

# 2021-2027年中国小麦啤酒行业发展现状分析及市场规模预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国小麦啤酒行业发展现状分析及市场规模预测报告》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/202102/930632.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

小麦啤酒--以小麦芽为主要原料（占总原料40%以上），采用上面发酵法或下面发酵法酿制的啤酒。“小麦啤酒”是啤酒型式（Style）和种类中极具特色和魅力的产品，主要产地集中在德国南部，奥地利和比利时，采用“上层发酵法”，原料为大麦麦芽和50%以上的小麦麦芽，啤酒花，酵母和水。“小麦啤酒”还有另外一个名称叫“白啤酒”，取自德文的Weissbier，英文则称为White Beer。“白啤酒”最知名的代表为产自柏林地区的“柏林人白啤酒”。

智研咨询发布的《2021-2027年中国小麦啤酒行业发展现状分析及市场规模预测报告》共十八章。首先介绍了小麦啤酒相关概念及发展环境，接着分析了中国小麦啤酒规模及消费需求，然后对中国小麦啤酒市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国小麦啤酒面临的机遇及发展前景。您若想对中国小麦啤酒有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 宏观环境篇

#### 第一章 小麦啤酒行业发展综述

##### 1.1 小麦啤酒行业定义及分类

###### 1.1.1 行业概念及定义

###### 1.1.2 行业主要产品分类

###### 1.1.3 行业在国民经济中的地位

###### 1.1.4 行业发展特征

（1）快速消费品行业

（2）质量安全关注行业

（3）原材料依赖型产业

（4）规模经济的典型特征

（5）顺经济周期行业

（6）资本和技术密集型产业

##### 1.2 小麦啤酒行业统计标准

###### 1.2.1 行业统计部门和统计口径

###### 1.2.2 行业主要统计方法介绍

###### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

##### 1.3 小麦啤酒行业产业链分析

- 1.3.1 行业产业链简介
- 1.3.2 行业下游产业链相关行业分析
- 1.3.3 行业产业链上游相关行业分析
- 第二章 小麦啤酒行业市场环境分析
- 2.1 小麦啤酒行业经济环境分析
  - 2.1.1 国际宏观经济环境分析
  - 2.1.2 国内宏观经济环境分析
  - 2.1.3 行业宏观经济环境分析
- 2.2 小麦啤酒行业贸易环境分析
  - 2.2.1 行业贸易环境发展现状
  - 2.2.2 行业贸易环境发展趋势
- 2.3 小麦啤酒行业融资环境分析
  - 2.3.1 主要货币数据分析
  - 2.3.2 货币政策未来走向
- 2.4 小麦啤酒行业政策环境分析
  - 2.4.1 行业相关政策动向
  - 2.4.2 行业相关发展规划
- 2.5 小麦啤酒行业社会环境分析
  - 2.5.1 产业社会环境
  - 2.5.2 社会环境对行业的影响
- 第三章 中国酒业运行现状分析
- 3.1 中国酒业发展综述
  - 3.1.1 中国酒业的发展阶段
  - 3.1.2 中国酒业发展取得的成就
  - 3.1.3 我国酒业地域分布特征
  - 3.1.4 我国酒业竞争格局简析
- 3.2 2020年中国酒业的发展
  - 3.2.1 2020年中国酒业运行状况
  - 3.2.2 2020年中国酿酒业蓬勃发展
  - 3.2.3 2020年中国酿酒业再创新高
  - 3.2.4 2020年酿酒业受各路资本青睐
  - 3.2.5 2020年酿酒业涨价潮继续蔓延
- 3.3 2020年中国酒业的发展
  - 3.3.1 2020年我国酒业运行概况
  - 3.3.2 2020年酒业发展动态盘点

### 3.3.3 2020年酒业市场态势分析

## 3.4 2016-2020年中国酒业的发展

### 3.4.1 2020年我国酿酒市场总析

### 3.4.2 2020年酿酒行业大事盘点

### 3.4.3 2020年业外资本涌入酒业

### 3.4.4 2020年我国酒业发展动态

## 第四章 中国酒所属行业整体运行指标分析

### 4.1 饮料酒所属行业产量规模分析

#### 4.1.1 全国饮料酒所属行业产量规模分析

#### 4.1.2 不同省市饮料酒产量规模分析

#### 4.1.3 全国饮料酒所属行业产量规模预测

### 4.2 饮料酒所属行业经济指标分析

#### 4.2.1 饮料酒所属行业综合经济指标

#### 4.2.2 饮料酒所属行业不同规模企业经济指标

##### (1) 大型企业

##### (2) 中型企业

##### (3) 小型企业

#### 4.2.3 饮料酒所属行业不同性质企业经济指标

##### (1) 国有企业

##### (2) 集体企业

##### (3) 股份制企业

##### (4) 私营企业

### 4.3 中国饮料酒所属行业财务指标总体分析

#### 4.3.1 行业盈利能力分析

#### 4.3.2 行业偿债能力分析

#### 4.3.3 行业营运能力分析

#### 4.3.4 行业发展能力分析

## 第二部分 产业分析篇

## 第五章 中国小麦啤酒行业发展现状分析

### 5.1 中国小麦啤酒行业发展状况分析

#### 5.1.1 中国小麦啤酒行业发展阶段

#### 5.1.2 中国小麦啤酒行业发展总体概况

#### 5.1.3 中国小麦啤酒行业发展特点分析

#### 5.1.4 中国小麦啤酒行业商业模式分析

### 5.2 小麦啤酒行业发展现状

5.2.1 2016-2020年中国小麦啤酒行业市场规模

5.2.2 2016-2020年中国小麦啤酒行业发展分析

5.2.3 2016-2020年中国小麦啤酒企业发展分析

5.3 小麦啤酒市场情况分析

5.3.1 中国小麦啤酒市场总体概况

5.3.2 中国小麦啤酒产品市场发展分析

5.4 中国小麦啤酒市场价格走势分析

5.4.1 小麦啤酒市场定价机制组成

5.4.2 小麦啤酒市场价格影响因素

5.4.3 小麦啤酒产品价格走势分析

5.4.4 2021-2027年小麦啤酒产品价格走势预测

第六章 中国小麦啤酒市场供需形势分析

6.1 小麦啤酒行业生产分析

6.1.1 产品及原材料进口、自有比例

6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布

6.2 中国小麦啤酒行业供需分析

6.2.1 2016-2020年中国小麦啤酒行业供给情况

(1) 中国饮料酒产量分析

(2) 中国小麦啤酒产量分析

(3) 中国饮料酒总产值分析

(4) 中国小麦啤酒总产值分析

6.2.2 2016-2020年中国小麦啤酒行业需求情况

(1) 中国饮料酒销售产值分析

(2) 中国小麦啤酒销售产值分析

(3) 中国饮料酒销售收入分析

(4) 中国小麦啤酒销售收入分析

6.2.3 2016-2020年中国小麦啤酒行业供需平衡分析

(1) 中国饮料酒产销率分析

(2) 中国小麦啤酒产销率分析

6.3 小麦啤酒产品市场应用及需求预测

6.3.1 小麦啤酒产品应用市场总体需求分析

(1) 饮料酒产品应用市场需求特征

(2) 饮料酒产品应用市场需求总规模

(3) 小麦啤酒产品应用市场需求特征

(4) 小麦啤酒产品应用市场需求总规模

### 6.3.2 2021-2027年小麦啤酒行业领域需求量预测

- (1) 2021-2027年饮料酒领域需求产品功能预测
- (2) 2021-2027年饮料酒领域需求产品市场格局预测
- (3) 2021-2027年小麦啤酒领域需求产品功能预测
- (4) 2021-2027年小麦啤酒领域需求产品市场格局预测

## 第七章 小麦啤酒所属行业进出口结构及面临的机遇与挑战

### 7.1 小麦啤酒所属行业进出口市场分析

#### 7.1.1 小麦啤酒行业进出口综述

- (1) 中国小麦啤酒进出口的特点分析
- (2) 中国小麦啤酒进出口政策与国际化经营

#### 7.1.2 小麦啤酒行业出口市场分析

- (1) 2016-2020年行业出口整体情况
- (2) 2016-2020年行业出口总额分析
- (3) 2016-2020年行业出口产品结构

#### 7.1.3 小麦啤酒行业进口市场分析

- (1) 2016-2020年行业进口整体情况
- (2) 2016-2020年行业进口总额分析
- (3) 2016-2020年行业进口产品结构

### 7.2 中国小麦啤酒出口面临的挑战及对策

#### 7.2.1 中国小麦啤酒出口面临的挑战

#### 7.2.2 中国小麦啤酒行业未来出口展望

#### 7.2.3 中国小麦啤酒产品出口对策

#### 7.2.4 小麦啤酒行业进出口前景及建议

- (1) 行业出口前景及建议
- (2) 行业进口前景及建议

## 第三部分 全景调研篇

## 第八章 小麦啤酒行业区域市场分析

### 8.1 华北地区市场分析

#### 8.1.1 北京市小麦啤酒市场分析

- (1) 北京市小麦啤酒市场销售情况
- (2) 北京市小麦啤酒市场价格监测
- (3) 北京市小麦啤酒市场竞争分析
- (4) 北京市小麦啤酒市场发展前景

#### 8.1.2 天津市小麦啤酒市场分析

- (1) 天津市小麦啤酒市场销售情况

- (2) 天津市小麦啤酒市场价格监测
- (3) 天津市小麦啤酒市场竞争分析
- (4) 天津市小麦啤酒市场发展前景
- 8.1.3 河北省小麦啤酒市场分析
  - (1) 河北省小麦啤酒市场销售情况
  - (2) 河北省小麦啤酒市场价格监测
  - (3) 河北省小麦啤酒市场竞争分析
  - (4) 河北省小麦啤酒市场发展前景
- 8.2 华东地区市场分析
  - 8.2.1 上海市小麦啤酒市场分析
    - (1) 上海市小麦啤酒市场销售情况
    - (2) 上海市小麦啤酒市场价格监测
    - (3) 上海市小麦啤酒市场竞争分析
    - (4) 上海市小麦啤酒市场发展前景
  - 8.2.2 江苏省小麦啤酒市场分析
    - (1) 江苏省小麦啤酒市场销售情况
    - (2) 江苏省小麦啤酒市场价格监测
    - (3) 江苏省小麦啤酒市场竞争分析
    - (4) 江苏省小麦啤酒市场发展前景
  - 8.2.3 浙江省小麦啤酒市场分析
    - (1) 浙江省小麦啤酒市场销售情况
    - (2) 浙江省小麦啤酒市场价格监测
    - (3) 浙江省小麦啤酒市场竞争分析
    - (4) 浙江省小麦啤酒市场发展前景
  - 8.2.4 山东省小麦啤酒市场分析
    - (1) 山东省小麦啤酒市场销售情况
    - (2) 山东省小麦啤酒市场价格监测
    - (3) 山东省小麦啤酒市场竞争分析
    - (4) 山东省小麦啤酒市场发展前景
- 8.3 西南地区市场分析
  - 8.3.1 四川省小麦啤酒市场分析
    - (1) 四川省小麦啤酒市场销售情况
    - (2) 四川省小麦啤酒市场价格监测
    - (3) 四川省小麦啤酒市场竞争分析
    - (4) 四川省小麦啤酒市场发展前景



### 8.3.2 贵州省小麦啤酒市场分析

- (1) 贵州省小麦啤酒市场销售情况
- (2) 贵州省小麦啤酒市场价格监测
- (3) 贵州省小麦啤酒市场竞争分析
- (4) 贵州省小麦啤酒市场发展前景

### 8.3.3 云南省小麦啤酒市场分析

- (1) 云南省小麦啤酒市场销售情况
- (2) 云南省小麦啤酒市场价格监测
- (3) 云南省小麦啤酒市场竞争分析
- (4) 云南省小麦啤酒市场发展前景

### 8.4 其他地区市场分析

## 第九章 小麦啤酒市场消费者调查分析

### 9.1 小麦啤酒需求空间与比较

#### 9.1.1 小麦啤酒消费与国际人人的比较

#### 9.1.2 小麦啤酒需求结构与转型

#### 9.1.3 小麦啤酒需求空间测算

### 9.2 政商务小麦啤酒消费空间

#### 9.2.1 中国政商务消费政策

#### 9.2.2 中国政商务小麦啤酒消费规模

#### 9.2.3 中国政商务小麦啤酒消费特点

### 9.3 普通居民消费空间

#### 9.3.1 中国小麦啤酒居民消费调研

#### 9.3.2 小麦啤酒产品样本区域消费调查

- (1) 北京小麦啤酒消费者需求调查
- (2) 上海小麦啤酒消费者需求调查
- (3) 广州小麦啤酒消费者需求调查
- (4) 成都小麦啤酒消费者需求调查
- (5) 重庆小麦啤酒消费者需求调查
- (6) 武汉小麦啤酒消费者需求调查

## 第十章 中国小麦啤酒上游供应市场分析

### 10.1 发酵酒精市场分析

#### 10.1.1 发酵酒精产量规模分析

#### 10.1.2 发酵酒精生产企业分析

#### 10.1.3 发酵酒精新增产能分析

#### 10.1.4 发酵酒精价格走势分析

#### 10.1.5 发酵酒精市场趋势分析

### 10.2 酿酒原料市场分析

#### 10.2.1 酿酒原料产量规模分析

#### 10.2.2 酿酒原料生产企业分析

#### 10.2.3 酿酒原料新增产能分析

#### 10.2.4 酿酒原料价格走势分析

#### 10.2.5 酿酒原料市场趋势分析

### 10.3 酿酒设备市场分析

#### 10.3.1 酿酒设备产量规模分析

#### 10.3.2 酿酒设备生产企业分析

#### 10.3.3 酿酒设备新增产能分析

#### 10.3.4 酿酒设备价格走势分析

#### 10.3.5 酿酒设备市场趋势分析

## 第十一章 中国小麦啤酒行业细分产品分析

### 11.1 小麦啤酒行业细分产品一分析

#### 11.1.1 细分产品一应用特点分析

#### 11.1.2 细分产品一生产工艺流程

#### 11.1.3 细分产品一产量规模分析

#### 11.1.4 细分产品一市场需求分析

#### 11.1.5 细分产品一价格走势分析

#### 11.1.6 细分产品一市场规模预测

### 11.2 小麦啤酒行业细分产品二市场分析

#### 11.2.1 细分产品二应用特点分析

#### 11.2.2 细分产品二生产工艺流程

#### 11.2.3 细分产品二产量规模分析

#### 11.2.4 细分产品二市场需求分析

#### 11.2.5 细分产品二价格走势分析

#### 11.2.6 细分产品二市场规模预测

### 11.3 小麦啤酒行业细分产品三分析

#### 11.3.1 细分产品三应用特点分析

#### 11.3.2 细分产品三生产工艺流程

#### 11.3.3 细分产品三产量规模分析

#### 11.3.4 细分产品三市场需求分析

#### 11.3.5 细分产品三价格走势分析

#### 11.3.6 细分产品三市场规模预测

## 第十二章 中国小麦啤酒行业中下游市场分析

### 12.1 小麦啤酒包装发展前景分析

#### 12.1.1 小麦啤酒包装容量预测

#### 12.1.2 小麦啤酒包装重点项目分析

#### 12.1.3 小麦啤酒包装企业分布分析

#### 12.1.4 小麦啤酒包装竞争现状分析

#### 12.1.5 小麦啤酒包装投资机会分析

### 12.2 小麦啤酒流通发展前景分析

#### 12.2.1 小麦啤酒流通容量预测

#### 12.2.2 小麦啤酒流通重点项目分析

#### 12.2.3 小麦啤酒流通企业分布分析

#### 12.2.4 小麦啤酒流通竞争现状分析

#### 12.2.5 小麦啤酒流通投资机会分析

### 12.3 小麦啤酒零售发展前景分析

#### 12.3.1 小麦啤酒零售容量预测

#### 12.3.2 小麦啤酒零售重点项目分析

#### 12.3.3 小麦啤酒零售企业分布分析

#### 12.3.4 小麦啤酒零售竞争现状分析

#### 12.3.5 小麦啤酒零售投资机会分析

## 第四部分 前景预测篇

## 第十三章 小麦啤酒行业发展前景分析预测

### 13.1 2021-2027年小麦啤酒市场发展前景

#### 13.1.1 2021-2027年小麦啤酒市场发展潜力

#### 13.1.2 2021-2027年小麦啤酒市场发展前景展望

#### 13.1.3 2021-2027年小麦啤酒酒类行业发展前景分析

### 13.2 2021-2027年小麦啤酒市场发展趋势预测

#### 13.2.1 2021-2027年小麦啤酒行业发展趋势

##### (1) 技术发展趋势分析

##### (2) 产品发展趋势分析

#### 13.2.2 2021-2027年小麦啤酒市场规模预测

##### (1) 小麦啤酒行业市场容量预测

##### (2) 小麦啤酒行业销售收入预测

#### 13.2.3 2021-2027年小麦啤酒行业应用趋势预测

#### 13.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测

### 13.3 2021-2027年中国小麦啤酒行业供需预测

- 13.3.1 2021-2027年中国小麦啤酒行业供给预测
- 13.3.2 2021-2027年中国小麦啤酒行业产量预测
- 13.3.3 2021-2027年中国小麦啤酒市场销量预测
- 13.3.4 2021-2027年中国小麦啤酒行业需求预测
- 13.3.5 2021-2027年中国小麦啤酒行业供需平衡预测
- 第十四章 小麦啤酒行业投资价值分析评估
  - 14.1 小麦啤酒行业投资特性分析
    - 14.1.1 小麦啤酒行业进入壁垒分析
    - 14.1.2 小麦啤酒行业盈利模式分析
    - 14.1.3 小麦啤酒行业盈利因素分析
  - 14.2 2016-2020年小麦啤酒行业发展的影响因素
    - 14.2.1 有利因素
    - 14.2.2 不利因素
  - 14.3 2016-2020年小麦啤酒行业投资价值评估分析
    - 14.3.1 行业投资效益分析
    - 14.3.2 产业发展的空白点分析
    - 14.3.3 投资回报率比较高的投资方向
    - 14.3.4 新进入者应注意的障碍因素
- 第十五章 小麦啤酒行业投资机会与风险防范
  - 15.1 小麦啤酒行业投融资情况
    - 15.1.1 行业资金渠道分析
    - 15.1.2 固定资产投资分析
    - 15.1.3 兼并重组情况分析
    - 15.1.4 小麦啤酒行业投资现状分析
      - (1) 小麦啤酒产业投资经历的阶段
      - (2) 2019年小麦啤酒行业投资状况回顾
      - (3) 2020年中国小麦啤酒行业风险投资状况
      - (4) 2020年中国小麦啤酒行业的投资态势
  - 15.2 2021-2027年小麦啤酒行业投资机会
    - 15.2.1 产业链投资机会
    - 15.2.2 细分市场投资机会
    - 15.2.3 重点区域投资机会
    - 15.2.4 小麦啤酒行业投资机遇
  - 15.3 2021-2027年小麦啤酒行业投资风险及防范
    - 15.3.1 政策风险及防范

- 15.3.2 技术风险及防范
- 15.3.3 供求风险及防范
- 15.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 15.3.5 关联产业风险及防范
- 15.3.6 产品结构风险及防范
- 15.3.7 其他风险及防范
- 15.4 中国小麦啤酒行业投资建议
  - 15.4.1 小麦啤酒行业未来发展方向
  - 15.4.2 投资建议
  - 15.4.3 中国小麦啤酒企业融资分析
    - (1) 中国小麦啤酒企业IPO融资分析
    - (2) 中国小麦啤酒企业再融资分析
- 第五部分 企业策略篇
- 第十六章 小麦啤酒行业重点企业经营分析
  - 16.1 小麦啤酒企业发展总体状况分析
    - 16.1.1 小麦啤酒企业规模分析
    - 16.1.2 小麦啤酒行业销售收入分析
    - 16.1.3 小麦啤酒行业销售利润分析
    - 16.1.4 主要小麦啤酒企业创新能力分析
  - 16.2 小麦啤酒行业领先企业个案分析
    - 16.2.1 嘉士伯啤酒(广东)有限公司
      - (1) 企业发展简况分析
      - (2) 主要经济指标分析
      - (3) 企业盈利能力分析
      - (4) 企业运营能力分析
    - 16.2.2 广州珠江啤酒集团有限公司
      - (1) 企业发展简况分析
      - (2) 主要经济指标分析
      - (3) 企业盈利能力分析
      - (4) 企业运营能力分析
    - 16.2.3 北京燕京啤酒集团有限公司
      - (1) 企业发展简况分析
      - (2) 主要经济指标分析
      - (3) 企业盈利能力分析
      - (4) 企业运营能力分析

#### 16.2.4 华润啤酒(控股)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

#### 16.2.5 百威投资(中国)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

### 第十七章 小麦啤酒企业发展策略分析 (ZY KT)

#### 17.1 小麦啤酒行业面临的困境

##### 17.1.1 小麦啤酒行业发展的主要困境

##### 17.1.2 制约酒业发展的瓶颈

##### 17.2.3 中国酒业集中度较低

#### 17.2 小麦啤酒企业面临的困境及对策

##### 17.2.1 重点小麦啤酒企业面临的困境及对策

- (1) 重点小麦啤酒企业面临的困境
- (2) 重点小麦啤酒企业对策探讨

##### 17.2.2 中小小麦啤酒企业发展困境及策略分析

- (1) 中小小麦啤酒企业面临的困境
- (2) 中小小麦啤酒企业对策探讨

##### 17.2.3 国内小麦啤酒企业的出路分析

#### 17.3 中国小麦啤酒行业存在的问题及对策

##### 17.3.1 中国小麦啤酒行业存在的问题

- (1) 中国小麦啤酒面临成长困境
- (2) 中国小麦啤酒需要强势品牌

##### 17.3.2 小麦啤酒行业发展的建议对策

- (1) 把握国家投资的契机
- (2) 竞争性战略联盟的实施
- (3) 企业自身应对策略

##### 17.3.3 市场的重点客户战略实施

- (1) 实施重点客户战略的必要性
- (2) 合理确立重点客户
- (3) 重点客户战略管理

(4) 重点客户管理功能

第十八章 小麦啤酒行业研究结论及建议 (ZY KT)

18.1 报告研究结论

18.2 建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202102/930632.html>