

2018-2023年中国啤酒市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国啤酒市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/N519845MUL.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-01-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国啤酒市场监测及投资前景研究报告》介绍了啤酒行业相关概述、中国啤酒产业运行环境、分析了中国啤酒行业的现状、中国啤酒行业竞争格局、对中国啤酒行业做了重点企业经营状况分析及中国啤酒产业发展前景与投资预测。您若想对啤酒产业有个系统的了解或者想投资啤酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2016年，我国啤酒产量为4506.4万千升，同比下降4.44%。2017年1-8月，我国啤酒产量为3297.6万千升，同比增长0.50%。2016年，我国啤酒销量为4535.0万千升，同比下降3.50%。2016年，我国啤酒制造行业累计实现销售收入1916.99亿元，同比增长1.05%，行业共计实现利润总额150.70亿元，同比增长4.72%。

未来啤酒主要有两大趋势：一是，啤酒消费结构将由中低端转向中高端，高品质产品渐成主流消费产品。近年来，我国啤酒市场正经历由金字塔式转向纺锤形的消费结构，中高端产品成为主流消费产品，而主要可以归结为两点：1、人均收入水平的提高；2、消费主体的改变，80后、90后成为消费主体，消费能力增强。二是，生啤占比较低，将成为消费结构升级主要爆发点。纯生啤酒相对普通啤酒来说口感更纯正，味道更新鲜，品质更高。过去受技术、物流限制以及生啤消费端需求不旺的影响，纯生啤酒占比较低。

未来几年，我国啤酒产量将缓慢增长，预测2022年我国啤酒产量将达到528亿升，零售量将达到524亿升。随着啤酒行业产品往中高端方向发展，这就意味着未来啤酒行业吨价将会提高，预计到2022年，中国啤酒制造行业销售收入将达到2146亿元。

啤酒是人类最古老的酒精饮料，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。啤酒于二十世纪初传入中国，属外来酒种。啤酒是根据英语Beer译成中文“啤”，称其为“啤酒”，沿用至今。啤酒以大麦芽、酒花、水为主要原料，经酵母发酵作用酿制而成的富含二氧化碳的低酒精度酒。

啤酒以大麦芽、酒花、水为主要原料，经酵母发酵作用酿制而成的富含二氧化碳的低酒精度酒，被称为“液体面包”，是一种低浓度酒精饮料。啤酒乙醇含量最少、故喝啤酒不但不易醉人伤身、少量饮用反而对身体健康有益处。现在国际上的啤酒大部分均添加辅助原料。

据博思数据发布的《2018-2023年中国啤酒市场监测及投资前景研究报告》表明：2018年上

半年我国啤酒产量达2064.2万吨，累计增长1.2%。 指标 2018年6月 2018年5月 2018年4月
 2018年3月 2018年2月 啤酒产量_当期值(万千升) 446.2 397.1 336.2 336.2 啤酒产量_
 累计值(万千升) 2064.2 1620.3 1228.4 903.9 567.7 啤酒产量_同比增长(%) -2.3 1.5 6.1
 2.5 啤酒产量_累计增长(%) 1.2 2.3 2.4 1.3 0.7

报告目录

第一章 世界啤酒行业发展分析14

第一节 世界啤酒发展概述14

一、世界啤酒行业发展情况分析14

二、世界啤酒行业并购情况分析14

三、世界啤酒市场消费情况分析15

第二节 欧洲啤酒行业发展分析16

一、奥地利啤酒市场发展概况16

二、俄罗斯啤酒产品销售情况16

三、比利时啤酒市场发展分析16

四、匈牙利啤酒市场消费情况17

五、德国的啤酒行业发展情况17

六、英国啤酒市场的消费情况18

第三节 亚洲啤酒行业发展概况19

一、越南啤酒市场增长潜力大19

二、韩国啤酒的进口状况分析19

三、日本啤酒销售量再创新低20

四、泰国啤酒业增长态势分析20

第四节 美国啤酒行业发展概况21

一、美国啤酒业发展历程介绍21

二、美国啤酒公司数量创新高22

三、美国酒类消费者偏好调查22

四、美国啤酒市场状况分析23

五、美国精酿啤酒发展趋势24

第五节 其他国家啤酒行业发展概况26

一、加拿大啤酒市场发展分析26

二、新西兰精酿啤酒的生产日渐升温26

三、非洲国家啤酒市场趋势预测良好27

四、尼日利亚啤酒业的趋势预测看好27

第六节 世界啤酒业新品推出情况28

一、喜力啤酒新品发布28

二、丹麦研发能激发创意啤酒29

三、台湾啤酒推出蜂蜜啤酒热销29

四、朝日啤酒推出新产品“The Dream”;29

第二章 2012-2016年中国啤酒行业发展情况分析30

第一节 2014-2016年中国啤酒行业发展情况分析30

一、中国啤酒行业发展现状分析30

二、2014年中国啤酒制造行业发展概况30

三、2015年中国啤酒制造行业发展概况31

四、2016年中国啤酒制造行业发展概况33

第二节 2012-2016年中国啤酒制造行业规模分析34

一、企业数量增长分析34

二、资产规模增长分析34

三、销售规模增长分析35

四、利润规模增长分析36

第三节 2012-2016年中国啤酒行业经营效益分析37

一、偿债能力分析37

二、盈利能力分析38

三、毛利率的分析39

四、运营能力分析39

第四节 2012-2016年中国啤酒市场供需分析41

一、中国啤酒产量地区分析41

二、中国啤酒零售量分析42

三、中国啤酒零售额分析43

四、中国啤酒人均消费量43

第五节 2012-2016年中国易拉罐（听装啤酒）市场调研44

一、易拉罐啤酒发展概述44

二、易拉罐啤酒产能分析45

三、易拉罐啤酒产量分析45

第六节 2012-2016年啤酒行业相关技术发展情况分析46

一、燕京新技术提升啤酒风味质量46

二、青岛啤酒新技术工艺复原百年精酿47

三、燕京加大互联网领域投入47

第七节 2012-2016年啤酒包装发展现状与趋势48

一、世界啤酒包装创新发展48

（一）日本麒麟推出最轻啤酒包装48

（二）百威啤酒20万罐包装完全不同49

（三）神秘Oculto啤酒在外包装上制造惊喜49

（四）便于携带的啤酒包装51

二、啤酒包装细分市场调研51

（一）玻璃瓶51

（二）易拉罐装啤酒52

（三）PET啤酒瓶52

三、啤酒包装机行业科技走势52

四、PET包装啤酒瓶发展现状53

五、啤酒包装发展趋势分析54

六、啤酒瓶包装市场制胜策略55

第三章 中国啤酒行业发展分析58

第一节 中国啤酒行业发展状况分析58

一、中国啤酒工业发展阶段分析58

二、中国啤酒行业发展情况概述59

第二节 2012-2017年中国啤酒供给分析59

一、2012-2017年中国啤酒产量分析59

二、2012-2016年中国啤酒销量分析60

三、2017年中国啤酒月度产量情况60

第三节 中国精酿啤酒发展状况分析61

一、精酿啤酒相关概述61

二、中国精酿啤酒发展现状61

三、中国精酿啤酒市场规模62

四、精酿啤酒市场竞争概况62

五、精酿啤酒企业发展分析63

六、中国精酿啤酒规模预测63

第四节 互联网+啤酒运营情况分析63

一、互联网+啤酒发展概况63

二、互联网+啤酒运营模式64

三、啤酒电商总体开展情况64

四、啤酒电商交易规模分析65

五、啤酒电商渠道渗透率分析65

六、互联网+啤酒趋势预测分析65

第四章 中国啤酒市场发展分析67

第一节 中国啤酒市场总体概况67

一、中国啤酒企业的市场布局分析67

二、中国啤酒淡季市场的变化分析68

三、中国啤酒零售市场发展分析69

第二节 城市啤酒市场69

一、城市啤酒市场的特点分析69

二、城市啤酒市场网络的构成70

三、中国南北城市啤酒市场竞争情况70

四、啤酒企业开拓城市市场策略分析71

第三节 农村啤酒市场74

一、农村啤酒市场调研74

二、农村啤酒市场的销售特点75

三、啤酒企业开拓农村啤酒市场策略76

四、中西部和农村啤酒市场为增长主力78

第四节 中高档啤酒市场79

一、中高档啤酒发展情况分析79

二、开发中高档啤酒的市场机遇分析79

三、中高档啤酒市场竞争日趋激烈79

四、中高档啤酒终端市场秩序混乱80

五、开发中国高端啤酒市场策略分析80

第五节 啤酒经销商分析80

一、啤酒经销商经营模式分析80

二、公司化啤酒经销商模式82

三、经销商面临的主要问题82

四、啤酒经销商发展重在创新83

五、建立公司化经营模式的方法83

第六节 中国啤酒行业的利润分析85

一、中国啤酒行业利润变化分析85

二、二三线啤酒企业利润变化分析86

三、提升啤酒企业利润的投资策略86

第五章 2010-2016年中国啤酒区域市场调研89

第一节 中南地区89

一、湖北啤酒市场89

二、湖南啤酒市场90

三、广东啤酒市场91

四、广西啤酒市场91

五、海南啤酒市场92

第二节 西南地区93

一、四川啤酒市场93

二、云南啤酒市场94

三、重庆啤酒市场95

四、贵州啤酒市场96

第六章 中国啤酒品牌发展分析98

第一节 中国啤酒品牌的发展概况98

一、中国啤酒企业市场份额分析98

二、中国啤酒品牌市场份额分析98

第二节 中国区域啤酒品牌的发展99

一、中国区域性啤酒品牌发展情况分析99

二、中国区域啤酒品牌市场的发展对策100

第三节 解析啤酒无品牌观念现象103

- 一、无品牌观念产生的根源103
- 二、无品牌观念产生的后果104
- 三、树立品牌观念的必然性105
- 四、树立品牌的要点分析107

第四节 国内啤酒品牌传播问题及对策分析108

- 一、中国啤酒品牌传播现状108
- 二、啤酒品牌传播存在问题110
- 三、啤酒品牌传播对策分析111

第五节 中国啤酒行业品牌整合战略分析115

- 一、中国啤酒品牌传播现状115
- 二、啤酒品牌传播存在问题117
- 三、啤酒品牌传播对策分析118

第六节 中国啤酒行业品牌整合战略分析122

- 一、中国啤酒行业的品牌整合模式122
- 二、啤酒品牌整合模式优劣势分析122
- 三、啤酒品牌整合模式的理想路径125
- 四、制定品牌战略的考虑因素分析126

第七章 中国啤酒行业营销分析128

第一节 中国啤酒业的营销发展及趋势分析128

- 一、啤酒业市场营销现状128
- 二、啤酒业的五种营销模式129
- 三、啤酒业中的“中国特色”130
- 四、啤酒业营销创新策略131
- 五、中国啤酒行业营销模式发展趋势135
- 六、啤酒营销转型的“策略推进”136

第二节 中国啤酒品牌营销策略研究139

- 一、中国啤酒品牌营销的现状140
- 二、中国啤酒品牌营销策略分析141
- 三、构建区域强势啤酒品牌的实效策略142
- 四、探寻中高档啤酒的蓝海策略147
- 五、涨价或是啤酒品牌升级有效策略148

第三节 中国啤酒品牌广告策略研究148

一、中国啤酒企业广告投放存在的问题148

二、中国啤酒品牌广告策略的限制因素149

三、啤酒品牌广告策略之路径151

四、如何缩小国啤与洋啤广告水平差距154

五、中国啤酒广告发展趋势155

第四节 啤酒旺季营销策略分析156

一、旺季动销的三大助推器156

二、啤酒旺季营销的八大短板159

三、啤酒旺季营销策略162

四、啤酒旺季促销的有效策略167

五、中小啤酒企业淡季销售的误区与策略171

第五节 啤酒夜场营销策略分析175

一、啤酒夜场市场特点175

二、啤酒夜场终端的分类176

三、国产啤酒在夜场中的现状177

四、啤酒夜场终端营销策略179

第六节 中国啤酒营销网络策略分析184

一、啤酒市场营销网络存在的问题184

二、提高现有营销网络效率的有效方法186

三、啤酒营销网络模式的创新与发展187

第七节 中国啤酒营销案例分析189

一、华润啤酒营销整合策略189

二、青岛啤酒--欢乐营销193

三、燕京啤酒--互联网营销195

四、雪花啤酒--活动营销196

五、哈啤的世界杯品牌营销198

第八章 中国啤酒市场竞争状况分析201

第一节 中国啤酒行业竞争格局分析201

一、啤酒业各整合阶段竞争状况201

二、啤酒企业线下渠道分析203

三、啤酒企业互联网+分析204

四、啤酒行业竞争格局分析204

第二节 中国高端啤酒市场竞争分析205

一、高端啤酒外资品牌占七成205

二、从抢份额到抢利润205

三、高端不能仅是价格高206

第三节 啤酒行业未来竞争趋势分析207

一、啤酒市场未来竞争格局207

二、沿海地区产品消费升级208

三、啤酒市场争夺将加剧208

第九章 国内啤酒主要品牌及企业发展分析210

第一节 主要啤酒品牌分析210

一、百威啤酒210

（一）新上市产品210

（二）最新动态210

（三）销售策略211

（四）市场动作211

二、雪花啤酒212

（一）新上市产品212

（二）最新动态213

（三）销售策略214

（四）市场动作214

三、珠江啤酒215

（一）新上市产品215

（二）品牌建设情况215

四、青岛啤酒215

五、燕京啤酒215

六、哈尔滨啤酒216

七、嘉士伯啤酒217

八、金星啤酒218

第二节 青岛啤酒股份有限公司219

一、企业发展基本情况219

二、企业主要产品分析220

三、企业啤酒销售分析220

四、企业经营情况分析221

五、企业销售网络分析221

六、企业竞争优势分析222

七、企业投资前景分析223

第三节 华润啤酒（控股）有限公司223

一、企业发展基本情况223

二、企业主要产品分析224

三、企业啤酒产销分析225

四、企业经营情况分析225

五、企业竞争优势分析225

六、企业投资前景分析226

第四节 北京燕京啤酒股份有限公司227

一、企业发展基本情况227

二、企业主要产品分析227

三、企业啤酒销售分析227

四、企业经营情况分析228

五、企业销售网络分析228

六、企业竞争优势分析229

七、企业投资前景分析230

第五节 广州珠江啤酒股份有限公司231

一、企业发展基本情况231

二、企业主要产品分析231

三、企业啤酒销售分析231

四、企业经营情况分析232

五、企业销售网络分析233

六、企业竞争优势分析233

第六节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司234

一、企业发展基本情况234

二、企业主要产品分析235

三、企业啤酒销售分析235

四、企业经营情况分析235

五、企业销售网络分析236

六、企业竞争优势分析237

第七节 重庆啤酒股份有限公司237

一、企业发展基本情况237

二、企业主要产品分析238

三、企业啤酒销量分析238

四、企业经营情况分析238

五、企业销售网络分析239

六、企业竞争优势分析239

七、企业投资前景分析240

第八节 肇庆蓝带啤酒有限公司240

一、企业发展基本情况240

二、企业主要产品分析240

三、企业经营情况分析241

四、企业销售网络分析241

五、企业竞争优势分析241

第九节 百威英博雪津啤酒有限公司242

一、企业发展基本情况242

二、企业主要产品分析243

三、企业经营情况分析243

四、企业销售网络分析244

五、企业竞争优势分析244

第十节 三得利啤酒（上海）有限公司245

一、企业发展基本情况245

二、企业主要产品分析245

三、企业经营情况分析246

四、企业竞争优势分析246

第十一节 哈尔滨啤酒集团有限公司246

一、企业发展基本情况246

二、企业主要产品分析247

三、企业销售网络分析247

四、企业竞争优势分析248

第十二节 燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司248

一、企业发展基本情况248

二、企业主要产品分析249

三、企业经营情况分析249

四、企业竞争优势分析250

第十三节 金星啤酒集团有限公司251

一、企业发展基本情况251

二、企业主要产品分析251

三、企业经营情况分析252

四、企业销售网络分析252

五、企业竞争优势分析252

第十四节 百威（武汉）国际啤酒有限公司253

一、企业发展基本情况253

二、企业主要产品分析253

三、企业经营情况分析254

四、企业竞争优势分析254

第十章 2018-2024年中国啤酒行业发展环境与趋势分析255

第一节 2018-2024年中国啤酒行业发展环境分析255

第二节 2018-2024年中国啤酒产业发展趋势分析255

一、中国啤酒市场消费趋势分析255

二、啤酒市场多元化发展趋势分析256

三、个性化、低浓度啤酒提升女性消费占比257

四、行业整合及消费升级促进高端啤酒占比258

五、生啤及产品灌装化是产品升级的主要方向259

第三节 2018-2024年中国啤酒市场规模预测分析260

一、2018-2024年中国啤酒产量预测260

二、2018-2024年中国啤酒零售量预测260

三、2018-2024年啤酒行业销售收入预测261

第四节 2018-2024年中国啤酒产业投资前景分析261

一、市场竞争风险	261
二、市场运营风险	261
三、企业经营风险	262
四、产品质量风险	262
五、环保风险分析	262
第五节 2018-2024年中国啤酒行业投资前景研究及建议	263

第十一章 2018-2024年中国啤酒行业投资前景分析264

第一节 中国啤酒品牌的蓝海战略264

一、中国啤酒品牌的“蓝海”	264
二、中国目前啤酒品牌态势	265
三、中国啤酒品牌“蓝海”之路堪忧	266
四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议	267

第二节 中国啤酒行业品牌突围策略269

一、品牌--啤酒市场扩张的软实力	269
二、以资源整合实现品牌化突围	270
三、中小型啤酒企业的投资策略	272

第三节 中国啤酒国际化投资策略275

一、中国啤酒企业的国际化风险	275
二、中国啤酒国际化之路初探	277
三、中国啤酒业国际化投资策略	280

第四节 中国啤酒企业投资前景研究284

一、华润雪花“打通最后一公里”后5000时代新战略	284
二、品牌战略助推华雪啤酒崛起	285
三、千岛湖啤酒以错位竞争战略突围	286
四、青岛啤酒未来投资前景	287
五、燕京啤酒品牌战略效果显著	288

图表目录

图表 1 2011-2016年全球啤酒产量变化趋势图	14
图表 2 2011-2016年全球啤酒消费量变化趋势图	15
图表 3 2015-2021年奥地利啤酒零售量情况	16

图表 4 2015-2021年俄罗斯啤酒零售量情况16

图表 5 2015-2021年比利时啤酒零售量情况16

图表 6 2015-2021年匈牙利啤酒零售量情况17

图表 7 2015-2021年德国啤酒零售量情况18

图表 8 2015-2021年英国啤酒零售量情况19

图表 9 2015-2021年越南啤酒零售量情况19

图表 10 2015-2021年日本啤酒零售量情况20

图表 11 2015-2021年泰国啤酒零售量情况21

图表 12 2015-2021年美国啤酒零售量情况23

图表 13 美国顶级啤酒厂前十名24

图表 14 2015-2021年加拿大啤酒零售量情况26

图表 15 2014年中国啤酒制造行业经济指标统计31

图表 16 2015年中国啤酒制造行业经济指标统计32

图表 17 2016年中国啤酒制造行业经济指标统计33

图表 18 2012-2016年中国啤酒制造企业数量变化趋势图34

图表 19 2012-2016年中国啤酒制造行业资产总额统计35

图表 20 2012-2016年中国啤酒制造行业资产变化趋势图35

图表 21 2012-2016年中国啤酒制造行业销售收入统计35

图表 22 2012-2016年中国啤酒制造行业销售收入变化趋势图36

图表 23 2012-2016年中国啤酒制造行业利润总额统计36

图表 24 2012-2016年中国啤酒制造行业利润总额变化趋势图37

图表 25 2012-2016年中国啤酒制造行业资产负债率情况37

图表 26 2012-2016年中国啤酒制造行业成本费用利润率情况38

图表 27 2012-2016年中国啤酒制造行业销售利润率情况38

图表 28 2012-2016年中国啤酒制造行业总资产利润率情况39

图表 29 2012-2016年中国啤酒制造行业毛利率情况39

图表 30 2012-2016年中国啤酒制造行业应收账款周转率情况40

图表 31 2012-2016年中国啤酒制造行业流动资产周转率情况40

图表 32 2012-2016年中国啤酒制造行业总资产周转率情况41

图表 33 2016年中国各地区啤酒产量统计41

图表 34 2012-2016年中国啤酒零售量统计42

图表 35 2012-2016年中国啤酒零售额统计43

图表 36 2012-2016年中国人均啤酒消费量变化趋势图43

图表 37 2012-2016年中国易拉罐啤酒产量统计46

图表 38 Oculito啤酒示意图50

图表 39 汉莎啤酒4×750/660ml产品安全便携式纸板销售包装解决方案示意图51

图表 40 2012-2017年中国啤酒产量情况统计59

图表 41 2012-2016年中国啤酒销售量情况统计60

图表 42 2017年中国啤酒月度产量情况统计60

图表 43 2013-2016年中国精酿啤酒市场规模变化趋势图62

图表 44 2013-2016年啤酒电商交易规模变化趋势图65

图表 45 2010-2016年湖北省啤酒产量统计89

图表 46 2010-2016年湖北省啤酒消费量统计89

图表 47 2010-2016年湖南省啤酒产量统计90

图表 48 2010-2016年湖南省啤酒消费量统计90

图表 49 2010-2016年广东省啤酒产量统计91

图表 50 2010-2016年广东省啤酒消费量统计91

图表 51 2010-2016年广西区啤酒产量统计92

图表 52 2010-2016年广西区啤酒消费量统计92

图表 53 2010-2016年海南省啤酒产量统计93

图表 54 2010-2016年海南省啤酒消费量统计93

图表 55 2010-2016年四川省啤酒产量统计94

图表 56 2010-2016年四川省啤酒消费量统计94

图表 57 2010-2016年云南省啤酒产量统计95

图表 58 2010-2016年云南省啤酒消费量统计95

图表 59 2010-2016年重庆市啤酒产量统计96

图表 60 2010-2016年重庆市啤酒消费量统计96

图表 61 2010-2016年贵州省啤酒产量统计97

图表 62 2010-2016年贵州省啤酒消费量统计97

图表 63 2013-2016年中国啤酒生产企业市场份额情况98

图表 64 2013-2016年中国啤酒品牌市场占有率情况99

图表 65 中国啤酒企业竞争格局205

图表 66 2010-2016年中国啤酒企业扩张模式统计209

图表 67 百威英博主要产能及扩张方向统计212

图表 68 雪花啤酒“雪花脸谱”基本情况212

图表 69 雪花脸谱啤酒产品图213

图表 70 雪花啤酒主要产能及扩张方向统计214

图表 71 哈尔滨清凉啤酒基本情况216

图表 72 哈尔滨啤酒清凉217

图表 73 嘉士伯精酿拉格啤酒Korev产品图218

图表 74 嘉士伯精酿拉格啤酒Frontier产品图218

图表 75 金星原浆啤酒价格表219

图表 76 金星原浆啤酒产品图219

图表 77 青岛啤酒股份有限公司啤酒产品情况统计220

图表 78 2013-2017年青岛啤酒股份有限公司啤酒销售情况统计221

图表 79 2017年青岛啤酒股份有限公司分产品情况表221

图表 80 2013-2017年青岛啤酒股份有限公司收入及利润统计221

图表 81 2017年青岛啤酒股份有限公司分地区情况表222

图表 82 华润啤酒（控股）有限公司雪花啤酒情况统计224

图表 83 2013-2017年华润啤酒（控股）有限公司啤酒产销情况统计225

图表 84 2013-2017年华润啤酒（控股）有限公司收入及利润统计225

图表 85 北京燕京啤酒股份有限公司啤酒产品系列统计227

图表 86 2013-2017年北京燕京啤酒股份有限公司啤酒销量统计228

图表 87 2017年北京燕京啤酒股份有限公司分产品情况表228

图表 88 2013-2017年北京燕京啤酒股份有限公司收入及利润统计228

图表 89 2017年北京燕京啤酒股份有限公司分地区情况表229

图表 90 广州珠江啤酒股份有限公司啤酒产品情况统计231

图表 91 2013-2017年广州珠江啤酒股份有限公司啤酒销量统计232

图表 92 2017年广州珠江啤酒股份有限公司分产品情况表232

图表 93 2017年广州珠江啤酒股份有限公司业务结构情况232

图表 94 2013-2017年广州珠江啤酒股份有限公司收入及利润统计233

图表 95 2017年广州珠江啤酒股份有限公司分地区情况表233

图表 96 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司啤酒产品情况235

图表 97 2013-2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司啤酒产销情况统计235

图表 98 2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分产品情况表236

图表 99 2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司业务结构情况236

图表 100 2013-2017年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司收入及利润统计236

图表 101 2016年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司分地区情况表237

图表 102 重庆啤酒股份有限公司啤酒情况表238

图表 103 2013-2016年重庆啤酒股份有限公司啤酒销量情况统计238

图表 104 2016年重庆啤酒股份有限公司分行业分产品情况表239

图表 105 2013-2017年重庆啤酒股份有限公司收入及利润统计239

图表 106 2016年重庆啤酒股份有限公司分地区情况表239

图表 107 2012-2016年肇庆蓝带啤酒有限公司收入及利润统计241

图表 108 百威英博雪津啤酒有限公司啤酒产品情况统计243

图表 109 2012-2016年百威英博雪津啤酒有限公司收入及利润情况243

图表 110 三得利啤酒（上海）有限公司主要啤酒产品列表245

图表 111 2012-2016年三得利啤酒（上海）有限公司收入和利润统计情况246

图表 112 哈尔滨啤酒集团有限公司主要啤酒产品列表247

图表 113 哈尔滨啤酒集团有限公司主要啤酒产品列表249

图表 114 2013-2017年燕京啤酒（桂林漓泉）股份有限公司收入及利润情况249

图表 115 金星啤酒集团有限公司主要啤酒产品列表251

图表 116 2013-2016年金星啤酒集团有限公司啤酒产量统计252

图表 117 2012-2016年金星啤酒集团有限公司收入及利润情况252

图表 118 2012-2016年百威（武汉）国际啤酒有限公司收入及利润情况254

图表 119 中国啤酒市场消费趋势255

图表 120 中国消费结构正在由金字塔型转向纺锤形258

图表 121 2014年和2020年中国啤酒高中低端产品的销售变化259

图表 122 中国及部分国家生啤占有率示意图259

图表 123 2018-2024年中国啤酒产量预测趋势图260

图表 124 2018-2024年中国啤酒零售量预测趋势图260

图表 125 2018-2024年中国啤酒行业销售收入预测趋势图261

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/N519845MUL.html>