

# 2022-2028年中国啤酒制造 产业发展现状与市场调查预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国啤酒制造产业发展现状与市场调查预测报告》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.cction.com/report/202204/283118.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

啤酒制造，指以麦芽（包括特种麦芽）为主要原料，加酒花，经酵母发酵酿制而成，含二氧化碳、起泡、低酒精度（体积分数）2.5%~7.5%的发酵酒产品的生产，以及啤酒专用原料麦芽的生产。

产品利用率：国内啤酒企业运营效率改善空间大。扩张阶段收购了很多低效产能，导致产能利用率偏低，目前在整合阶段。关停落后产能对财务数据有1-2年短期影响，长期提高产能利用率、费效比，从而提升净利润率。重庆啤酒最早开始产能优化，2015年关6家，2016年关3家，2018年再关1家；百威英博2016年关闭浙江舟山工厂、河南新乡亚洲啤酒厂；华润啤酒2018年是关厂高峰，2019年继续进行产能优化；青岛啤酒2018年关厂2家，未来3-5年预计再关厂10家左右。各啤酒厂产能利用率

数据来源：公共资料整理各啤酒单厂产量对比

数据来源：公共资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国啤酒制造产业发展现状与市场调查预测报告》共十三章。首先介绍了啤酒制造行业市场发展环境、啤酒制造整体运行态势等，接着分析了啤酒制造行业市场运行的现状，然后介绍了啤酒制造市场竞争格局。随后，报告对啤酒制造做了重点企业经营状况分析，最后分析了啤酒制造行业发展趋势与投资预测。您若想对啤酒制造产业有个系统的了解或者想投资啤酒制造行业，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：

第一部分啤酒制造行业运行情况

第一章 中国啤酒制造行业企业概况

第一节 企业性质分析

第二节 企业规模分析

第三节 企业区域分布

## 第二章 2015-2019年中国啤酒制造行业生产情况

### 第一节 中国啤酒制造业总产量

### 第二节 中国啤酒制造业区域特征分析

### 第三节 不同规模企业产量

## 第三章 2015-2019年中国啤酒制造行业销售情况

### 第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹

### 第二节 中国啤酒制造业区域特征分析

### 第三节 中国啤酒制造行业中不同规模企业销售额

## 第四章 啤酒进出口情况

### 第一节 啤酒进出口总量

### 第二节 啤酒进出口结构

## 第二部分行业竞争情况分析

## 第五章 上游原料行业议价能力

### 第一节 上游原材料供应量

#### 一、2015-2019年啤酒主要原料产量

#### 二、主要原材料区域分布

#### 三、2015-2019年主要原材料进出口总量

### 第二节 原材料价格

#### 一、近年我国啤酒主要原料产品的价格变动趋势

#### 二、不同地区啤酒主要原料产品价格

### 第三节 原材料供应商议价能力

#### 一、中国啤酒制造行业主要原料产品的供求对比

#### 二、原材料行业与啤酒制造行业的议价能力

## 第六章 下游行业议价能力

### 第一节 啤酒消费总量分析

#### 一、2015-2019年啤酒消费总量

#### 二、重点地区消费量分析

#### 三、啤酒消费结构

## 第二节 啤酒消费影响因素

- 一、价格因素
- 二、渠道因素
- 三、品牌因素
- 四、包装因素
- 五、季节性因素
- 六、产品口味因素

## 第三节 啤酒的主要渠道分析

- 一、便利店
- 二、批发商（经销商）
- 三、酒店
- 四、超市、大卖场
- 五、出口贸易

## 第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）

## 第七章 啤酒市场厂商竞争分析

### 第一节 国内啤酒市场竞争主体

- 一、中小啤酒生产企业
- 二、啤酒生产集团

### 第二节 啤酒企业之间的竞争程度

- 一、行业集中度
- 二、产品差异化程度
- 三、不同竞争主体的盈利对比

2019Q3啤酒企业收入基本持平，利润仍快速释放。2019Q3啤酒企业收入同比基本持平，增速环比普遍放缓，主要系三季度销量下滑抵消了价格提升的贡献。从利润来看，各家企业仍维持了快速释放的趋势。啤酒企业2019Q3收入与利润表现

公司

2019Q3

收入(亿元)

增速

扣非净利润(亿元)

增速

青岛啤酒

83.46

-1.7%

8.53

22.7%

燕京啤酒

39.08

1.3%

1.24

26.6%

重庆啤酒

11.93

2.8%

1.83

14.5%

珠江啤酒

13.79

5.4%

2.1

82.1%

百威英博

-

-0.2%

-

11.4% 数据来源：公共资料整理

#### 四、重点地区啤酒制造业竞争格局

##### 第三节 啤酒企业竞争因素分析

###### 一、原料采购与制造

###### 二、市场营销

###### 三、品牌竞争

##### 第四节 啤酒企业竞争行为总结

## 第八章 啤酒行业潜在进入者威胁

### 第一节 啤酒制造行业进入壁垒

- 一、市场准入机制
- 二、原料竞争状况
- 三、市场竞争状况
- 四、渠道资源问题

### 第二节 新进入者主要群体竞争力

- 一、中小啤酒生产企业
- 二、啤酒生产集团

### 第三节 新进入者将对市场的影响

- 一、供求关系
- 二、竞争激烈程度

## 第九章 啤酒替代产品的发展

### 第一节 啤酒的替代品发展

- 一、葡萄酒
- 二、白酒

### 第二节 替代品发展对啤酒市场的影响

### 第三节 针对替代品影响提出的改进策略

## 第十章 行业内重点品牌分析

### 第一节 青岛

- 一、企业组织结构
- 二、企业业务结构
- 三、企业经营策略
- 四、公司产销情况
- 五、公司财务指标分析

### 第二节 燕京

- 一、企业组织结构
- 二、企业业务结构
- 三、企业经营策略
- 四、公司产销情况

## 五、公司财务指标分析

### 第三节 华润雪花

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

#### 四、公司产销情况

#### 五、公司财务指标分析

### 第四节 珠江

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

#### 四、公司产销情况

#### 五、公司财务指标分析

### 第五节 哈尔滨啤酒

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

#### 四、公司产销情况

#### 五、公司财务指标分析

### 第六节 重庆啤酒

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

#### 四、公司产销情况

#### 五、公司财务指标分析

### 第七节 金威

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

#### 四、公司产销情况

#### 五、公司财务指标分析



## 第四部分 行业发展前景分析

### 第十一章 啤酒制造行业发展外部环境分析

#### 第一节 中国啤酒行业所处的政策环境

- 一、啤酒产业政策
- 二、啤酒贸易政策
- 三、地方壁垒政策

#### 第二节 中国啤酒行业所处的经济环境

- 一、2019年中国经济走势
- 二、居民食品消费支出

### 第十二章 啤酒制造行业发展趋势预测

#### 第一节 啤酒市场预测

- 一、2022-2028年中国啤酒生产规模预测
- 二、2022-2028年中国啤酒销售规模预测
- 三、2022-2028年啤酒贸易情况

#### 第二节 啤酒制造行业发展趋势预测

- 一、啤酒消费需求动向
- 二、啤酒行业生命周期分析
- 三、啤酒制造技术动向
- 四、啤酒品牌发展趋势
- 五、啤酒行业竞争趋势分析

### 第十三章 啤酒企业经营策略及报告总结

#### 第一节 啤酒企业经营策略

- 一、品牌策略
- 二、营销策略
- 三、产品策略

#### 第二节 报告总结

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/283118.html>