



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国啤酒市场调查及投资 分析及市场发展趋势研究报告报 告

一、调研说明

《2008年中国啤酒市场调查及投资分析及市场发展趋势研究报告报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/56389.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一部分 行业环境1

第一章 中国啤酒行业外部环境分析1

第一节 2005-2007中国国民经济运行情况1

一、2005年中国国民经济运行情况1

二、2006年中国国民经济运行情况3

三、2007年我国宏观经济运行情况5

第二节 2008年中国国民经济运行预测7

第二章 2006-2007中国啤酒行业政策环境10

一、啤酒包装标签政策将在欧盟国家实施10

二、果啤归于啤酒仍要征消费税10

第三章 2006-2007中国啤酒行业技术环境11

第一节 国内啤酒行业技术动态11

一、中国啤酒行业走进绿色GDP时代11

二、我国目前啤酒技术装备的发展有待于技术创新13

第二节 国外啤酒生产新技术18

第二部分 行业现状20

第一章 2006-2007中国酒业发展现状20

第一节 中国三大酒业2006-2007市场表现比较分析20

第二节 中国三大酒业发展特点分析21

一、白酒市场21

二、啤酒市场25

三、葡萄酒市场27

第二章 中国啤酒行业发展现状分析31

第一节 2006—2007年中国啤酒产量及各地区产量情况31

一、2006—2007年中国啤酒产量增长情况31

二、中国啤酒分地区产量情况分析31

第二节 2006～2007年中国啤酒经营状况分析33

一、2006年我国啤酒行业运营情况33

二、2007年我国啤酒行业运营情况38

三、2006～2007年中国啤酒企业状况分析39

第三节 2006-2007年我国啤酒行业广告投放情况及分析43

一、2006年广告投放情况与分析43

二、2007年10-12月广告投放情况与分析45

第四节 2008年中国啤酒行业发展趋势分析47

一、2008年啤酒行业增长速度预测47

二、资本的力量继续驱动啤酒行业整合48

三、2008年啤酒市场竞争的焦点和区域48

第三章 世界啤酒行业现状与发展分析50

第一节 世界啤酒市场分析50

一、美国50

二、日本50

三、欧盟51

四、其他地区51

第二节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析52

一、外资啤酒杀回中国的四大变招52

二、比利时英特布鲁啤酒55

三、嘉士伯啤酒56

四、百威啤酒57

五、喜力啤酒58

六、贝克啤酒59

七、其它品牌60

第四章 啤酒关联产业与要素分析62

第一节 中国啤酒主要原料市场分析62

一、麦芽的需求与供给分析62

二、啤麦生产分析64

三、啤酒花供应分析69

第二节 啤酒各式包装解析73

一、不同包装的使用分析73

二、不同包装形式的利弊分析76

三、国外啤酒的包装情况分析77

第五章 中国啤酒进出口状况分析78

第一节 中国啤酒进出口发展分析78

第二节 2006-2007我国啤酒进口情况分析80

一、2007年我国啤酒的进口总体情况80

二、我国啤酒的进口及其地区分布情况80

第三节 2006-2007年我国啤酒的出口情况81

一、2007年我国啤酒的出口总体情况81

二、我国啤酒的出口及其地区分布情况81

第四节 我国啤酒出口主要地区82

一、山东省82

二、广东省83

第三部分 区域市场84

第一章2006-2007中国啤酒市场情况分析84

第一节2007年我国不同规模啤酒企业运行情况分析84

第二节 2007年我国啤酒行业不同类型企业情况分析86

第二章 华北地区89

第一节 华北地区啤酒产业概况89

一、华北地区啤酒产值、销售收入分析89

二、华北地区啤酒利税指标分析89

三、资产负债分析89

第二节 北京啤酒市场分析94

一、市场现状分析94

二、2007年北京啤酒销售、利税指标分析95

三、2007年北京啤酒产业资产负债指标分析96

四、消费者的品牌偏好分析96

五、啤酒消费行为和消费习惯分析99

第三章 东北地区104

第一节 东北地区啤酒市场概况104

第二节 辽宁啤酒市场分析106

第四章 华东地区111

第一节 华东地区啤酒市场概况111

第二节 上海啤酒市场分析115

第三节 安徽啤酒市场分析120

一、消费者120

二、餐饮业啤酒市场状况124

第四节 山东啤酒市场分析124

一、青啤与省外啤酒竞争分析125

二、青啤与省内啤酒竞争分析127

第五章 中南地区131

第一节 中南地区啤酒市场概况131

第二节 广东啤酒市场分析135

第三节 中南地区其他省份啤酒生产格局138

一、河南省啤酒生产企业情况统计138

二、湖北省啤酒生产企业情况统计139

三、深圳啤酒市场分析141

第六章 西北地区144

第一节 西北地区啤酒市场概况144

第二节 陕西啤酒市场分析148

第三节 青海啤酒市场150

第四部分 消费者及营销策略154

第一章 中国啤酒消费者市场分析154

第一节 啤酒消费者行为分析154

- 一、啤酒消费者对产品的认识过程154
- 二、啤酒消费者的消费场所分析156
- 三、影响啤酒消费者的因素分析157
- 第二节 城市啤酒消费市场分析158
- 一、城市啤酒消费特点与影响因素158
- 二、城市啤酒消费市场分析160
- 第三节 农村啤酒市场分析166
- 一、农村啤酒市场分析166
- 二、如何开拓农村啤酒市场167

第二章 中国啤酒营销策略分析171

第一节 我国啤酒营销中的主要问题171

- 一、价格体系问题171
- 二、渠道网络问题171
- 三、广告、促销问题172
- 四、销售政策问题172
- 五、市场管理问题173
- 六、窜货问题173
- 七、利润问题173
- 八、销售团队、人员素质问题173

第二节 中国啤酒实操营销策略探析174

- 一、价格策略174
- 二、回款策略175
- 三、促销策略175
- 四、返利策略176
- 五、传播策略177
- 六、发展策略178
- 七、服务策略179
- 八、信息策略180
- 九、中国啤酒企业营销行为与观念分析180

第三节 中国啤酒营销渠道分析182

- 一、营销网络构建182

- 二、营销网络存在的问题185
- 三、制造企业和经销商之间的矛盾187
- 四、啤酒经销商代理制与多渠道分销问题188
- 五、深度分销问题188

第四节 农村啤酒市场营销策略分析190

- 一、产品策略190
- 二、广告策略191
- 三、价格策略191
- 四、渠道策略192

第五节 中小啤酒企业的营销出路193

- 一、中小啤酒企业面临的问题193
- 二、中小啤酒企业的出路194

第六节 案例分析196

- 一、“三得利啤酒”上海成功上市196
- 二、“零点啤酒”差异化营销201
- 三、百威啤酒的广告策略205
- 四、金太阳啤酒低成本营销208

第五部分 行业竞争211

第一章 中国啤酒行业竞争状况分析211

第一节 中外啤酒竞争状况分析211

- 一、中国啤酒业仍处于成长期211
- 二、中国啤酒市场竞争充分212
- 三、竞争变化214

第二节 中国啤酒行业并购分析215

- 一、行业并购现状分析215
- 二、并购成功因素分析217
- 三、行业并购前景218

第二章 国内啤酒主要企业分析223

第一节 青岛啤酒集团223

- 一、公司情况223

二、品牌运作224

三、经营状况225

第二节 燕京啤酒集团229

一、公司情况229

二、经营策略230

三、经营状况231

第三节 华润啤酒集团简介235

一、公司情况235

二、品牌运作235

三、生产经营236

第四节 广东珠江啤酒集团241

一、公司情况241

二、经营策略241

三、经营状况243

第五节 河南金星啤酒集团有限公司247

一、公司情况247

二、生产策略252

三、人才策略253

第六节 哈尔滨啤酒集团254

一、公司情况254

二、经营策略255

三、经营状况256

第七节 深圳金威啤酒有限公司260

一、公司情况260

二、生产经营262

三、经营状况263

第八节 惠泉啤酒集团股份有限公司267

一、公司情况267

二、经营策略267

三、经营状况269

第九节 重庆啤酒(集团)有限责任公司273

一、公司情况273

二、经营策略274

三、经营状况275

第十节 金狮啤酒集团279

一、公司情况279

二、经营策略280

三、经营状况281

第十一节 百威（武汉）国际啤酒有限公司285

一、公司情况285

二、营销策略285

三、经营状况286

第六部分 行业趋势291

第一章 中国啤酒行业发展趋势分析291

第一节 加入WTO对中国啤酒业的影响291

一、有利影响291

二、不利影响293

三、中国啤酒业如何应对WTO的挑战295

第二节 中国啤酒行业发展趋势分析300

一、2008—2010年中国啤酒市场预测300

二、啤酒行业整合进程进一步加快301

三、企业体制向股份制发展301

四、独创 " 中国模式 " 行业格局301

五、生产能力过剩，不比能力比效益302

六、市场竞争将更加激烈303

七、新技术将得到应用和推广，产品向多样化方向发展303

八、注重装备和质量303

第二章 啤酒产业投资创新建议305

第一节 产品创新：保健啤酒305

一、产生的原因305

二、当前现状306

三、可行性分析306

第二节 管理创新建议310

一、管理现状311

二、管理创新策略311

第三节 生产技术创新313

一、世界新生产技术的借鉴313

二、啤酒生产的纯生化管理314

三、啤酒生产应用酶制剂研究315

图表目录

葡萄酒成本构成29

2006-2007年啤酒生产情况31

2003-2007年不同区域啤酒产量统计31

2007年全国各地区啤酒产量表34

2007年产量超过100万吨的地区35

2007年销售收入3亿元以上啤酒企业分析表36

2007年利税总额亿元以上啤酒企业分析表37

2007年中国啤酒行业资产负债与利税指标分析表38

中国大、中、小型啤酒企业经营指标分析表40

2006年啤酒行业电视广告投放前10位43

2007年10-12月啤酒广告排名前10位城市及其前3位品牌45

2007年1-5月中国啤酒原料进口统计表63

我国目前大麦产区及啤麦产量概况64

1999-2007年来中国啤酒进出口情况78

中国啤酒进出口及增长79

啤酒进口主要国家和地区80

啤酒出口主要国家和地区81

我国各区域啤酒企业营业规模统计84

我国不同营业规模啤酒企业的获利能力84

我国不同规模啤酒企业偿债能力比率85

我国不同规模啤酒企业资产运营能力比率86

我国各区域啤酒企业经济类型86

我国不同经济类型啤酒企业的获利能力87

我国不同经济类型啤酒企业偿债能力比率87

我国不同经济类型啤酒企业资产运营能力比率88

华北五省市啤酒产业各经济指标分析表90

华北地区啤酒产销量发展趋势图93

1-12月份北京市啤酒生产指标分析表94

1-12月份北京市啤酒产业销售、利税指标分析表95

1-12月份北京市啤酒产业资产负债指标分析表96

北京消费者最常喝的啤酒品牌占有率97

不同年龄最经常喝的啤酒品牌97

消费者认为最好的品牌98

不同品牌的转移/忠诚矩阵99

消费者喜欢的包装类型100

消费者饮酒场所的选择100

消费者每次饮用的瓶数102

不同饮酒频率的消费者每次的饮用瓶数102

不同性别每次饮用的瓶数102

消费者每月在啤酒上的花费103

东北三省啤酒产业各项经济指标统计分析表104

辽宁省啤酒产业各项经济指标分析表108

华东六省市啤酒产业各经济指标分析表111

安徽地区啤酒消费者渗透率121

各啤酒品牌的消费者转换率121

影响消费者更换品牌的因素122

影响消费者选择啤酒的因素构成分析表123

中南六省啤酒产业各经济指标分析表131

西北五省区啤酒产业各经济指标分析表144

啤酒消费者对产品的认识过程图154

啤酒消费者的消费场所归类表156

消费者选择啤酒品牌的行为分析图156

啤酒消费与收入水平的关系统计表159

20城市居民每周饮用啤酒量分析表160

全国及各区域啤酒品牌前三位排名表161

不同收入消费者的品牌偏好度分析表163
城市啤酒消费品牌观分析表163
城市啤酒品牌渗透率分析表164
全国市场啤酒品牌综合占有率情况165
全国啤酒平面媒体广告投放排行榜178
青岛、燕京、华润啤酒全国并购企业分布表215
青岛啤酒股份有限公司财务概况225
北京燕京啤酒股份有限公司财务概况231
沈阳华润雪花啤酒辽宁有限公司财务概况237
广州珠江啤酒股份有限公司财务概况243
河南金星啤酒集团有限公司财务概况248
哈尔滨啤酒有限公司财务概况256
深圳金威啤酒有限公司财务概况263
福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司财务概况269
重庆啤酒股份有限公司财务概况275
金狮啤酒集团有限公司财务概况281
百威（武汉）国际啤酒有限公司财务概况286

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56389.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。