

2022-2028年中国精酿啤酒 行业深度研究与投资前景报告

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

《2022-2028年中国精酿啤酒行业深度研究与投资前景报告》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/R0701/202207/06-492102.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

精酿啤酒是相较工业化大众啤酒而言，产量较小，并采用传统加工工艺生产的，有独特风味的小众啤酒。大型工业化啤酒厂的经营目的是以低成本尽可能获得更多利润和市场占有率，导致工业啤酒品种单一，同质化严重。未小型啤酒厂利用精酿啤酒设备酿造多种类的手工精酿啤酒提供了市场机遇。从行业发展来看，我国精酿啤酒产业发展相对较晚，在2006年前后才开始逐步兴起，到2012年前后，我国精酿啤酒行业开始显现出高速发展的势头，我国一二线城市已先于工业啤酒巨头，涌现出一批地方性的精酿啤酒品牌，国内北上广深以及南京、武汉等地区出现了许多精酿啤酒店，这些店铺往往是前厂后店，小规模生产。较为知名的有北京的熊猫、京A、悠航、大跃和牛啤堂等；上海的Tap House 扎啤工坊、Boxing Cat 拳击猫、Dr.Beer、Shanghai Brewery、莱宝等；其中，熊猫精酿、莱宝和高大师等的产品已经出现在精品超市、便利店和餐厅等渠道。此外，国际啤酒巨头已领先瞄准精酿啤酒市场。百威英博于2015年成立“ZX Venture”，专门在全球范围内为百威英博搜罗并投资或者购买小众的精酿啤酒品牌，在中国上海也设有办公点。我国精酿啤酒市场开始高速发展。

啤酒企业布局精酿啤酒市场 产业研究报告网发布的《2022-2028年中国精酿啤酒行业深度研究与投资前景报告》共十三章。首先介绍了中国精酿啤酒行业市场发展环境、精酿啤酒整体运行态势等，接着分析了中国精酿啤酒行业市场运行的现状，然后介绍了精酿啤酒市场竞争格局。随后，报告对精酿啤酒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国精酿啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对精酿啤酒产业有个系统的了解或者想投资中国精酿啤酒行业，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 精酿啤酒行业发展概述第一节 精酿啤酒的概念一、精酿啤酒的界定二、精酿啤酒的特点第二节 精酿啤酒行业发展成熟度一、精酿啤酒行业发展周期分析二、精酿啤酒行业中外市场成熟度对比第三节 精酿啤酒行业产业链分析一、精酿啤酒行业上游原料供应市场分析二、精酿啤酒行业下游产品需求市场状况

第二章 2022-2028年中国精酿啤酒行业运行环境分析

第一节 2022-2028年中国宏观经济环境分析

第二节 2022-2028年中国精酿啤酒行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

- 1、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度
- 2、采取组合调控措施，确保物价水平稳定

二、精酿啤酒行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2022-2028年中国精酿啤酒行业发展社会环境分析

第三章 2022-2028年中国精酿啤酒所属行业市场发展分析

第一节 精酿啤酒行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 精酿啤酒行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国精酿啤酒行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

近几年随着我国居民收入的上升，我国精酿啤酒的消费量，市场规模都保持相对稳定且高速增长，预计未来仍将持续壮大。 2018年我国精酿啤酒消费总量为60.2万千升，我国精酿啤酒市场规模从2013年的20.54亿元增长至2018年的142.82亿元。2016-2018年我国精酿啤酒市场需求总量及规模情况三、品牌市场消费结构

第四节 精酿啤酒行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2022-2028年精酿啤酒行业市场发展趋势

第四章 中国精酿啤酒所属行业供给情况分析

第一节 2022-2028年中国精酿啤酒行业市场供给分析

一、精酿啤酒整体供给情况分析

二、精酿啤酒重点区域供给分析

第二节 精酿啤酒行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2022-2028年中国精酿啤酒行业市场供给趋势

- 一、精酿啤酒整体供给情况趋势分析
- 二、精酿啤酒重点区域供给趋势分析
- 三、影响未来精酿啤酒供给的因素分析

第五章 精酿啤酒所属行业产品价格分析

第一节 中国精酿啤酒行业产品历年价格回顾

第二节 中国精酿啤酒行业产品当前市场价格

- 一、产品当前价格分析
- 二、产品未来价格预测

第三节 中国精酿啤酒行业产品价格影响因素分析

- 一、全球经济形式及影响
- 二、人民币汇率变化影响
- 三、其它

第六章 精酿啤酒主要上下游产品分析

第一节 精酿啤酒上下游分析

- 一、与行业上下游之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 精酿啤酒行业产业链分析

- 一、行业上游影响及风险分析
- 二、行业下游分析及提示
- 三、关联行业分析及提示

第七章 2020年中国精酿啤酒行业渠道分析及策略

第一节 精酿啤酒行业渠道分析

- 一、渠道形式及对比
- 二、各类渠道对精酿啤酒行业的影响
- 三、主要精酿啤酒企业渠道策略研究
- 四、各区域主要代理商情况

第二节 精酿啤酒行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 精酿啤酒行业营销策略分析

一、中国精酿啤酒营销概况

二、精酿啤酒营销策略探讨

三、精酿啤酒营销发展趋势

第八章 2022-2028年中国精酿啤酒行业主要指标监测分析

第一节 2022-2028年中国精酿啤酒产业工业总产值分析

一、2022-2028年中国精酿啤酒产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2022-2028年中国精酿啤酒产业主营业务收入分析

一、2022-2028年中国精酿啤酒产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2022-2028年中国精酿啤酒产业产品成本费用分析

一、2022-2028年中国精酿啤酒产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2022-2028年中国精酿啤酒产业利润总额分析

一、2022-2028年中国精酿啤酒产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2022-2028年中国精酿啤酒产业资产负债分析

一、2022-2028年中国精酿啤酒产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2022-2028年中国精酿啤酒行业财务指标分析

一、所属行业盈利能力分析

- 二、所属行业偿债能力分析
- 三、所属行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第九章 精酿啤酒行业竞争分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节 2022-2028年精酿啤酒行业竞争分析

- 一、2022-2028年国内外精酿啤酒竞争分析
- 二、2022-2028年我国精酿啤酒市场竞争分析
- 三、2022-2028年国内主要精酿啤酒企业动向

第十章 精酿啤酒企业竞争策略分析

第一节 精酿啤酒市场竞争策略分析

- 一、2020年精酿啤酒市场增长潜力分析
- 二、2020年精酿啤酒主要潜力品种分析
- 三、现有精酿啤酒产品竞争策略分析
- 四、潜力精酿啤酒品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 精酿啤酒企业竞争策略分析

第三节 精酿啤酒行业产品定位及市场推广策略分析

一、精酿啤酒行业产品市场定位

二、精酿啤酒行业广告推广策略

三、精酿啤酒行业产品促销策略

四、精酿啤酒行业招商加盟策略

五、精酿啤酒行业网络推广策略

第十一章 精酿啤酒企业竞争分析

第一节 Boston Beer Company

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 AB InBev

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 SAB Miller

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 Yuengling

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 Sierra Nevada

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 Gambrinus

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十二章 精酿啤酒行业投资战略研究（ ）

第一节 精酿啤酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国精酿啤酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、精酿啤酒实施品牌战略的意义

三、精酿啤酒企业品牌的现状分析

四、我国精酿啤酒企业的品牌战略

五、精酿啤酒品牌战略管理的策略

第三节 精酿啤酒行业投资战略研究（ ）

图表目录

图表：精酿啤酒行业生命周期图

图表：精酿啤酒产品国内、国际市场成熟度对比

图表：精酿啤酒产品行业主要竞争因素分析

图表：2022-2028年精酿啤酒产品消费量变化图

图表：2022-2028年精酿啤酒企业品牌集中度分析

图表：2022-2028年精酿啤酒产品产能分析

图表：2022-2028年中国精酿啤酒产业工业总产值分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同规模企业工业总产值分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同所有制企业工业总产值比较

图表：2022-2028年中国精酿啤酒产业主营业务收入分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同规模企业主营业务收入分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同所有制企业主营业务收入比较

图表：2022-2028年中国精酿啤酒产业销售成本分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同规模企业销售成本比较分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同所有制企业销售成本比较分析

图表：2022-2028年中国精酿啤酒产业利润总额分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同规模企业利润总额比较分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同所有制企业利润总额比较分析

图表：2022-2028年中国精酿啤酒产业资产负债分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同规模企业资产比较分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同规模企业负债比较分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同所有制企业资产比较分析

图表：2022-2028年精酿啤酒不同所有制企业负债比较分析

图表：2022-2028年我国精酿啤酒行业销售利润率

图表：2020年我国精酿啤酒行业偿债能力情况

图表：2020年我国精酿啤酒行业营运能力情况

图表：2022-2028年我国精酿啤酒行业资产增长率

图表：2022-2028年我国精酿啤酒行业利润增长率

图表：精酿啤酒行业“波特五力”分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/202207/06-492102.html>