

2020-2026年中国低端啤酒产业运营现状及发展前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国低端啤酒产业运营现状及发展前景分析报告》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.chyxx.com/research/202002/837040.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

中国啤酒市场消费量（单位：亿升）

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国低端啤酒产业运营现状及发展前景分析报告》共十章。首先介绍了低端啤酒行业市场发展环境、低端啤酒整体运行态势等，接着分析了低端啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了低端啤酒市场竞争格局。随后，报告对低端啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了低端啤酒行业发展趋势与投资预测。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。

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 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分析

四、全球低端啤酒行业发展热点分析

五、2020-2026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SWOT对比

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 低端啤酒行业竞争态势分析

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、行业发展前景预测

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、行业发展前景预测

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、行业发展前景预测

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、行业发展前景预测

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、行业发展前景预测

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、行业发展前景预测

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、行业发展前景

二、E行业发展分析

1、行业现状分析

2、行业发展前景

.....

第九章 2020-2026年中国低端啤酒行业发展预测分析

第一节2020-2026年中国低端啤酒行业产量预测

第二节2020-2026年中国低端啤酒行业需求量预测

第三节2020-2026年中国低端啤酒行业规模预测

第四节 2020-2026年中国产业的前景及趋势

一、中国低端啤酒市场发展前景乐观

二、2020年中国低端啤酒市场消费趋势分析

第五节2020-2026年中国低端啤酒行业发展趋势

一、中国低端啤酒行业的发展前景

二、2020-2026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2020-2026年中国低端啤酒行业“走出去”发展分析

第十章 低端啤酒行业投资前景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（ZY LII）

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 2020-2026年低端啤酒行业投资效益分析

第四节 2020-2026年低端啤酒行业投资前景研究研究

第五节 低端啤酒行业投资前景预警

- 一、2020-2026年低端啤酒行业市场风险预测
- 二、2020-2026年低端啤酒行业政策风险预测
- 三、2020-2026年低端啤酒行业经营风险预测
- 四、2020-2026年低端啤酒行业技术风险预测
- 五、2020-2026年低端啤酒行业竞争风险预测
- 六、2020-2026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（ZY LII）
- 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：2020-2026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：2020-2026年低端啤酒行业市场规模预测

图表：2020-2026年低端啤酒行业产量预测

图表：2020-2026年低端啤酒行业需求量预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202002/837040.html>