展概况 38
- 四、2015年中国啤酒制造行业发展概况 40

第二节 中国啤酒制造行业规模分析 41

- 一、企业数量增长分析 41
- 二、资产规模增长分析 41
- 三、销售规模增长分析 42
- 四、利润规模增长分析 43

第三节 中国啤酒行业经营效益分析 44

- 一、偿债能力分析 44
- 二、盈利能力分析 44
- 三、毛利率分析 46
- 四、运营能力分析 46

第四节 中国啤酒市场供需分析 48

- 一、中国啤酒产量情况 48

2011-2015年中国啤酒行业产量及增速

- 二、中国啤酒产量区域分析 49
- 三、中国啤酒产量地区分析 50
- 四、中国啤酒消费量分析 51
- 五、中国啤酒市场规模分析 52
- 六、中国啤酒人均消费量 52

第五节 中国易拉罐（听装啤酒）市场分析 53

- 一、易拉罐啤酒市场发展概述 53
- 二、易拉罐啤酒产能分析 54
- 三、易拉罐啤酒产量分析 54

第六节 啤酒行业相关技术发展情况分析 55

- 一、燕京新技术提升啤酒风味质量 55
- 二、青岛啤酒新技术工艺复原百年精酿 56
- 三、燕京加大互联网领域投入 56

第七节 啤酒包装发展现状与趋势 57

- 一、世界啤酒包装创新发展 57

- (一) 日本麒麟推出最轻啤酒包装 57
- (二) 百威啤酒20万罐包装完全不同 58
- (三) 神秘Oculito啤酒在外包装上制造惊喜 58
- (四) 便于携带的啤酒包装 60
- 二、啤酒包装细分市场分析 60
 - (一) 玻璃瓶 60
 - (二) 易拉罐装啤酒 61
 - (三) PET啤酒瓶 61
- 三、啤酒包装机行业科技走势 62
- 四、PET包装啤酒瓶发展现状 62
- 五、啤酒包装发展趋势分析 64
- 六、啤酒瓶包转市场制胜策略 65
- 第三章 2014-2015年中国啤酒市场分析 67
 - 第一节 2015年中国啤酒新品上市情况分析 67
 - 一、熊猫精酿啤酒新品发布 67
 - 二、北京五星青岛啤酒“百年金樽”上市 68
 - 三、珠江啤酒进军精酿市场 69
 - 四、蓝带啤酒推出原浆新品 70
 - 五、青岛啤酒新品全麦白啤 70
 - 第二节 2015年中国啤酒市场动态分析 72
 - 一、雪花啤酒呼伦贝尔项目计划 72
 - 二、青岛啤酒布局多元化渠道战略试水O2O 72
 - 三、燕京啤酒打造啤酒业2.0版 74
 - 四、珠江啤酒发力中高端市场 75
 - 五、嘉士伯完成对重庆啤酒的要约收购 76
 - 六、梅州珠江啤酒深耕东南市场 78
 - 第三节 城市啤酒市场分析与进入策略 79
 - 一、城市啤酒市场特点 79
 - 二、城市市场的网络结构 79
 - 三、啤酒企业开拓城市市场策略 80
 - 第四节 农村啤酒市场分析与进入策略 83
 - 一、农村啤酒市场分析 83
 - 二、农村啤酒市场的销售特点 84
 - 三、啤酒企业开拓农村啤酒市场策略 85
- 第四章 2014-2015年中国啤酒行业上市公司分析 89

第一节 2014-2015年中国啤酒行业上市公司发展环境分析 89

- 一、2014-2015年啤酒上市公司毛利率分析 89
- 二、2015年主要啤酒企业上市公司年度数据 89
- 三、外资参股中国啤酒公司情况 90
- 四、啤酒取水标准定额对啤酒公司的影响 90

第二节 中国啤酒行业上市基本条件和方案 91

- 一、首发上市法定条件 91
- 二、证监会审核关注重点 95
- 三、企业上市中介机构的选择 96
- 四、上市公司重大资产重组申报工作指引 101
- 五、如何做好新产品上市前的评估工作 102

第三节 啤酒行业兼并收购情况 105

- 一、百威英博啤酒收购四平金士百啤酒 105
- 二、百威英博啤酒收购江苏大富豪 105
- 三、青岛啤酒收购淄博绿兰莎55%的股权 106
- 四、嘉士伯成功收购重啤集团东部资产 106

第五章 2009-2015年中国啤酒产品进出口状况分析 107

第一节 2009-2015年中国啤酒产品进口分析 107

- 一、啤酒进口数量情况 107
- 二、啤酒进口金额情况 107
- 三、啤酒进口来源分析 108
- 四、啤酒进口均价分析 109

第二节 2009-2015年啤酒产品出口分析 109

- 一、啤酒出口数量情况 109
- 二、啤酒出口金额情况 110
- 三、啤酒出口流向分析 110
- 四、啤酒出口均价分析 111

第六章 2014-2015年中国啤酒区域市场分析 112

第一节 华北地区 112

- 一、北京啤酒市场 112
- 二、天津啤酒市场 114
- 三、河北啤酒市场 117
- 四、山西啤酒市场 120
- 五、内蒙古啤酒市场 122

第二节 华东地区 124

一、长三角啤酒市场局势分析	124
二、上海啤酒市场	126
三、浙江啤酒市场	129
四、福建啤酒市场	134
五、山东啤酒市场	139
六、江苏啤酒市场	144
七、安徽啤酒市场	149
八、江西啤酒市场	151
第三节 华南地区	154
一、广东啤酒市场	154
二、深圳啤酒市场	159
三、广西啤酒市场	162
四、海南啤酒市场	165
第四节 华中地区	168
一、河南啤酒市场	168
二、湖南啤酒市场	171
三、湖北啤酒市场	174
第五节 东北地区	177
一、黑龙江啤酒市场	177
二、辽宁啤酒市场	180
三、吉林啤酒市场	184
第六节 西北地区	187
一、西北啤酒市场发展动态	187
二、陕西啤酒市场	190
三、甘肃啤酒市场	192
第七节 西南地区	195
一、云南啤酒市场	195
二、四川啤酒市场	197
三、成都啤酒市场	199
四、重庆啤酒市场	202
五、贵州啤酒市场	205
第七章 中国啤酒消费者调查分析	208
第一节 啤酒消费者消费行为调查分析	208
一、消费者啤酒饮用频率调查情况	208
二、消费者每次饮用啤酒数量情况	208

- 三、消费者饮用啤酒的场所分析 209
- 四、啤酒消费者消费动机调查分析 209
- 五、消费者啤酒消费金额调查分析 210
- 第二节 啤酒消费者品牌偏好调查分析 210
 - 一、消费者对不同类型啤酒选择偏好分析 210
 - 二、主要啤酒品牌渗透率调研分析 211
 - 三、消费者对啤酒品牌口碑偏好分析 212
- 第三四节 啤酒消费者满意度调查分析 213
 - 一、啤酒行业满意度分析 213
 - 二、消费者忠诚度分析 215
 - 三、口味是购买关键因素 216
 - 四、品牌感知质量指数 216
 - 五、清爽型受女性欢迎 217
 - 六、市场消费特征分析 217
 - 七、品牌满意度分析 218
- 第八章 国内啤酒主要品牌及企业发展分析 219
 - 第一节 主要啤酒品牌分析 219
 - 一、百威啤酒 219
 - (一) 新上市产品 219
 - (二) 最新动态 221
 - (三) 销售策略 222
 - (四) 市场动作 222
 - 二、雪花啤酒 224
 - (一) 新上市产品 224
 - (二) 最新动态 225
 - (三) 销售策略 225
 - (四) 市场动作 226
 - 三、珠江啤酒 227
 - (一) 新上市产品 227
 - (二) 品牌建设情况 229
 - 四、青岛啤酒 229
 - 五、燕京啤酒 232
 - 六、哈尔滨啤酒 233
 - 七、嘉士伯 234
 - 八、金星啤酒 235

第二节 青岛啤酒股份有限公司 237

一、企业发展基本情况 237

二、企业主要产品分析 237

三、企业啤酒销售分析 238

四、企业经营状况分析 239

五、企业销售网络分析 239

六、企业竞争优势分析 240

七、企业发展战略分析 241

第三节 华润创业有限公司 241

一、企业发展基本情况 241

二、企业主要产品分析 242

三、企业啤酒产销分析 243

四、企业经营状况分析 243

五、企业销售网络分析 244

六、企业竞争优势分析 245

第四节 北京燕京啤酒股份有限公司 246

一、企业发展基本情况 246

二、企业主要产品分析 246

三、企业啤酒销售分析 247

四、企业经营状况分析 247

五、企业销售网络分析 248

六、企业竞争优势分析 249

七、企业发展战略分析 250

第五节 广州珠江啤酒股份有限公司 251

一、企业发展基本情况 251

二、企业主要产品分析 251

三、企业经营状况分析 252

四、企业销售网络分析 253

五、企业竞争优势分析 254

第六节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 255

一、企业发展基本情况 255

二、企业主要产品分析 256

三、企业啤酒销售分析 256

四、企业经营状况分析 256

五、企业销售网络分析 257

六、企业竞争优势分析 258

第七节 重庆啤酒股份有限公司 258

一、企业发展基本情况 258

二、企业主要产品分析 258

三、企业啤酒销量分析 259

四、企业经营状况分析 259

五、企业销售网络分析 260

六、企业竞争优势分析 260

七、企业发展战略分析 261

第八节 新疆啤酒花股份有限公司 261

一、企业发展基本情况 261

二、企业主要产品分析 261

三、企业啤酒收入分析 262

四、企业经营状况分析 262

五、企业销售网络分析 264

六、企业竞争优势分析 264

七、企业发展战略分析 264

第九节 兰州黄河企业股份有限公司 265

一、企业发展基本情况 265

二、企业主要产品分析 265

三、企业啤酒产销分析 266

四、企业经营状况分析 267

五、企业销售网络分析 268

六、企业竞争优势分析 268

七、企业发展战略分析 268

第十节 西藏银河科技发展股份有限公司 269

一、企业发展基本情况 269

二、企业主要产品分析 269

三、企业啤酒产销分析 270

四、企业经营状况分析 270

五、企业销售网络分析 271

六、企业竞争优势分析 271

七、企业发展战略分析 271

第十一节 美国蓝带啤酒 272

一、企业发展基本情况 272

二、企业主要产品分析 272

三、企业经营情况分析 273

四、企业销售网络分析 273

五、企业竞争优势分析 274

第十二节 英博雪津啤酒有限公司 275

一、企业发展基本情况 275

二、企业主要产品分析 275

三、企业经营情况分析 276

四、企业销售网络分析 277

五、企业竞争优势分析 277

第十三节 三得利啤酒（上海）有限公司 278

一、企业发展基本情况 278

二、企业主要产品分析 278

三、企业经营情况分析 279

四、企业销售网络分析 280

五、企业竞争优势分析 280

第十四节 哈尔滨啤酒集团 280

一、企业发展基本情况 280

二、企业主要产品分析 281

三、企业经营情况分析 281

四、企业销售网络分析 282

五、企业竞争优势分析 282

第十五节 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司 283

一、企业发展基本情况 283

二、企业主要产品分析 284

三、企业经营情况分析 284

四、企业销售网络分析 285

五、企业竞争优势分析 285

第十六节 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司 286

一、企业发展基本情况 286

二、企业主要产品分析 286

三、企业经营情况分析 286

四、企业竞争优势分析 287

第十七节 金星啤酒集团有限公司 287

一、企业发展基本情况 287

- 二、企业主要产品分析 288
- 三、企业经营情况分析 289
- 四、企业销售网络分析 290
- 五、企业竞争优势分析 290
- 第十八节 百威（武汉）国际啤酒有限公司 291
 - 一、企业发展基本情况 291
 - 二、企业主要产品分析 292
 - 三、企业经营情况分析 292
 - 四、企业销售网络分析 293
 - 五、企业竞争优势分析 293
- 第十九节 南昌亚洲啤酒有限公司 293
 - 一、企业发展基本情况 293
 - 二、企业主要产品分析 294
 - 三、企业经营情况分析 295
 - 四、企业竞争优势分析 295
- 第九章 中国啤酒行业营销策略分析 297
 - 第一节 中国啤酒业的营销发展及趋势分析 297
 - 一、啤酒业市场营销现状 297
 - 二、啤酒业的五种营销模式 298
 - 三、啤酒业中的“中国特色” 299
 - 四、啤酒业营销创新策略 300
 - 五、中国啤酒行业营销模式发展趋势 304
 - 六、啤酒营销转型的“策略推进” 305
 - 第二节 中国啤酒品牌营销策略研究 308
 - 一、中国啤酒品牌营销的现状和问题 309
 - 二、中国啤酒品牌营销策略分析 310
 - 三、构建区域强势啤酒品牌的实效策略 311
 - 四、探寻中高档啤酒的蓝海策略 316
 - 五、涨价或是啤酒品牌升级有效策略 317
 - 第三节 中国啤酒品牌广告策略研究 317
 - 一、中国啤酒企业广告投放存在的问题 317
 - 二、中国啤酒品牌广告策略的限制因素 318
 - 三、啤酒品牌广告策略之路径 321
 - 四、如何缩小国啤与洋啤广告水平差距 323
 - 五、中国啤酒广告发展趋势 324

第四节 啤酒旺季营销策略分析 325

- 一、旺季动销的三大助推器 325
- 二、啤酒旺季营销的八大短板 328
- 三、啤酒旺季营销策略 331
- 四、再谈啤酒旺季促销的有效策略 336
- 五、中小啤酒企业淡季销售的误区与策略 340

第五节 啤酒夜场营销策略分析 344

- 一、啤酒夜场市场特点 344
- 二、啤酒夜场终端的分类 345
- 三、国产啤酒在夜场中的现状 346
- 四、啤酒夜场终端营销策略 348

第六节 中国啤酒营销网络策略分析 353

- 一、目前啤酒市场营销网络存在的问题 353
- 二、提高现有营销网络效率的有效方法 355
- 三、啤酒营销网络模式的创新与发展 356

第七节 中国啤酒营销案例分析 358

- 一、华润啤酒营销整合策略 358
- 二、青岛啤酒——欢乐营销 362
- 三、燕京啤酒——互联网营销 364
- 四、雪花啤酒——活动营销 365
- 五、哈啤的世界杯品牌营销 367

第十章 中国啤酒行业竞争状况分析 370

第一节 中国啤酒行业竞争格局分析 370

- 一、啤酒业各整合阶段竞争状况 370
- 二、啤酒企业线下渠道分析 372
- 三、啤酒企业互联网+分析 373

第二节 中国啤酒行业竞争态势分析 374

- 一、啤酒行业竞争格局 374
- 二、啤酒品牌市场份额 375
- 三、啤酒业并购扩张情况分析 376

第三节 中国高端啤酒市场竞争分析 378

- 一、高端啤酒外资品牌占七成 378
- 二、从抢份额到抢利润 378
- 三、高端不能仅是价格高 379

第四节 啤酒行业未来竞争趋势分析 380

- 一、啤酒市场未来竞争格局 380
- 二、沿海地区产品消费升级 381
- 三、西部啤酒市场争夺将加剧 381
- 第十一章 2016-2022年中国啤酒行业发展战略分析 383
- 第一节 国内啤酒企业品牌传播问题及对策分析 383
- 一、中国啤酒企业品牌传播现状 383
- 二、啤酒企业品牌传播存在的问题 385
- 三、啤酒企业品牌传播对策分析 386
- 第二节 中国啤酒品牌的蓝海战略研究 390
- 一、中国啤酒品牌的“蓝海” 390
- 二、中国目前啤酒品牌态势 391
- 三、中国啤酒品牌“蓝海”之路堪忧 392
- 四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议 393
- 第三节 中国啤酒行业品牌突围策略 396
- 一、品牌——啤酒市场扩张的软实力 396
- 二、以资源整合实现品牌化突围 397
- 三、中小型啤酒企业的发展策略 398
- 四、中国啤酒区域品牌发展现状 401
- 五、中国啤酒区域品牌的突围策略 402
- 第四节 中国啤酒国际化发展策略研究 404
- 一、中国啤酒企业的国际化风险 404
- 二、中国啤酒国际化之路初探 407
- 三、中国啤酒业国际化发展策略 409
- 第五节 中国啤酒企业发展战略研究 414
- 一、华润雪花“打通最后一公里”后5000时代新战略 414
- 二、品牌战略助推华雪啤酒崛起 415
- 三、千岛湖啤酒以错位竞争战略突围 416
- 四、青岛啤酒未来发展战略 417
- 五、燕京啤酒品牌战略效果显著 417
- 第十二章 2016-2022年中国啤酒行业发展趋势与前景分析 420
- 第一节 2016-2022年中国啤酒行业发展环境分析 420
- 第二节 2016-2022年中国啤酒产业发展趋势分析 420
- 一、中国啤酒市场消费趋势分析 420
- 二、啤酒市场多元化发展趋势分析 421
- 三、个性化、低浓度啤酒提升女性消费占比 422

四、行业整合及消费升级促进高端啤酒占比 423

五、生啤及产品灌装化是产品升级的主要方向 424

第三节 2016-2022年中国啤酒产业投资风险分析 425

一、市场竞争风险 425

二、市场运营风险 425

三、企业经营风险 425

四、产品质量风险 426

五、环保风险分析 426

第四节 2016-2022年中国啤酒市场发展前景预测分析 426

一、2016-2022年中国啤酒产量预测 426

二、2016-2022年中国啤酒销量预测 427

三、2016-2022年啤酒市场规模预测 427

图表目录：

图表 1 2010-2015年全球啤酒产量情况 21

图表 2 2015年啤酒产量排名前十的国家 22

图表 3 2011-2015年全球啤酒消费量及增长情况 22

图表 4 2015年全球啤酒零售量排名前五的国家 23

图表 5 2015年人均消费啤酒最高的十个国家 23

图表 6 全球啤酒生产厂商CR3集中度情况 24

图表 7 2015年美国顶级啤酒厂前十名 25

图表 8 2009-2015年美国啤酒零售量统计 26

图表 9 美国啤酒企业市场份额情况 26

图表 10 2009-2015年巴西啤酒零售量统计 28

图表 11 2009-2015年德国啤酒零售量统计 31

图表 12 德国啤酒企业市场份额情况 31

图表 13 2009-2015年俄罗斯啤酒零售量统计 32

图表 14 2013年中国啤酒制造行业经济指标统计 38

图表 15 2015年中国啤酒制造行业经济指标统计 39

图表 16 2015年中国啤酒制造行业经济指标统计 40

图表 17 2011-2015年中国啤酒制造企业数量变化趋势图 41

图表 18 2011-2015年中国啤酒制造行业资产总额统计 42

图表 19 2011-2015年中国啤酒制造行业资产变化趋势图 42

图表 20 2011-2015年中国啤酒制造行业销售收入统计 42

图表 21 2011-2015年中国啤酒制造行业销售收入变化趋势图 43

- 图表 22 2011-2015年中国啤酒制造行业利润总额统计 43
- 图表 23 2011-2015年中国啤酒制造行业利润变化趋势图 44
- 图表 24 2011-2015年中国啤酒制造行业资产负债率情况 44
- 图表 25 2011-2015年中国啤酒制造行业成本费用利润率情况 45
- 图表 26 2011-2015年中国啤酒制造行业销售利润率情况 45
- 图表 27 2011-2015年中国啤酒制造行业总资产利润率情况 46
- 图表 28 2011-2015年中国啤酒制造行业毛利率情况 46
- 图表 29 2011-2015年中国啤酒制造行业应收账款周转率情况 47
- 图表 30 2011-2015年中国啤酒制造行业流动资产周转率情况 47
- 图表 31 2011-2015年中国啤酒制造行业总资产周转率情况 48
- 图表 32 2010-2015年中国啤酒产量统计 48
- 图表 33 2010-2015年中国啤酒产量变化趋势图 49
- 图表 34 2014-2015年中国啤酒分区域产量统计 49
- 图表 35 2015年中国啤酒分区域产量占比图 50
- 图表 36 2014-2015年中国各地区啤酒产量统计 50
- 图表 37 2010-2015年中国啤酒销量变化趋势图 51
- 图表 38 2010-2015年中国啤酒市场规模增长趋势图 52
- 图表 39 2010-2015年中国人均啤酒消费量变化趋势图 52
- 图表 40 2010-2015年中国易拉罐啤酒产量增长趋势图 55
- 图表 41 Oculito啤酒示意图 59
- 图表 42 汉莎啤酒4×750/660ml产品安全便携式纸板销售包装解决方案示意图 60
- 图表 43 2014-2015年啤酒行业主要上市公司盈利情况 89
- 图表 44 2015年主要营啤酒公司销量情况 90
- 图表 45 2009-2015年啤酒进口数量统计 107
- 图表 46 2009-2015年啤酒进口金额统计 107
- 图表 47 2015年啤酒进口来源地情况 108
- 图表 48 2015年啤酒进口来源地结构分布图 108
- 图表 49 2009-2015年啤酒进口均价情况 109
- 图表 50 2009-2015年啤酒出口数量统计 109
- 图表 51 2009-2015年啤酒出口金额统计 110
- 图表 52 2015年啤酒出口流向地情况 110
- 图表 53 2015年啤酒出口流向地结构分布图 111
- 图表 54 2009-2015年啤酒出口均价情况 111
- 图表 55 2010-2015年北京市啤酒产量统计 112
- 图表 56 2010-2015年北京市啤酒产量增长趋势图 112

- 图表 57 2010-2015年北京市啤酒消费量变化趋势图 113
- 图表 58 北京市啤酒品牌渗透率情况 113
- 图表 59 北京市最经常饮用啤酒品牌比例情况 114
- 图表 60 2010-2015年天津市啤酒产量统计 115
- 图表 61 2010-2015年天津市啤酒产量增长趋势图 115
- 图表 62 2010-2015年天津市啤酒消费量变化趋势图 116
- 图表 63 天津市啤酒品牌渗透率情况 116
- 图表 64 天津市最经常饮用啤酒品牌比例情况 117
- 图表 65 2010-2015年河北省啤酒产量统计 118
- 图表 66 2010-2015年河北省啤酒产量增长趋势图 118
- 图表 67 2010-2015年河北省啤酒消费量变化趋势图 119
- 图表 68 石家庄市啤酒品牌渗透率情况 119
- 图表 69 2010-2015年山西省啤酒产量统计 120
- 图表 70 2010-2015年山西省啤酒产量增长趋势图 120
- 图表 71 2010-2015年山西省啤酒消费量变化趋势图 121
- 图表 72 太原市啤酒品牌渗透率情况 121
- 图表 73 太原市最经常饮用啤酒品牌比例情况 122
- 图表 74 2010-2015年内蒙古啤酒产量统计 123
- 图表 75 2010-2015年内蒙古啤酒产量增长趋势图 123
- 图表 76 2010-2015年内蒙古啤酒消费量变化趋势图 124
- 图表 77 2015年内蒙古啤酒市场主要品牌占有情况占比图 124
- 图表 78 2010-2015年上海市啤酒产量统计 127
- 图表 79 2010-2015年上海市啤酒产量增长趋势图 127
- 图表 80 2010-2015年上海市啤酒消费量变化趋势图 128
- 图表 81 上海市啤酒品牌渗透率情况 128
- 图表 82 上海市最经常饮用啤酒品牌比例情况 129
- 图表 83 2010-2015年浙江省啤酒产量统计 130
- 图表 84 2010-2015年浙江省啤酒产量增长趋势图 130
- 图表 85 2010-2015年浙江省啤酒消费量变化趋势图 131
- 图表 86 杭州市啤酒品牌渗透率情况 131
- 图表 87 杭州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 132
- 图表 88 宁波市啤酒品牌渗透率情况 132
- 图表 89 宁波市最经常饮用啤酒品牌比例情况 133
- 图表 90 温州市啤酒品牌渗透率情况 134
- 图表 91 2010-2015年福建省啤酒产量统计 135

- 图表 92 2010-2015年福建省啤酒产量增长趋势图 135
- 图表 93 2010-2015年福建省啤酒消费量变化趋势图 136
- 图表 94 福州市啤酒品牌渗透率情况 136
- 图表 95 福州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 137
- 图表 96 厦门市总体啤酒品牌渗透率情况 137
- 图表 97 厦门市最经常饮用啤酒品牌比例情况 138
- 图表 98 泉州市啤酒品牌渗透率情况 139
- 图表 99 2010-2015年山东省啤酒产量统计 140
- 图表 100 2010-2015年山东省啤酒产量增长趋势图 140
- 图表 101 2010-2015年山东省啤酒消费量变化趋势图 141
- 图表 102 济南市啤酒品牌渗透率情况 141
- 图表 103 济南市最经常饮用啤酒品牌比例情况 142
- 图表 104 青岛市啤酒品牌渗透率情况 142
- 图表 105 青岛市最经常饮用啤酒品牌比例情况 143
- 图表 106 2010-2015年江苏省啤酒产量统计 144
- 图表 107 2010-2015年江苏省啤酒产量增长趋势图 144
- 图表 108 2010-2015年江苏省啤酒消费量变化趋势图 145
- 图表 109 南京市啤酒品牌渗透率情况 145
- 图表 110 南京市最经常饮用啤酒品牌比例情况 146
- 图表 111 苏州市啤酒品牌渗透率情况 147
- 图表 112 苏州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 147
- 图表 113 徐州市啤酒品牌渗透率情况 148
- 图表 114 2010-2015年安徽省啤酒产量统计 149
- 图表 115 2010-2015年安徽省啤酒产量增长趋势图 149
- 图表 116 2010-2015年安徽省啤酒消费量变化趋势图 150
- 图表 117 合肥市啤酒品牌渗透率情况 150
- 图表 118 合肥市最经常饮用啤酒品牌比例情况 151
- 图表 119 2010-2015年江西省啤酒产量统计 152
- 图表 120 2010-2015年江西省啤酒产量增长趋势图 152
- 图表 121 2010-2015年江西省啤酒消费量变化趋势图 153
- 图表 122 南昌市啤酒品牌渗透率情况 153
- 图表 123 南昌市最经常饮用啤酒品牌比例情况 154
- 图表 124 2010-2015年广东省啤酒产量统计 155
- 图表 125 2010-2015年广东省啤酒产量增长趋势图 155
- 图表 126 2010-2015年广东省啤酒消费量变化趋势图 156

- 图表 127 广州市啤酒品牌渗透率情况 156
- 图表 128 广州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 157
- 图表 129 佛山市啤酒品牌渗透率情况 157
- 图表 130 佛山市最经常饮用啤酒品牌比例情况 158
- 图表 131 江门市啤酒品牌渗透率情况 159
- 图表 132 2010-2015年深圳市啤酒产量统计 160
- 图表 133 2010-2015年深圳市啤酒产量增长趋势图 160
- 图表 134 深圳市啤酒品牌渗透率情况 160
- 图表 135 深圳市最经常饮用啤酒品牌比例情况 161
- 图表 136 2010-2015年广西区啤酒产量统计 163
- 图表 137 2010-2015年广西区啤酒产量增长趋势图 163
- 图表 138 2010-2015年广西区啤酒消费量变化趋势图 164
- 图表 139 南宁市啤酒品牌渗透率情况 164
- 图表 140 南宁市最经常饮用啤酒品牌比例情况 165
- 图表 141 2010-2015年海南省啤酒产量统计 166
- 图表 142 2010-2015年海南省啤酒产量增长趋势图 166
- 图表 143 2010-2015年海南省啤酒消费量变化趋势图 167
- 图表 144 海口市啤酒品牌渗透率情况 167
- 图表 145 海口市最经常饮用啤酒品牌比例情况 168
- 图表 146 2010-2015年河南省啤酒产量统计 169
- 图表 147 2010-2015年河南省啤酒产量增长趋势图 169
- 图表 148 2010-2015年河南省啤酒消费量变化趋势图 170
- 图表 149 郑州市啤酒品牌渗透率情况 170
- 图表 150 郑州市最经常饮用啤酒品牌比例情况 171
- 图表 151 2010-2015年湖南省啤酒产量统计 172
- 图表 152 2010-2015年湖南省啤酒产量增长趋势图 172
- 图表 153 2010-2015年湖南省啤酒消费量变化趋势图 173
- 图表 154 长沙市啤酒品牌渗透率情况 173
- 图表 155 长沙市最经常饮用啤酒品牌比例情况 174
- 图表 156 2010-2015年湖北省啤酒产量统计 175
- 图表 157 2010-2015年湖北省啤酒产量增长趋势图 175
- 图表 158 2010-2015年湖北省啤酒消费量变化趋势图 176
- 图表 159 武汉市总体啤酒品牌渗透率情况 176
- 图表 160 武汉市最经常饮用啤酒品牌比例情况 177
- 图表 161 2010-2015年黑龙江省啤酒产量统计 178

- 图表 162 2010-2015年黑龙江省啤酒产量增长趋势图 178
- 图表 163 2010-2015年黑龙江省啤酒消费量变化趋势图 179
- 图表 164 哈尔滨市啤酒品牌渗透率情况 179
- 图表 165 哈尔滨市最经常饮用啤酒品牌比例情况 180
- 图表 166 2010-2015年辽宁省啤酒产量统计 181
- 图表 167 2010-2015年辽宁省啤酒产量增长趋势图 181
- 图表 168 2010-2015年辽宁省啤酒消费量变化趋势图 182
- 图表 169 沈阳市啤酒品牌渗透率情况 182
- 图表 170 沈阳市最经常饮用啤酒品牌比例情况 183
- 图表 171 大连市啤酒品牌渗透率情况 183
- 图表 172 大连市最经常饮用啤酒品牌比例情况 184
- 图表 173 2010-2015年吉林省啤酒产量统计 185
- 图表 174 2010-2015年吉林省啤酒产量增长趋势图 185
- 图表 175 2010-2015年吉林省啤酒消费量变化趋势图 186
- 图表 176 长春市啤酒品牌渗透率情况 186
- 图表 177 长春市最经常饮用啤酒品牌比例情况 187
- 图表 178 2010-2015年陕西省啤酒产量统计 190
- 图表 179 2010-2015年陕西省啤酒产量增长趋势图 190
- 图表 180 2010-2015年陕西省啤酒消费量变化趋势图 191
- 图表 181 西安市啤酒品牌渗透率情况 191
- 图表 182 西安市最经常饮用啤酒品牌比例情况 192
- 图表 183 2010-2015年甘肃省啤酒产量统计 193
- 图表 184 2010-2015年甘肃省啤酒产量增长趋势图 193
- 图表 185 2010-2015年甘肃省啤酒消费量变化趋势图 194
- 图表 186 2015年甘肃省啤酒市场主要品牌占有情况占比图 194
- 图表 187 2010-2015年云南省啤酒产量统计 195
- 图表 188 2010-2015年云南省啤酒产量增长趋势图 195
- 图表 189 2010-2015年云南省啤酒消费量变化趋势图 196
- 图表 190 昆明市啤酒品牌渗透率情况 196
- 图表 191 昆明市最经常饮用啤酒品牌比例情况 197
- 图表 192 2010-2015年四川省啤酒产量统计 198
- 图表 193 2010-2015年四川省啤酒产量增长趋势图 198
- 图表 194 2010-2015年四川省啤酒消费量变化趋势图 199
- 图表 195 成都市啤酒品牌渗透率情况 199
- 图表 196 成都市最经常饮用啤酒品牌比例情况 200

- 图表 197 2010-2015年重庆市啤酒产量统计 202
- 图表 198 2010-2015年重庆市啤酒产量增长趋势图 203
- 图表 199 2010-2015年重庆市啤酒消费量变化趋势图 203
- 图表 200 重庆市啤酒品牌渗透率情况 204
- 图表 201 重庆市最经常饮用啤酒品牌比例情况 204
- 图表 202 2010-2015年贵州省啤酒产量统计 205
- 图表 203 2010-2015年贵州省啤酒产量增长趋势图 206
- 图表 204 2010-2015年贵州省啤酒消费量变化趋势图 206
- 图表 205 2015年贵州省啤酒市场主要品牌占有情况占比图 207
- 图表 206 消费者啤酒饮用频率 208
- 图表 207 消费者每次饮用或购买啤酒的数量 209
- 图表 208 啤酒消费者通常的消费场所 209
- 图表 209 啤酒消费者通常的消费情景或动机 210
- 图表 210 消费者的啤酒消费金额示意图 210
- 图表 211 2015年消费者对啤酒品牌选择偏好 211
- 图表 212 2015年35城市总体啤酒品牌渗透率情况 211
- 图表 213 消费者对啤酒品牌偏好分析 212
- 图表 214 2012-2015年中国啤酒行业满意度指数统计 214
- 图表 215 2012-2015年中国啤酒行业感知质量指数统计 214
- 图表 216 2013-2015年中国啤酒行业消费信心指数统计 214
- 图表 217 2015年中国啤酒行业消费者忠诚度统计 215
- 图表 218 2015年中国啤酒行业品牌感知质量指数统计 217
- 图表 219 2015年中国消费者消费特征统计 218
- 图表 220 2015年中国啤酒品牌的满意度指数统计 218
- 图表 221 百威大力神杯金瓶铝罐啤酒产品图 219
- 图表 222 百威BREWMASTER RESERVE“大师臻藏”产品图 220
- 图表 223 金龙泉无醇菠萝啤产品图 221
- 图表 224 百威英博主要产能及扩张方向统计 223
- 图表 225 雪花啤酒原浆壹号基本情况 224
- 图表 226 雪花啤酒新品原浆壹号 224
- 图表 227 雪花啤酒销售模式示意图 226
- 图表 228 雪花啤酒主要产能及扩张方向统计 227
- 图表 229 珠江330ml 12°P罐装啤酒产品图 228
- 图表 230 珠江经典1985瓶装啤酒产品图 228
- 图表 231 珠江12度经典1985啤酒价格统计 229

- 图表 232 青岛啤酒“经典1903”简要情况 230
- 图表 233 青岛啤酒“经典1903” 230
- 图表 234 青岛啤酒 球迷典藏版“足球纪念铝瓶”产品情况 231
- 图表 235 青岛啤酒球 迷典藏版“足球纪念铝瓶”产品图 231
- 图表 236 青岛全麦白啤基本情况 232
- 图表 237 青岛全麦白啤产品图 232
- 图表 238 燕京原浆白啤基本情况 233
- 图表 239 燕京原浆白啤产品图 233
- 图表 240 哈尔滨清凉啤酒基本情况 234
- 图表 241 哈尔滨啤酒清凉 234
- 图表 242 嘉士伯精酿拉格啤酒Korev产品图 235
- 图表 243 嘉士伯精酿拉格啤酒Frontier产品图 235
- 图表 244 金星原浆啤酒价格表 236
- 图表 245 金星原浆啤酒产品图 236
- 图表 246 金星新一代易拉罐啤酒 237
- 图表 247 青岛啤酒股份有限公司产品展示 238
- 图表 248 2012-2015年青岛啤酒股份有限公司啤酒销售情况统计 238
- 图表 249 2012-2015年青岛啤酒股份有限公司主品牌青岛啤酒销量统计 239
- 图表 250 2015年青岛啤酒股份有限公司分产品情况表 239
- 图表 251 2012-2015年青岛啤酒股份有限公司收入及利润统计 239
- 图表 252 2015年青岛啤酒股份有限公司分地区情况表 240
- 图表 253 华润创业有限公司雪花啤酒情况表 242
- 图表 254 2012-2015年华润创业有限公司啤酒产销情况 243
- 图表 255 2015年华润创业有限公司啤酒厂房地区分布 243
- 图表 256 2013-2015年华润创业有限公司分产品情况表 244
- 图表 257 2015年华润创业有限公司业务结构情况 244
- 图表 258 2012-2015年华润创业有限公司收入及利润统计 244
- 图表 259 2015年华润创业有限公司分地区情况表 245
- 图表 260 北京燕京啤酒股份有限公司主要产品系列 246
- 图表 261 2012-2015年北京燕京啤酒股份有限公司啤酒业务销售情况统计 247
- 图表 262 2015年北京燕京啤酒股份有限公司分产品情况表 247
- 图表 263 2015年北京燕京啤酒股份有限公司业务结构情况 248
- 图表 264 2012-2015年北京燕京啤酒股份有限公司收入及利润统计 248
- 图表 265 2015年北京燕京啤酒股份有限公司分地区情况表 249
- 图表 266 广州珠江啤酒股份有限公司产品展示 252

图表 267	2015年广州珠江啤酒股份有限公司分产品情况表	252
图表 268	2015年广州珠江啤酒股份有限公司业务结构情况	253
图表 269	2012-2015年广州珠江啤酒股份有限公司收入及利润统计	253
图表 270	2015年广州珠江啤酒股份有限公司分地区情况表	253
图表 271	2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分产品情况表	256
图表 272	2012-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司啤酒产销情况统计	256
图表 273	2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分产品情况表	257
图表 274	2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司业务结构情况	257
图表 275	2012-2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司收入及利润统计	257
图表 276	2015年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分地区情况表	258
图表 277	重庆啤酒股份有限公司啤酒情况表	259
图表 278	2013-2015年重庆啤酒股份有限公司啤酒销量及收入情况表	259
图表 279	2015年重庆啤酒股份有限公司分行业分产品情况表	260
图表 280	2012-2015年重庆啤酒股份有限公司收入及利润统计	260
图表 281	2015年重庆啤酒股份有限公司分地区情况表	260
图表 282	新疆啤酒花股份有限公司啤酒情况表	262
图表 283	2013-2015年新疆啤酒花股份有限公司啤酒收入及毛利率指标情况表	262
图表 284	2015年新疆啤酒花股份有限公司分行业分产品情况表	263
图表 285	2015年新疆啤酒花股份有限公司业务结构情况	263
图表 286	2012-2015年新疆啤酒花股份有限公司收入及利润统计	264
图表 287	2015年新疆啤酒花股份有限公司分地区情况表	264
图表 288	兰州黄河企业股份有限公司啤酒情况表	266
图表 289	2012-2015年兰州黄河企业股份有限公司啤酒产销情况表	266
图表 290	2013-2015年兰州黄河企业股份有限公司啤酒收入及毛利率指标	267
图表 291	2015年兰州黄河企业股份有限公司分产品情况表	267
图表 292	2015年兰州黄河企业股份有限公司业务结构情况	267
图表 293	2012-2015年兰州黄河企业股份有限公司收入及利润统计	268
图表 294	2015年兰州黄河企业股份有限公司分地区情况表	268
图表 295	西藏银河科技发展股份有限公司啤酒产品情况表	269
图表 296	2012-2015年西藏银河科技发展股份有限公司啤酒产销情况表	270
图表 297	2013-2015年西藏银河科技发展股份有限公司啤酒收入及毛利率情况	270
图表 298	2012-2015年西藏银河科技发展股份有限公司收入及利润统计	270
图表 299	2015年西藏银河科技发展股份有限公司分地区情况表	271
图表 300	美国蓝带啤酒产品	272
图表 301	肇庆蓝带啤酒有限公司收入及利润情况	273

- 图表 302 湖北蓝带啤酒有限公司收入及利润情况 273
- 图表 303 美国蓝带啤酒全球销售网络 274
- 图表 304 英博雪津啤酒有限公司产品 276
- 图表 305 英博雪津啤酒有限公司收入及利润情况 276
- 图表 306 英博雪津啤酒有限公司盈利能力指标统计 276
- 图表 307 三得利啤酒（上海）有限公司产品 278
- 图表 308 三得利啤酒（上海）有限公司收入及利润情况 279
- 图表 309 三得利啤酒（上海）有限公司盈利能力指标 280
- 图表 310 哈尔滨啤酒集团基本情况 281
- 图表 311 哈尔滨啤酒集团收入及利润情况 282
- 图表 312 哈尔滨啤酒集团盈利能力指标 282
- 图表 313 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司基本情况 284
- 图表 314 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司产品 284
- 图表 315 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司收入及利润情况 285
- 图表 316 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司盈利能力指标 285
- 图表 317 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司基本情况 286
- 图表 318 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司收入及利润情况 287
- 图表 319 华润雪花啤酒（浙江）股份有限公司盈利能力指标 287
- 图表 320 金星啤酒集团有限公司下属公司 288
- 图表 321 金星啤酒集团有限公司产品统计 289
- 图表 322 金星啤酒集团有限公司收入及利润情况 290
- 图表 323 金星啤酒集团有限公司盈利能力指标 290
- 图表 324 百威（武汉）国际啤酒有限公司基本情况 291
- 图表 325 百威（武汉）国际啤酒有限公司产品 292
- 图表 326 百威（武汉）国际啤酒有限公司收入及利润情况 292
- 图表 327 百威（武汉）国际啤酒有限公司盈利能力指标 293
- 图表 328 南昌亚洲啤酒有限公司基本情况 294
- 图表 329 南昌亚洲啤酒有限公司产品 294
- 图表 330 南昌亚洲啤酒有限公司收入及利润情况 295
- 图表 331 南昌亚洲啤酒有限公司盈利能力指标 295
- 图表 332 2012-2015年中国酒类产品在网和网销售额所占比例 373
- 图表 333 2015年中国啤酒产品在网和网店铺销售情况 373
- 图表 334 中国啤酒企业竞争格局 374
- 图表 335 2010-2015年中国啤酒生产企业市场份额情况 375
- 图表 336 2015年中国啤酒生产企业市场份额占比示意图 375

图表 337 2011-2015年中国啤酒品牌市场占有率情况表 376

图表 338 2015年中国主要啤酒品牌市场占有率示意图 376

图表 339 2015年中国啤酒企业的基地及并购新增市场 377

图表 340 2015年中国啤酒行业主要建设项目统计表 377

图表 341 2010-2015年中国啤酒企业在中西部扩张模式统计 381

图表 342 中国啤酒市场消费趋势 420

图表 343 中国消费结构正在由金字塔型转向纺锤形 423

图表 344 2014-2020年中国啤酒高、中、低端产品的销量、销售额变化 424

图表 345 中国及部分国家生啤占有率示意图 424

图表 346 2016-2022年中国啤酒产量预测趋势图 427

图表 347 2016-2022年中国啤酒零售量预测趋势图 427

图表 348 2016-2022年中国啤酒市场规模预测趋势图 428

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/282734.html>