

中国啤酒行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国啤酒行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/9290792907.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

2010年是中国十一五收官之年，起草和编制下一个五年发展规划已列入今年政府工作的重要议事日程。从国务院多部门前期调研透露的信息看，未来五年中国将开启经济与社会的双重转型，以转变发展方式和调整经济结构为主线，部署中国经济社会从外需向内需、从高碳向低碳，从强国向富民的三大转型。

十一五结构调整目标料难实现，转变发展方式进展缓慢，投资和出口仍是中国经济的主要推动力，经济增长严重依赖要素投入，增长效益提高不明显。贸易顺差巨大，国际收支失衡，庞大的外汇占款导致货币发行量激增，引发资产价格泡沫风险。此次国际金融危机后，国际经济环境发生了自二战以来最深刻的变化，外需难以恢复到危机前水平。因此，十二五期间必须有效扩大国内需求，特别是消费需求，减少经济增长对外部需求的过多依赖。同时工业占GDP的比重也达到极限，十二五期间工业化亦很难再提速，规模扩张的工业化模式必然要让位于质量提升的增长模式。

目前，啤酒在中国已经是十分普及的产品，随着人民消费水平的不断提高，啤酒产销量的持续增长，显然也是注定了的事。而相比之下，中西部的增长潜力更大。2008年受国际金融危机影响，中国啤酒产销量增幅回落，但是中西部地区尤其是宁夏、四川和甘肃等地的增幅在30%以上。去年，啤酒产量增长率高于全国累计增长率的有3个：增长率最高的是西南（20.0%），其后依次是西北（14.8%）、中南（9.5%）；出现负增长的有2个，东北（-1.5%）、华北（-5.3%）、华东（2.9%），中西部地区的增长势头最猛。专家预言，啤酒市场将是“城市消费趋于稳定，农村市场快速崛起；发达地区增速变缓，不发达地区和中西部地区发展提速”。

中国报告网发布的《中国啤酒行业“十一五”回顾及“十二五”规划投资分析及预测报告》共十二章。首先介绍了中国啤酒行业相关概述，接着分析了中国啤酒行业全球市场发展状况，然后对中国啤酒行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国啤酒行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国啤酒行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，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。

第一章 啤酒行业相关概述

第一节 啤酒简介

一、啤酒的定义

二、啤酒的典型特征

三、啤酒的原料

四、啤酒的分类

五、啤酒生产流程

第二节 啤酒工业与废水

一、啤酒工业废水污染源探究

二、啤酒工业废水的特征分析

三、啤酒工业废水污染强度分析

四、啤酒工业废水处理方法介绍

第二章 “十一五”期间啤酒行业全球发展状况分析

第一节 2010年世界啤酒产业发展概述

一、经济低迷下世界啤酒产量持续增长

二、世界高度啤酒市场迅速崛起

三、特殊口味和个性化包装成为世界啤酒市场新趋向

第二节 欧洲

一、欧洲国家啤酒业发展状况

二、近年罗马尼亚啤酒持续旺销

三、法国啤酒市场消费格局分析

四、捷克啤酒业发展状况

五、德国啤酒消费形势分析

第三节 亚洲

一、亚洲啤酒产业增速全球领先

二、韩国啤酒进口贸易分析

三、印度啤酒市场发展简况

四、2010年日本国内啤酒市场景气低迷

五、2010年越南啤酒市场发展形势趋好

第四节 美国

一、美国啤酒业的发展历程

二、美国高度啤酒生产政策进一步放宽

三、美国精酿啤酒出口形势解析

四、美国啤酒新包装使市场生机盎然

第五节 其他

一、加拿大啤酒国内市场地位下滑

二、南非啤酒市场发展状况透析

三、巴西啤酒市场发展形势分析

第三章 “十一五”期间中国啤酒行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济情况分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国啤酒行业政策环境分析

- 一、啤酒生产许可证审查细则
- 二、酒类广告管理办法
- 三、酒类流通管理办法

第四章 “十一五”期间我国啤酒行业发展现状分析

第一节 2010年中国啤酒行业发展状况分析

- 一、新中国啤酒工业发展的四个阶段
- 二、中国啤酒行业发展概况
- 三、微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌
- 四、中国啤酒行业的利润分析

第二节 2006-2010年中国啤酒产量统计分析

- 一、2006-2009年全国啤酒产量分析
- 二、2010年1-5月全国及主要省份啤酒产量分析
- 三、2010年1-5月啤酒产量集中度分析

第三节 2010年中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略分析

- 一、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较
- 二、中国啤酒企业面临的外资冲击
- 三、中国啤企的国际化道路发展对策

第四节 2010年中国啤酒行业存在的问题及其对策分析

- 一、软实力不足是我国啤酒行业发展存在的主要问题
- 二、我国啤酒企业增长方式亟待转变
- 三、增强我国啤酒行业软实力的措施建议
- 四、我国中小啤酒企业发展策略建议

第五章 “十一五”期间啤酒行业运行形势分析

第一节 2009-2010年中国啤酒行业发展综述

- 一、中国啤酒业的发展特点
- 二、2009-2010年啤酒行业发展状况分析
- 三、微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌
- 四、节能减排成中国啤酒业发展的必行之路

第二节 2009-2010年中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略

- 一、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较

二、中国啤酒企业面临的外资冲击

三、中国啤酒企业的突围措施

四、中国啤企的国际化道路发展对策

第三节 2009-2010年中国啤酒行业存在的问题及其对策

一、中国啤酒业存在的十问题

二、我国啤酒业产品结构有待改善

三、我国啤酒企业增长方式亟待转变

四、中国啤酒业国际化战略探讨

五、啤酒业应当加速向果汁纯生方向发展

第六章 啤酒行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

第一节“十一五”期间中国啤酒行业总体数据分析

一、2008年中国啤酒行业全部企业数据分析

二、2009年中国啤酒行业全部企业数据分析

三、2010年中国啤酒行业全部企业数据分析

第二节“十一五”期间中国啤酒行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国啤酒行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国啤酒行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国啤酒行业不同规模企业数据分析

第三节“十一五”期间中国啤酒行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国啤酒行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国啤酒行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国啤酒行业不同所有制企业数据分析

第七章“十一五”期间中国啤酒行业市场运行动态分析

第一节“十一五”期间中国啤酒市场总体概况

一、“十一五”期间我国啤酒市场平稳发展

二、2009-2010年我国啤酒市场进入价格提升周期

三、我国啤酒进出口市场简析

第二节“十一五”期间中国城市啤酒市场运行动态分析

一、城市啤酒市场特点

二、城市啤酒市场网络构成

三、城市社区啤酒市场开发策略

第三节“十一五”期间中国农村啤酒市场运行态势分析

一、农村啤酒市场特点

二、国内农村啤酒市场潜力巨大

三、发展农村啤酒市场的策略

第四节“十一五”期间中国中高档啤酒市场运行走势分析

- 一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎
- 二、中高档啤酒市场竞争日趋激烈
- 三、中高档啤酒终端市场秩序混乱
- 四、中高档啤酒市场终端竞争带来的后果
- 五、规范中高档啤酒终端市场的对策

第八章“十一五”期间中国啤酒品牌及市场运营调查分析

第一节“十一五”期间中国啤酒品牌发展分析

- 一、中国啤酒品牌发展剖析
- 二、中国区域啤酒品牌的发展
- 三、解析啤酒无品牌观念现象
- 四、中国啤酒品牌发展中的问题及策略

第二节“十一五”期间中国啤酒行业营销分析

- 一、中国啤酒营销总体概况
- 二、中国啤酒文化营销分析
- 三、啤酒夜场营销分析
- 四、中国啤酒行业分众营销分析
- 五、中国啤酒品牌广告策略简析

第三节“十一五”期间中国啤酒消费者分析

- 一、啤酒消费者对产品的认知过程
- 二、啤酒消费者的消费场所
- 三、影响啤酒消费者消费选择的因素
- 四、啤酒消费者的惯性消费

第九章“十一五”期间中国啤酒行业市场竞争格局分析

第一节 啤酒不同发展阶段竞争格局的演变

第二节“十一五”期间中国啤酒行业竞争现状分析

- 一、啤酒产业竞争大战正酣竞合大戏上演
- 二、我国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析
- 三、啤酒行业步入理性竞争时代
- 四、英博并购AB啤酒市场或形成寡头垄断格局

第三节“十一五”期间速度管理提高啤酒企业竞争能力

- 一、速度管理的定义
- 二、速度管理在啤酒企业运用的要点
- 三、探讨啤酒企业的速度管理模式

第四节“十一五”期间中国啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

第五节“十一五”期间中国啤酒行业竞争趋势分析

第十章 啤酒行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

第一节 青岛啤酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第二节 燕京啤酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第三节 重庆啤酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第四节 惠泉啤酒

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第五节 兰州黄河

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第六节 啤酒花

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第十一章 啤酒行业“十二五”发展预测分析

第一节 2010-2015年中国啤酒行业发展前景分析

一、未来我国啤酒业增长潜力地区

二、2010-2015年中国啤酒行业预测分析

第二节 2010-2015年中国啤酒业细分产品发展前景及预测

一、高度啤酒市场发展潜力巨大

二、2010-2015年高端啤酒市场潜力无限

三、功能啤酒开发前景看好

四、风味啤酒具有广阔的发展空间

第三节 2010-2015年中国啤酒行业市场盈利预测分析

第十二章 啤酒行业“十二五”重点项目及投资机会研究

第一节 啤酒行业“十二五”规划重大项目情况

第二节 啤酒行业“十二五”发展趋势分析

一、技术发展预测研究

二、市场发展预测研究

第三节 啤酒行业“十二五”投资重点分析

第四节 啤酒行业“十二五”投资机会分析

第五节 啤酒行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年年固定资产投资新增主要生产能力

图表：.....

更多图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/9290792907.html>