

# 2021-2027年中国互联网+ 精酿啤酒行业研究与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国互联网+精酿啤酒行业研究与发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/202104/29-403306.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](mailto: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

2018年中国啤酒表观消费量为(产量+进口-出口)3855.78万千升，2019年预测为3684.91万千升左右。 数据显示，2018年我国啤酒产量为3812.24万千升，同比下降13.4%。截至2019年我国啤酒产量为3765.3万千升，同比下降1.23%。 我国啤酒进口主要以高端啤酒为主，受益于消费升级，国内中高端啤酒进口量大增。数据显示，2013-2018年我国啤酒进口量增长较快，从2013年的18.23万千升，增长到2018年的82.11万千升。截至2019年，我国啤酒进口量为73.20万千升，同比下降10.9%。 从中国啤酒出口量来看，随着国产啤酒全球竞争力的提升，2013年以来，我国啤酒出口量持续增长，2019年中国累计出口啤酒41.76万千升，同比增长8.3%。近年来随着我国居民收入水平的提升和消费升级，啤酒消费结构开始有所改善，同时随着人们健康意识的提高，我国啤酒需求量出现下滑。数据显示，我国啤酒表观需求量从2013年的4976.11万千升下降到2019年的3796.74万千升。

### 2012-2019年中国啤酒进出口情况分析

### 2012-2019年中国啤酒产量及表观消费量情况分析

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国互联网+精酿啤酒行业研究与发展前景预测报告》共八章。首先介绍了中国互联网+精酿啤酒行业市场发展环境、互联网+精酿啤酒整体运行态势等，接着分析了中国互联网+精酿啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+精酿啤酒市场竞争格局。随后，报告对互联网+精酿啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+精酿啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+精酿啤酒产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+精酿啤酒行业，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 电子商务与“互联网+”；第一节 电子商务发展分析一、电子商务基本定义二、电子商务发展阶段三、电子商务基本特征四、电子商务支撑环境五、电子商务基本模式六、电子商务规模分析第二节 “互联网+”的相关概述一、“互联网+”的提出二、“互联网+”的内涵三、“互联网+”的发展四、“互联网+”的评价五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下精酿啤酒行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析一、网民基本情况分析（一）总体网民规模分析（二）分省网民规模分析（三）手机网民规模分析（四）网民属性结构分析二、网民互联网应用状况（一）信息获取情况分析（二）商务交易发展情况（三）交流沟通现状分析（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下精酿啤酒行业的机会与挑战一、互联网时代行业大环境的变化二、互联网直击传统行业消费痛点三、互联网助力企业开拓市场四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网精酿啤酒行业的改造与重构一、互联网重构行业的供应链格局二、

互联网改变生产厂商营销模式三、互联网导致行业利益重新分配四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节 精酿啤酒与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析二、电子商务消费环境趋势分析三、互联网技术对行业支撑作用四、电商黄金发展期机遇分析

### 第三章 精酿啤酒所属行业发展现状分析

#### 第一节 精酿啤酒行业发展现状分析

一、精酿啤酒行业产业政策分析二、精酿啤酒行业发展现状分析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。2012-2019年中国精酿啤酒消费量及占啤酒消费比重(万千升)三、精酿啤酒行业主要企业分析四、精酿啤酒行业市场规模分析

#### 第二节 精酿啤酒行业市场前景分析

一、精酿啤酒行业发展机遇分析二、精酿啤酒行业市场规模预测三、精酿啤酒行业发展前景分析

### 第四章 精酿啤酒所属行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 精酿啤酒电商市场规模与渗透率

一、精酿啤酒电商总体开展情况二、精酿啤酒电商交易规模分析三、精酿啤酒电商渠道渗透率分析

#### 第二节 精酿啤酒电商行业盈利能力分析

一、精酿啤酒电子商务发展有利因素二、精酿啤酒电子商务发展制约因素三、精酿啤酒电商行业经营成本分析四、精酿啤酒电商行业盈利模式分析五、精酿啤酒电商行业盈利水平分析

#### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

一、精酿啤酒电商行业市场空间测算二、精酿啤酒电商市场规模预测分析三、精酿啤酒电商发展趋势预测分析

### 第五章 精酿啤酒企业互联网战略体系构建及平台选择

#### 第一节 精酿啤酒企业转型电商构建分析

一、精酿啤酒电子商务关键环节分析(一)产品采购与组织(二)电商网站建设(三)网站品牌建设及营销(四)服务及物流配送体系(五)网站增值服务二、精酿啤酒企业电子商务网站构建(一)网站域名申请(二)网站运行模式(三)网站开发规划(四)网站需求规划

#### 第二节 精酿啤酒企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式二、电商B2C发展模式三、电商C2C发展模式四、电商O2O发展模式

#### 第三节 精酿啤酒企业转型电商平台选择分析

一、精酿啤酒企业电商建设模式二、自建商城网店平台(一)自建商城概况分析(二)自建商城优势分析三、借助第三方网购平台(一)电商平台的优劣势(二)电商平台盈利模式四、电商服务外包模式分析(一)电商服务外包的优势(二)电商服务外包可行性(三)电商服务外包前景五、精酿啤酒企业电商平台选择策略

### 第六章 精酿啤酒行业电子商务运营模式分析

#### 第一节 精酿啤酒电子商务B2B模式分析

一、精酿啤酒电子商务B2B市场概况二、精酿啤酒电子商务B2B盈利模式三、精酿啤酒电子商务B2B运营模式四、精酿啤酒电子商务B2B的供应链

#### 第二节 精酿啤酒电子商务B2C模式分析

一、精酿啤酒电子商务B2C市场概况二、精酿啤酒电子商务B2C市场规模三、精酿啤酒电子商务B2C盈利模式四、精酿啤酒电子商务B2C物流模式五、精酿啤酒电商B2C物流模式选择

#### 第三节 精酿啤酒电子商务C2C模式分析

一、精酿啤酒电子商务C2C市场概况二、精酿啤酒电子商务C2C盈

利模式三、精酿啤酒电子商务C2C信用体系四、精酿啤酒电子商务C2C物流特征五、重点C2C  
电商企业发展分析第四节 精酿啤酒电子商务O2O模式分析一、精酿啤酒电子商务O2O市场概  
况二、精酿啤酒电子商务O2O优势分析三、精酿啤酒电子商务O2O营销模式四、精酿啤酒电  
子商务O2O潜在风险 第七章 精酿啤酒主流网站平台比较及企业入驻选择第一节 网站A一、网  
站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析五、网  
站发展策略分析第二节 网站B一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人  
数分析四、网站访问次数分析五、网站发展策略分析第三节 网站C一、网站发展基本概述二  
、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析五、网站发展策略分析第  
四节 网站D一、网站发展基本概述二、网站用户特征分析三、网站覆盖人数分析四、网站访  
问次数分析五、网站发展策略分析第五节 网站E一、网站发展基本概述二、网站用户特征分  
析三、网站覆盖人数分析四、网站访问次数分析五、网站发展策略分析 第八章 精酿啤酒企业  
进入互联网领域投资策略分析（）第一节 精酿啤酒企业电子商务市场投资要素一、企业自身  
发展阶段的认知分析二、企业开展电子商务目标的确定三、企业电子商务发展的认知确定四  
、企业转型电子商务的困境分析第二节 精酿啤酒企业转型电商物流投资分析一、精酿啤酒企  
业电商自建物流分析（一）电商自建物流的优势分析（）（二）电商自建物流的负面影响二  
、精酿啤酒企业电商外包物流分析第三节 精酿啤酒企业电商市场策略分析 图表目录（部分）  
图表 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用  
率图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率图表 2015-2019年我国网络零售市场交  
易规模图表 2015-2020年我国移动网民规模及增长速度图表 移动端网购增长仍处爆发阶段图表  
移动端网购占比大幅提升图表 传统精酿啤酒消费存在的“痛点”图表 精酿啤酒电  
子商务重构供应链流程图 中国电商相关政策汇总图表 2015-2019年精酿啤酒电商交易规模趋  
势图图表 2015-2019年精酿啤酒电商市场渗透率趋势图图表 2021-2027年精酿啤酒电商交易规模  
预测趋势图图表 2021-2027年精酿啤酒电商市场渗透率预测趋势图更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202104/29-403306.html>