2013-2017年中国啤酒行业
深度调研及投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2013-2017年中国啤酒行业深度调研及投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201302/05-122100.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

上世纪末以来，中国啤酒行业进入了快速发展通道，行业发展至今，中国的啤酒产量和人均消费量均有大幅度提升。国家统计局资料显示：2011年我国啤酒行业实现销售收入1589.4亿元，比上年同期增长22.9%。中国啤酒行业向集团化、规模化，啤酒企业向现代化、信息化迈进；除产品制造外，品牌和资本越来越显现其重要性；外资对中国啤酒行业的影响已经向纵深发展，表现出积极的作用，使中国啤酒业加快和国际接轨的步伐。

随着消费者消费水平的日益提高，中高档尤其是中档啤酒市场迅速发展起来，但中国大部分啤酒企业90%以上的产品还是低档产品，而且啤酒企业除青岛、燕京等少数几个全国性的啤酒品牌定位已经比较清晰外，其它大多数品牌还处于发展阶段，定位还不是非常清晰。因此啤酒企业需走好品牌发展之路。随着品牌影响力的不断增强，越来越多的企业会更加重视本企业品牌发展，对品牌发展的认识程度和运作水平不断提高，将品牌发展作为企业的一项战略系统工程，深入实施。

中国产业研究报告网发布的《2013-2017年中国啤酒行业深度调研及投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了啤酒行业相关概念及全球啤酒行业发展概况，接着分析了中国啤酒行业发展环境，然后对中国啤酒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国啤酒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国啤酒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 啤酒行业相关概述
第一节 啤酒简介
一、啤酒的定义
二、啤酒的典型特征
三、啤酒的原料
四、啤酒的分类
五、啤酒生产流程

第二节 啤酒工业与排污处理
一、啤酒工业废水污染源探究
二、啤酒工业废水的特征分析
三、啤酒工业废水污染强度分析
四、啤酒工业废水处理法介绍

第二章 全球啤酒行业发展分析
第一节 2011-2012年世界啤酒发展概述
一、世界啤酒产量持续增长
二、世界高度啤酒市场迅速崛起
三、特殊口味和个性化包装成为世界啤酒市场新趋向
第二节 2011-2012年欧洲啤酒行业发展分析
一、欧洲国家啤酒业发展状况
二、近年罗马尼亚啤酒持续旺销
三、法国啤酒市场回温
四、捷克啤酒出口分析
五、2011年英国啤酒市场状况
第三节 2011-2012年亚洲啤酒行业发展概况
一、亚洲啤酒产业增速全球领先
二、韩国啤酒进口量增速迅猛
三、印度啤酒市场发展简况
四、日本啤酒业市场份额占比分析
五、越南啤酒市场发展形势
第四节 2011-2012年美国啤酒行业发展概况
一、美国啤酒业的发展历程
二、美国高度啤酒生产政策进一步放宽
三、美国啤酒新包装使市场生机盎然
第五节 其他国家啤酒行业
一、加拿大啤酒国内市场地位下滑
二、南非啤酒市场发展状况透析
三、巴西啤酒市场发展形势分析

第三章 中国啤酒行业发展分析
第一节 中国啤酒行业发展状况分析
一、新中国啤酒工业发展的四个阶段
二、中国啤酒行业发展概况
三、微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌
第二节 2009-2012年中国啤酒行业发展分析
一、2009年我国啤酒行业发展回顾
二、2010年我国啤酒行业发展状分析
三、2011年我国啤酒行业发展状况分析
四、2012年我国啤酒行业发展状况分析
第三节 2010年-2012年全国啤酒总产量分析
一、2010年啤酒产量分析
二、2011年啤酒产量分析
三、2012年啤酒产量分析
第四节 2011-2012年啤酒行业存在的问题及其对策
一、软实力不足是我国啤酒行业发展存在的主要问题
二、我国啤酒企业增长方式亟待转变
三、增强我国啤酒行业软实力的措施建议
四、我国中小啤酒企业发展策略建议
第五节 2011-2012年中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略
一、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较
二、中国啤酒企业面临的外资冲击
三、中国啤企的国际化道路发展对策

第四章 中国啤酒制造业财务状况
第一节 2009-2011年中国啤酒制造行业总体数据分析
一、2009年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
二、2010年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
三、2011年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
第二节 2009-2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
一、2009年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
二、2010年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
第三节 2009-2011年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
一、2009年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
二、2010年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
三、2011年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2011-2012年中国啤酒市场运营态势
第一节 2011-2012年中国啤酒市场总体概况
一、中国啤酒企业的市场布局
二、我国啤酒淡季市场的变化分析
三、我国啤酒零售市场发展分析
第二节 2011-2012年农村啤酒市场
一、农村啤酒市场特点
二、国内农村啤酒市场潜力巨大
三、我国农村啤酒市场的拓展策略分析
第三节 2011-2012年城市啤酒市场
一、城市啤酒市场特点
二、城市啤酒市场网络构成
三、中国南北城市啤酒市场比较分析
四、城市超市啤酒市场特点及开发策略
五、城市社区啤酒市场开发策略
第四节 2011-2012年啤酒市场消费分析
一、啤酒消费者对产品的认知过程
二、啤酒消费者的消费场所
三、影响啤酒消费者消费选择的因素
四、啤酒消费者的惯性消费
五、我国啤酒行业消费者满意度浅析
第五节 2011-2012年啤酒经销商分析
一、个体啤酒经销商模式
二、公司化啤酒经销商模式
三、国内啤酒经销商面临的主要问题
四、啤酒经销商发展重在创新

五、提高经销商素质的有效途径

第六章 2011年中国啤酒区域市场分析

第一节 华北地区

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华南地区

第五节 西南地区

第七章 2011-2012年中国啤酒品牌发展分析

第一节 2011-2012年我国啤酒品牌的发展概况

一、我国啤酒品牌的发展阶段划分

二、我国啤酒品牌市场的发展分析

三、我国啤酒品牌市场的发展现状

第二节 2011-2012年中国区域啤酒品牌的发展

一、我国区域啤酒品牌发展强势品牌道路的可行性

二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析

三、我国啤酒区域品牌市场的发展对策

第三节 解析啤酒无品牌观念现象

一、无品牌观念产生原因

二、无品牌观念带来的后果

三、树立品牌观念的意义分析

四、树立品牌的要点分析

第四节 2011-2012年中国啤酒品牌发展中的问题

一、我国啤酒品牌市场发展存在的障碍

二、我国高档啤酒品牌市场发展的难题

三、中国啤酒品牌的传播误点

第五节 2011-2012年我国啤酒品牌市场的发展策略及趋势

一、啤酒品牌发展和推广策略

二、做好啤酒品牌的五大策略

三、二、三线啤酒品牌的发展建议

四、我国啤酒品牌的发展趋势

五、我国啤酒品牌市场的发展方向

第八章 2011-2012年中国啤酒行业营销分析
第一节 中国啤酒营销总体概况
一、中国啤酒营销五大模式
二、我国啤酒行业营销的中国特色
三、中国啤酒营销的发展走向
第二节 啤酒夜场营销分析
一、啤酒夜场终端分类
二、啤酒夜场市场特征
三、啤酒夜场营销策略探究
第三节 中国啤酒行业分众营销分析
一、中国啤酒行业分众营销概述
二、中国啤酒突破分众营销的阻力
三、中国啤酒行业分众营销的策略
第四节 中国啤酒品牌广告策略简析
一、中国啤酒品牌实施广告策略的状况
二、中国啤酒品牌广告策略影响因素
三、中国啤酒品牌广告策略途径探索
第五节 中国啤酒文化营销分析
一、运用啤酒文化营销的原因
二、啤酒文化的内涵分析
三、解析啤酒文化与营销的有效结合
第六节 啤酒营销中存在的问题及其策略
一、啤酒营销渠道中存在的问题
二、中国啤酒品牌营销误区分析
三、中国啤酒企业营销误区分析
四、啤酒行业应高效运用深度营销策略
五、我国啤酒行业的区域市场营销策略分析
六、我国啤酒行业淡季市场营销策略分析

第九章 2011-2012年中国啤酒行业竞争分析

第一节 21世纪中国啤酒竞争所面临的三大阶段

一、兼并期

二、消耗期

三、竞合期

第二节 2011-2012年中国啤酒行业竞争现状分析

一、影响中国啤酒行业竞争力的主要因素

二、我国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析

三、啤酒行业步入理性竞争时代

第三节 速度管理提高啤酒企业竞争能力

一、速度管理的定义

二、速度管理在啤酒企业运用的要点

三、啤酒企业的速度管理模式探讨

第四节 2011-2012年啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

一、啤酒市场不正当竞争现象分析

二、惯性竞争思维在啤酒行业竞争中存在的问题

三、啤酒行业实现竞争合作的策略

四、规范啤酒市场竞争的对策探讨

五、啤酒行业竞争思维的转型

六、中小啤酒企业市场竞争策略剖析

第五节 中国啤酒行业竞争趋势

一、啤酒行业竞争发展趋势

二、浅析啤酒企业竞争行为的演化方向

三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势

四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析

五、高档市场将成为我国啤酒企业的主要竞争方向

第十章2011-2012年啤酒关联产业的发展分析

第一节 2011-2012年中国啤酒花行业发展分析

一、我国啤酒花产业发展概况

二、我国啤酒花市场现状分析

三、我国啤酒花行业三大问题有待解决

四、中国啤酒花行业发展策略

第二节 2011-2012年啤酒大麦市场的发展
一、中国啤麦产业发展扫描
二、中国啤酒大麦市场状况分析
三、影响我国啤麦市场发展的主要因素及应对方针
第三节 2011-2012年啤酒相关的机械设备分析
一、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析
二、我国啤酒灌装设备产业发展迅速
三、我国啤酒装备存在的问题
第四节 2011-2012年啤酒包装行业分析
一、成功的包装使啤酒更具吸引力
二、啤酒瓶包装材料市场发展情况
三、新型玻璃啤酒包装方便消费者更显人性化
四、全裹标签成为啤酒外包装的新选择
五、未来啤酒纸箱包装的发展走势分析

第十一章 全球重点企业分析
第一节 SABMILLER
一、公司简介
二、2009财年南非米勒酿酒公司经营状况
三、2010财年南非米勒酿酒公司经营状况
四、2011财年南非米勒酿酒公司经营状况
第一节 百威英博（ANHEUSER-BUSCH
一、公司简介
二、2009年百威英博经营状况
三、2010年百威英博经营状况
四、2011年百威英博经营状况
第一节 喜力啤酒公司（HEINEKEN
一、公司简介
二、2009年喜力公司经营状况
三、2010年喜力公司经营状况
四、2011年喜力公司经营状况

第十二章 2010-2012年中国啤酒行业重点企业分析
第一节 青岛啤酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、2013-2017年公司发展战略分析
第一节 北京燕京啤酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、2013-2017年公司发展战略分析
第一节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、2013-2017年公司发展战略分析
第一节 重庆啤酒股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、2013-2017年公司发展战略分析
第一节 新疆啤酒花股份有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2011-2012年经营状况分析
四、2013-2017年公司发展战略分析

第十三章 2013-2017年啤酒行业投资分析及未来发展预测
第一节 2013-2017年啤酒行业投资分析
一、未来我国啤酒行业投资潜力地区
二、啤酒行业投资潜力品种
三、未来几年高端啤酒市场投资潜力无限

第二节 2013-2017年中国啤酒行业未来发展预测
一、中国啤酒市场未来发展望
二、未来中国啤酒行业发展主要动向
三、中国啤酒工业发展将渐趋低碳化
四、2013-2017年中国啤酒行业预测分析
附录
附录一：酒类流通管理办法
附录二：酒类广告管理办法
附录三：啤酒生产许可证审查细则

通过《2013-2017年中国啤酒行业深度调研及投资前景分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201302/05-122100.html