

啤酒 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“中国经济放缓抑制了消费支出；中国啤酒销售日趋放缓，主要由高端化（增量转为增质导致销量下滑）和恶劣天气（如冷夏和水灾影响啤酒产量）所致。若要实现增长，中国啤酒市场需实现多元化，这要求啤酒厂商开发多种类产品，以迎合不同的细分市场和消费者需求。”

— 李蕾，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 谁是健康和功能性啤酒的目标消费者？
- 高端和进口啤酒如何以创意方式吸引消费者？
- 如何吸引年轻消费者？

您所需要了解的

中国啤酒市场的销售收入持续上扬，但销量却呈下滑趋势，形成这种局面的原因主要是进口啤酒自2014年以来表现强劲，消费行为发生改变，从量变转向质变。虽然进口啤酒品牌在品质上占尽先机，但国产啤酒品牌在口味方面具有得天独厚的竞争优势。展望未来，中国啤酒市场有望在口味创新、产品种类和饮用场合多样化方面有更多建树。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

啤酒 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

综述

市场

数据 1: 中国啤酒零售销售额, 2011-2021年

数据 2: 中国啤酒零售销售量, 2011-2021年

重点企业

数据 3: 中国啤酒市场份额(按销售额区分), 2015年

数据 4: 中国啤酒市场份额(按销售量区分), 2015年

消费者

国内品牌

数据 5: 啤酒品牌渗透率, 2016年8月

性别是饮用场合的差异化因素

数据 6: 饮用场合(按性别区分), 2016年8月

放松是喝啤酒的主要驱动因素

数据 7: 饮用偏好, 2016年8月对比2015年6月

具有健康功效的啤酒最具吸引力

数据 8: 产品创新, 2016年8月对比2015年6月

我们的观点

议题与洞察

谁是健康和功能性啤酒的目标消费者?

现状

启示

数据 9: 具有各种健康或美容宣称的啤酒, 2014-2016年

数据 10: 面向女性的国际啤酒, 2015-2016年

高端和进口啤酒如何以创意方式吸引消费者?

现状

启示

如何吸引年轻消费者?

现状

启示

数据 11: Meantime酿酒, 英国, 2016年

市场 —— 您所需要了解的

市场销售额不断提高, 销量日益下滑

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

啤酒 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

蓬勃发展的进口啤酒市场

高端化驱动因素——重质取代重量

标准啤酒流失市场份额

市场规模及预测

不断增长的 销售额

数据 12: 中国啤酒零售销售额, 2011-2021年

不断下滑的市场销量

数据 13: 中国啤酒零售销售量, 2011-2021年

市场增长动力和阻碍

进口啤酒的繁荣改变了市场结构

高端化——为质量创造机会，但也为销量带来威胁

精酿啤酒风靡全球，并席卷中国

季节性和不断萎缩的核心消费群体

市场 细分

数据 14: 不同啤酒的市场份额 (按销售额区分), 2011-2016年

数据 15: 不同类型啤酒的市场份额 (按销售量区分), 2011-2016年

消费者对烈性和淡啤酒的偏好和地区差异

标准啤酒流失市场份额

重点企业——您所需要了解的

相当集中的啤酒市场

国内企业需通过啤酒文化提高品牌知名度

啤酒市场正处于产品宣称多样化阶段

市场份额

领先企业主导啤酒市场

数据 16: 啤酒零售市场中领先品牌的市场份额 (按零售额区分), 2014-15年

数据 17: 啤酒零售市场中领先品牌的市场份额 (按销售量区分), 2014-15年

青岛啤酒流失销售额份额

雪花引领市场销量

百威英博是赢取市场份额的优胜者

竞争策略

雪花正在打造在大多数国际品牌中常见的啤酒文化

数据 18: Leinenkugel's探险装啤酒, 美国, 2015年

燕京利用“啤酒+”定位更多种餐饮娱乐场合

哈尔滨啤酒与“饿了么”联手, 通过快捷的配送服务推动啤酒消费

科罗娜尝试锁定独特的沙滩度假场合

谁在创新?

数据 19: 中国新上市啤酒使用的宣称趋势, 2011-2016年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

啤酒 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

高端定位

数据 20: 具有高端定位宣称的中国啤酒品牌, 2016年

数据 21: 具有高端定位宣称的国际啤酒品牌, 2016年

具有功能宣称的啤酒

数据 22: 具有功能宣称的中国啤酒品牌, 2005-2010年

数据 23: 具有功能宣称的国际啤酒品牌, 2016年

风味啤酒

数据 24: 中国风味啤酒, 2016年

数据 25: 国际风味啤酒, 2016年

虎牌啤酒推出促销活动, 以保持新加坡的街头美食文化

消费者——您所需要了解的

高线城市消费者喜欢进口啤酒, 而低线城市消费者青睐国产啤酒

特殊优惠和高性价比吸引中高收入者

已婚消费者更喜欢在多种场合喝啤酒

餐厅是低线城市消费者购买啤酒的主要渠道

大多数消费者至少使用三种渠道购买啤酒

品牌渗透率

国内品牌领导市场

数据 26: 啤酒品牌渗透率, 2016年8月

不同啤酒品牌中的消费者偏好一致

数据 27: 啤酒市场领先品牌的渗透率, 2015年6月对比2016年8月

一线城市消费者喜爱进口啤酒, 而二、三线城市消费者青睐国产啤酒

数据 28: 啤酒品牌渗透率 (按城市线级区分), 2016年8月

年轻女性消费者青睐大品牌

数据 29: 啤酒品牌偏好 (按性别和年龄区分), 2016年8月

对国产啤酒的看法

适合中国人的口味是最重要因素...

数据 30: 对国产啤酒的看法, 2016年8月

...40-49岁的男性消费者最青睐国产啤酒

数据 31: 对国产啤酒的看法 (按性别和年龄区分), 2016年8月

中高收入者更青睐国产啤酒的优惠活动和性价比

数据 32: 对国产啤酒的看法 (按家庭月收入区分), 2016年8月

饮用场合

消费者最有可能在聚会和外出就餐场合喝啤酒

数据 33: 饮用场合 (按婚姻状况区分), 2016年8月

已婚消费者更喜欢在所有场合喝啤酒

数据 34: 饮用场合 (按婚姻状况区分), 2016年8月

性别是饮用场合的差异化因素

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

啤酒 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 35: 饮用场合 (按性别区分), 2016年8月

数据 36: 具有限量版宣称的啤酒产品, 2016年

饮用偏好

放松是喝啤酒的主要驱动因素

数据 37: 饮用偏好, 2016年8月对比2015年6月

数据 38: 具有季节性宣称的国际啤酒品牌, 2016年

年长消费者更有可能为了特定偏好喝啤酒

数据 39: 饮用场合 (按年龄区分), 2016年8月

数据 40: Warsteiner HiLight啤酒

购买渠道

传统零售渠道的高渗透率

数据 41: 购买渠道, 2016年8月

餐厅是低线城市消费者消费啤酒的主要餐饮渠道

数据 42: 购买渠道, 餐厅 (按城市线级区分), 2016年8月

大多数消费者至少使用三种渠道购买啤酒

数据 43: 购买渠道 (按频度分析群体区分), 2016年8月

产品创新

具有健康功效的啤酒最具吸引力

数据 44: 产品创新, 2016年8月对比2015年6月

年长女性注重健康, 而年轻女性注重美容

数据 45: 具有健康创新、低酒精含量或美容功效的啤酒, 2016年

高收入者更渴望创新产品

数据 46: 产品 (按家庭月收入区分), 2016年8月

数据 47: 具有各种创意宣称的啤酒产品, 2016年

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群既钟爱国产啤酒品牌也喜欢进口啤酒品牌

数据 48: 啤酒品牌偏好 (英敏特城市精英人群对比其他人群), 2016年8月

英敏特城市精英人群使用多种渠道购买啤酒

数据 49: 啤酒购买渠道 (按频度分析群体区分, 英敏特城市精英人群对比其他人群), 2016年8月

英敏特城市精英人群更有可能在多种场合喝啤酒

数据 50: 啤酒饮用场合 (英敏特城市精英人群对比其他人群), 2016年8月

数据 51: 运动相关的国际啤酒品牌, 2016年

附录——市场细分

数据 52: 中国烈性啤酒零售销售额, 2011-21年

数据 53: 中国标准啤酒零售销售额, 2011-21年

数据 54: 中国轻/无/底酒精啤酒零售销售额, 2011-21年

数据 55: 中国啤酒销售额, 2011-21年

数据 56: 中国烈性啤酒零售销售额, 2011-21年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

啤酒 - 中国 - 2016年12月

报告价格: £3235.48 | \$3990.00 | €3791.99

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 57: 中国烈性啤酒零售销售额，2011-21年

数据 58: 中国轻/无/底酒精啤酒零售销售额，2011-21年

数据 59: 中国啤酒销售额，2011-21年

附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@intel.com