2008-2009年中国啤酒市场调查与投资前景分析研究报告

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《2008-2009年中国啤酒市场调查与投资前景分析研究报告》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/fangzhi/2865428654.html

报告价格：电子版: 6000元　纸介版：6000元　电子和纸介版: 6500

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

内容简介截止2007年1-8月,中国啤酒产量实现2808.52万吨，连续5年居世界首位.中国人均啤酒消费量已达到世界平均28升的水平,但与与欧美发达国家的一百升以上相比还有很大的差距。因此，中国啤酒消费市场具有极大的增长潜力，这也吸引了全球啤酒业的关注。2006年中国啤酒工业产品结构进一步优化，销售收入增幅略高于产量增幅；市场整合得到加强，品牌、服务成为市场竞争的关键点；行业经济指标有升有降，总体效益稳步上扬；资金投入力度持续走高，新建项目不断上马；健康、环保、节能成为新风尚，行业综合管理水平逐步提高。中国啤酒业处于高速成长期和成熟期的临界点。随着我国成为世界第一大啤酒生产市场和消费市场。自2003年以来， A-B、SAB、英博、嘉士伯、喜力等国际啤酒巨头纷纷以合资合作、收购、并购等形式大举进军中国市场，在中国掀起了第二次投资热潮。在这种形势下，以青岛和燕京为代表的国内啤酒巨头也不甘示弱，加大了对国内啤酒行业的整合力度，啤酒行业集中度得到了进一步提高。 自2005年至今,由于行业取水标准的实行、原料价格的上涨，以及电力短缺引起的拉闸限电，许多中小啤酒企业将面临严峻的经营困境，这为国内外大型啤酒集团的进一步扩张提供了有利时机。与此同时，大型啤酒企业在稳固自身传统优势市场的基础上，相互之间为争夺更大的市场份额也将在更多的区域市场上展开直接竞争。2007年1-8月中国啤酒生产企业共586家，2007年1-8月中国啤酒产量达到2808.52万千升/年，较去年同比增长14.61%；实现产品销售收入684.95亿元，同比增长16.70%；利润总额达到50.50亿元，同期增长40.23%；行业利润率为7.73%，同比上升了20.16%.从上述的数据分析来看，中国啤酒行业盈利水平呈强劲增长趋势。报告研发主要数据和资料来源：
1、国家统计局啤酒行业宏观运行数据库 2、国家统计局啤酒行业企业运行情况监测数据库
3、中国啤酒工业协会数据
4、中国期刊网、中国财经报刊数据库、万方数据库等大型文献数据库
5、公司合作或者策略机构消费者调查数据库 6、公司啤酒市场一线人员采集数据目录CONTENTS第一章 啤酒行业概述 1第一节 国际啤酒行业概述 1一、欧洲 1二、美洲 2三、亚洲 3四、非洲 4第二节 中国啤酒行业概况 4一、啤酒行业发展历程 4二、啤酒行业现状概述 7三、啤酒销售和盈利情况分析 10四、啤酒行业特性分析 12五、啤酒行业结构的变化 14六、啤酒行业存在的主要问题 15第三节 中国啤酒替代品分析 24一、三大酒业2003-2007年1-8月市场表现比较分析 24二、三大酒业2003-2007年1-8月经营指标对比分析 25三、三大酒类人均消费量变化分析 26四、影响中国酒业发展的主要因素分析 27五、中国酒业存在的主要问题 31六、中国酒业发展趋势分析 32第四节 啤酒行业发展趋势分析 34一、生产产量将进一步增长 34二、啤酒行业整合进程进一步加快 35三、企业体制向股份制发展 35四、企业规模两极分化 35五、由产能竞争转向效益竞争 35六、市场竞争将更加激烈 36七、产品趋向多样化 36八、注重设备水平和原料质量

36第五节 啤酒行业现存问题探讨 37一、啤酒业共性问题研究
37二、啤酒花产业的机遇、问题与对策 38三、啤酒业竞争时代
40四、国产啤酒机械发展现状及存在的问题 42五、啤酒业原料问题 45六、啤酒物流
46七、啤酒业双重分销 50八、中国啤酒品牌广告策略 52九、啤酒行业弊病分析 58第二章
啤酒关联产业分析 68第一节 中国啤酒主要原料供应分析 68一、麦芽的需求与供给分析
68二、国内啤麦生产及发展状况 68三、啤麦竞争乏力的原因分析
72五、啤酒花行业发展形势 73第二节 中国啤酒包装行业分析 74一、不同包装形式分析
74三、提高啤酒的包装吸引力的方法 77三、啤酒包装产业发展现状及对策
78四、罐装啤酒后市竞争 81第三章 2001－2007年1-8月啤酒行业运行分析 85第一节
2001-2007年1-8月啤酒行业运行变化
85一、2001—2007年1-8月中国啤酒企业数量变化情况分析
85二、2001—2007年1-8月中国啤酒产量增长情况分析
85三、2001—2007年1-8月中国啤酒行业运行基本指标
86四、2001－2007年1-8月中国啤酒行业盈利水平分析 88第二节
2005-2007年1-8月啤酒行业运行情况 88一、2005-2007年1-8月各月份啤酒产量变化
88二、2005-2007年 1-8月年各地区啤酒产量分布情况
90三、2004-2007年1-8月各地区行业销售收入和利润
94四、2004-2006年行业领先企业基本指标 99第三节 2006－2008年啤酒产量预测
100第四章 2001-2006年啤酒进出口状况分析 102第一节 中国啤酒进出口发展概况
102第二节 2001-2006年中国啤酒进出口分析 102一、进口情况分析 102二、出口情况分析
107第五章 啤酒消费者总体分析 113第一节 啤酒消费者调查背景介绍 113一、调查范围
113二、数据来源 113三 其它相关说明 113第二节 消费者社会基本条件分析
114一、不同收入的消费者使用频率 114二、不同收入的消费者包装偏好
114三、不同年龄的消费者使用频率 115四、不同年龄的消费者包装偏好
115五、不用地区的消费者使用频率 116第三节 购买行为分析 116一、购买场合分析
116二、品牌选择分析 117第四节 购买相关的态度和特选 118一、消费者的价格敏感程度
118二、消费者受品牌的影响程度 118三、消费者受包装的影响程度 119第六章
啤酒市场竞争分析 120第一节 市场竞争形式分析 120一、价格竞争 120二、产品竞争
124三、品牌竞争 126第二节 市场竞争特点分析 127一、中国啤酒业仍处于成长期
127二、竞争格局分析 128三、中国啤酒市场竞争还很充分 134四、竞争的焦点 135第三节
行业并购情况分析 136一、中国啤酒行业并购的必然性分析 136二、并购的影响
137三、并购的局限性 138第四节 国际啤酒企业在华的发展 141一、外资第一次大规模进攻
141二、外资啤酒重返中国市场 142三、外资啤酒在中国的发展趋势 143第五节
主要国际啤酒企业进军中国市场情况分析 144一、英博啤酒集团（InBev）
144二、安海斯—布希公司（A－B） 146三、SAB-MILLER国际酿酒集团

149四、苏格兰－纽卡斯尔啤酒集团 150五、嘉士伯啤酒有限公司 152第七章 高档啤酒市场现状和预测 154第一节 中国高档啤酒市场概况 154一、中国高档啤酒的界定 154二、中国高档啤酒市场比例 154第二节 中国高档啤酒发展前景分析 155一、美国高档啤酒概述 155二、中国高档啤酒市场发展条件分析 156三、中国高档啤酒市场预测 159第三节 中国高档啤酒发展策略分析 159第八章 六大区域啤酒产业概况 162第一节 华东地区啤酒产业 162一、华东地区啤酒市场综述及市场潜力预测 162二、华东各省市2001－2007年1-8月产量变化分析 163第二节 中南地区啤酒产业 164一、中南地区啤酒市场综述及市场潜力预测 164二、中南各省市2001－2007年1-8月产量变化分析 166第三节 东北地区啤酒产业 167一、东北地区啤酒市场综述及市场潜力预测 167二、东北各省2001-2007年1-8月产量变化分析 168第四节 华北地区啤酒产业 169一、华北地区啤酒市场综述及市场潜力预测 169二、华北各省（市、区）2001-2007年1-8月产量变化分析171第五节西南地区啤酒产业 172一、西南地区啤酒市场综述及市场潜力预测 172二、西南各省区2001－2007年1-8月啤酒产量变化分析 173第六节 西北地区啤酒产业 174一、西北地区啤酒市场综述及市场潜力预测 174二、西北各省区2001-2007年1-8月啤酒产量变化分析175第九章重点地区啤酒市场分析 177第一节 广东省啤酒市场分析 177一、广东省啤酒市场概述 177二、2004-2007年1-8月广东省啤酒行业运行情况分析 179三、广州市啤酒消费者研究 179四、深圳市啤酒消费者研究 184五、2004-2006年广东省啤酒生产企业经营概况 188六、2004-2006年广东省啤酒进出口情况 189第二节 山东省啤酒市场分析 192一、山东省啤酒市场概述 192二、2004-2007年1-8月山东省啤酒行业运行情况分析 194三、2004-2006年山东省啤酒生产企业经营概况 195四、2004-2006年山东省啤酒出口情况 197第三节 北京市啤酒市场分析 200一、2006年京城啤酒大战将更激烈 200二、2004－2007年1-8月北京市啤酒行业运行情况分析 202三、北京市啤酒消费者分析 203四、2004-2006年北京市主要啤酒生产企业经营概况 208第四节 上海市啤酒市场分析 209一、上海市啤酒市场概述 209二、2004-2007年1-8月上海市啤酒行业运行情况分析 210三、上海市啤酒消费者研究 210四、2004-2006年上海市啤酒生产企业经营概况 216第五节 江苏省啤酒市场分析 216一、2004-2007年1-8月江苏省啤酒行业运行情况分析 216二、南京市啤酒消费者分析 217三、2004-2006年江苏省啤酒生产企业经营概况 222第六节 安徽省啤酒市场分析 224一、安徽省啤酒市场概述 224二、2004-2007年1-8月安徽省啤酒行业运行情况分析 224三、2004-2006年安徽省啤酒生产企业经营概况 225第七节 四川省啤酒市场分析

228一、2004-2007年1-8月四川省啤酒行业运行情况分析 228二、成都市啤酒消费者分析
229三、2004-2006年四川省啤酒生产企业经营概况 233第八节 重庆市啤酒市场分析
236一、2004-2007年1-8月重庆市啤酒行业运行情况分析 236二、重庆市啤酒消费者分析
236三、2004-2005年重庆市啤酒生产企业经营概况 241第九节 陕西省啤酒市场分析
241一、陕西省啤酒市场概述 241二、2004-2007年1-8月陕西省啤酒行业运行情况分析
242三、西安市啤酒消费者分析 242四、2004-2005年陕西省啤酒生产企业经营概况
247第十节 辽宁啤酒市场分析 247一、2004-2007年1-8月辽宁省啤酒行业运行情况分析
247二、沈阳市啤酒消费者研究 248三、大连市啤酒市场分析
252四、2004-2005年辽宁省啤酒生产企业经营概况 252第十章 中国主要啤酒企业分析
254第一节 青岛啤酒集团 254一、青岛啤酒基本情况 254二、青岛啤酒发展历程
255三、青岛啤酒资本运作分析 256四、2004-2007年1-6月青岛啤酒经营情况分析
264五、青岛啤酒成功经验分析及未来发展战略 272六、青岛啤酒集团SWOT分析
276第二节 燕京啤酒集团 278一、燕京啤酒基本情况 278二、燕京啤酒发展历程
279三、燕京啤酒子公司分析 282四、燕京啤酒的扩张
283五、2003-2007年1-6月燕京啤酒经营状况分析 286六 惠泉啤酒股份有限公司
296七、燕京啤酒集团SWOT分析 304第三节 华润雪花啤酒公司 306一、华润啤酒基本情况
306二、华润啤酒的技术状况分析 306三、华润啤酒的扩张情况分析
308四、华润啤酒的市场运作分析 311五、华润啤酒核心竞争力分析
315六、2003－2005年华润啤酒主要子公司产量 316第四节 珠江啤酒集团
317一、珠江啤酒公司简介 317二、2003－2005年珠江啤酒主要子公司产量
318三、珠江啤酒联手英博集团 318四、珠啤成功因素分析 320第五节
金星啤酒集团有限公司 323一、公司的基本情况 323二、金星的市场策略
323三、金星的扩张之路 324四、2003－2005年金星啤酒子公司产量
325五、公司的发展战略 325第六节 哈尔滨啤酒集团 327一、哈尔滨啤酒概况
327二、哈啤集团发展历程 327三、公司的主要投资情况 328四、哈啤的市场策略分析
328第七节 重庆啤酒股份有限责任公司 332一、重庆啤酒概况 332二、重庆啤酒的经营范围
333三、重庆啤酒2004-2007年1-6月经营情况分析 333第八节
百威（武汉）国际啤酒有限公司 339一、百威（武汉）国际啤酒有限公司概况
339二、2003－2005年经营概况 339第九节 金威啤酒有限公司
340一、金威啤酒公司的基本情况 340二、金威公司经营情况
340三、2003－2005年金威主要生产厂家产量 341第十一章 啤酒营销策略分析 342第一节
中国啤酒实操营销策略探析 342一、价格策略 342二、回款策略 342三、促销策略
343四、返利策略 344五、传播策略 344六、发展策略 344七、服务策略 345八、信息策略
345九、营销行为与观念分析 346第二节 中国啤酒营销模式分析
347一、目前啤酒营销的重要模式 348二、啤酒营销的发展趋势 349三、深度分销问题

350第三节 开拓城市市场的策略 351一、城市啤酒市场特点 351二、城市市场的网络结构 352三、开拓城市餐饮、娱乐等啤酒市场 352四、案例分析 353第四节 农村啤酒市场营销策略分析 359一、产品策略 359二、广告策略 360三、价格策略 360四、渠道策略 361第五节 啤酒夜场营销策略 361一、啤酒夜场终端的分类 362二、啤酒夜场市场特点 363三、啤酒夜场营销策略 364第十二章 啤酒行业相关政策分析 369第一节 破除地方保护主义的政策分析 369一、反封锁的斗争 369二、破除封锁的方式 370第二节 定额用水的影响分析 370第三节 《酒类流通管理办法》颁布实施 371第四节 酿酒行业政策分析 372第十三章 啤酒产业投资创新建议 373第一节 产品创新 373一、产生的原因 373二、当前现状 373三、可行性分析 374第二节 管理创新建议 377一、管理现状 377二、管理创新策略 378第三节 生产技术创新 379一、世界新生产技术的借鉴 379二、啤酒生产的纯生化管理 380三、啤酒生产应用酶制剂研究 380第十四章 中国啤酒的国际化分析 382第一节 跨国经营的必要性 382一、中国啤酒业跨国经营的优势 382二、中国啤酒行业跨国经营的劣势 382三、中国啤酒行业走跨国经营的必要性 383第二节 中国啤酒国际化战略建议 384一、中国啤酒国际化的背景 384二、原料策略 386三、兼并与收购战略 386四、人才战略 387五、市场细分策略 387六、国际市场开发策略建议 387第三节 中国啤酒国际化战略案例分析 388一、啤酒行业整合趋势分析 388二、华南啤酒市场呈现三大趋势 391三、华宝信托外资啤酒并购案 393四、跨国并购与中国啤酒行业福利效应的实证分析 394五、华润雪花并购案例 397六、青啤海外代理机制 398附录附录一、“规模以上企业”的具体范围 404附录二、2005-2006年啤酒制造行业销售收入前五十位企业基本指标 404图表目录图表1 1997—2002年东欧啤酒市场规模 2图表 2 2001年东欧啤酒市场份额 2图表 3 1995与1999年亚洲部分地区啤酒人均消费对比 3图表 4 1949-2007年1-8月中国啤酒产量变化图 6图表 5 1999～2007年1-8月中国啤酒业销售收入表 11图表 6 1999～2007年1-8月中国啤酒行业利润变化表 11图表 7 1999～2007年1-8月中国啤酒销售费用情况 11图表 8 中外啤酒业技术水平比较 19图表 9 2005-2007年1-8月中国三大酒类销售收入-成本对比图 24图表 10 中国三大酒类2003—2007年1-8月毛利率对比分析 24图表 11 2005-2007年1-8月中国三大酒业资产－负债对比图 25图表 12 中国三大酒类2002-2007年1-8月啤酒销售收入对比图 25图表 13 中国三大酒类2002-2007年1-8月销售利润总额对比图 26图表 14 2002-2004年三大酒类人均消费量变化图 26图表 15 入世后酒业的关税变化 29图表 16 2000-2004年葡萄酒进出口量值图 30图表 17 2001－2007年1-8月中国啤酒企业数量变化图 85图表 18 2001－2007年1-8月中国啤酒产量变化图 86图表 19

2001－2007年1-8月中国啤酒行业销售收入变化图 87图表 20
2001－2007年1-8月年中国啤酒行业利润总额变化图 87图表 21
2001－2007年1-8月中国啤酒行业利润率变化图 88图表 22
2005年中国啤酒月度产量变化图 89图表 23 2006年中国啤酒月度产量变化图 89图表 24
2007年1-8月中国啤酒月度产量变化图 90图表 25
2005年中国各省（市、自治区）啤酒产量一览表 91图表 26
2006年中国各省（市、自治区）啤酒产量一览表 92图表 27
2007年1-8月中国各省（市、自治区）啤酒产量一览表 93图表 28
2004-2007年1-8月各省（市、自治区）啤酒销售收入统计表 94图表 29
2004年各省（市、自治区）啤酒利润总额统计表 95图表 30
2005年各省（市、自治区）啤酒利润总额统计表 96图表 31
2006年各省（市、自治区）啤酒利润总额统计表 97图表 32
2007年1-8月各省（市、自治区）啤酒利润总额统计表 98图表 33
2004年啤酒制造业销售收入前十家企业运行情况 99图表 34
2005年啤酒制造业销售收入前十家企业运行情况 99图表 35
2006年啤酒制造业销售收入前十家企业运行情况 100图表 36
2006－2008年中国啤酒产量预测计算数据表 100图表 37 2006－2008年中国啤酒产量预测 101图表 38 2001-2006年啤酒进出口数量、金额、均价变化表 102图表 39
2001-2006年啤酒贸易顺差变化表 102图表 40 2001－2006年中国啤酒进口情况表 102图表 41 2001－2006年中国啤酒进口数量变化图 103图表 42
2001－2006年中国啤酒进口金额变化图 103图表 43
2001－2006年中国啤酒进口均价变化图 104图表 44 2005年中国进口啤酒来源统计表 105图表 45 2005年中国进口啤酒主要来源数量、金额比例图 105图表 46
2006年中国进口啤酒主要来源数量,金额比例图 106图表 47 2005年各省市进口啤酒统计表 106图表 48 2005年主要省市进口啤酒数量、金额比例图 107图表 49
2001－2006年中国啤酒出口情况分析 107图表 50 2001－2006年中国啤酒出口数量变化图 108图表 51 2001－2005年中国啤酒出口金额变化图 108图表 52
2001－2006年中国啤酒出口均价变化图 109图表 53 2005年中国啤酒出口国家/地区统计表 110图表 54 2006年中国啤酒主要出口国家/地区统计表 111图表 55
2005年中国啤酒出口主要国家/地区数量、金额比例图 111图表 56
2005年各省市啤酒出口统计表 112图表 57 2005年主要省市啤酒出口数量、金额比例图 112图表 58 中国十大城市不同收入水平消费者啤酒饮用频率表： 114图表 59
中国十大城市不同收入水平消费者啤酒包装偏好表： 115图表 60
中国十大城市各年龄段消费者啤酒饮用频率表： 115图表 61
中国十大城市各年龄段消费者啤酒包装形式偏好分析表 115图表 62

中国十大城市啤酒食用频率对比表 116图表 63 中国十大城市啤酒食用场合对比表 116图表 64 中国十大城市啤酒消费者最常饮用品牌比例列表 117图表 65
中国十大城市啤酒消费者价格影响度对比图 118图表 66
中国十大城市啤酒消费者品牌影响度对比图 118图表 67
中国十大城市啤酒消费者包装影响度对比图 119图表 68 2002年中国啤酒名牌产品公示名单 127图表 69 中国啤酒产业发展时期表 129图表 70 2001－2007年1-8月中国啤酒产量变化图 129图表 71 中国和世界主要啤酒代表国家啤酒市场特征表 130图表 72
2002-2006年中国前十大啤酒生产商市场份额 131图表 73
2005-2006年前三大啤酒生产商简况 131图表 74 中国啤酒行业三层竞争格局图 132图表 75
根据啤酒的售价和消费场所划分啤酒档次表 154图表 76 中国各档次啤酒的划分标准 154图表 77 2005年中国啤酒市场各档次比例图 155图表 78
美国不同档次啤酒产品档次分布图 155图表 79 美国不同档次啤酒产品结构发展趋势预测图 156图表 80 2000-2005年中国人均GDP变化趋势图 156图表 81
2000-2006年中国人均啤酒消费量变化趋势图 157图表 82
十大城市啤酒消费者购买因素对比图 157图表 83 高档啤酒发展驱动因素 158图表 84
中国不同档次啤酒产品结构发展趋势预测图 159图表 85 2004年华东区啤酒市场综合数据表 162图表 86 2005年华东区啤酒市场综合数据表 162图表 87
2006年华东地区啤酒市场综合数据表 162图表 88
2001—2007年中1-8月中国华东地区各省市啤酒产量情况一览表 163图表 89
2001—2007年1-8月中国华东地区各省市啤酒产量增长情况趋势图 164图表 90
2004年华东区啤酒市场综合数据表 165图表 91 2005年中南地区啤酒市场综合数据表 165图表 92 2006年中南地区啤酒市场综合数据表 165图表 93
2001—2007年1-8月中国中南地区各省市啤酒产量一览表 166图表 94
2001—2007年1-8月中国中南地区各省市啤酒产量增长情况趋势图 167图表 95
2004年东北区啤酒市场综合数据表 167图表 96 2005年东北区啤酒市场综合数据表 168图表 97 2006年东北区啤酒市场综合数据表 168图表 98
2001—2007年1-8月中国东北地区各省啤酒产量一览表 168图表 99
2001—2007年1-8月中国东北地区各省啤酒产量增长趋势图 169图表 100
2004年东北区啤酒市场综合数据表 170图表 101 2005年东北区啤酒市场综合数据表 170图表 102 2006年东北区啤酒市场综合数据表 170图表 103
2001—2007年1-8月华北地区各省啤酒产量一览表 171图表 104
2001—2007年1-8月华北地区各省啤酒产量变化情况趋势图 171图表 105
2004年西南区啤酒市场综合数据表 172图表 106
2005年西南区各省（市、区）啤酒市场综合数据表 172图表 107
2006年西南区各省（市、区）啤酒市场综合数据表 172图表 108

2001—2007年1-8月中国西南地区各省市啤酒产量一览表 173图表 109
2001—2007年1-8月中国西南地区各省市啤酒产量增长趋势图 173图表 110
2004年西北区啤酒市场综合数据表 174图表 111
2005年西北区各省（市、区）啤酒市场综合数据表 174图表 112
2006年西北区各省（市、区）啤酒市场综合数据表 174图表 113
2001—2007年1-8月中国西北各省市啤酒产量情况一览表 175图表 114
2001—2007年1-8月中国西北各省市啤酒产量增长趋势图 175图表 115
2004-2007年1-8月广东省啤酒行业运行情况一览表 179图表 116
广州消费者最近三个月内饮用频率分布图 179图表 117 广州消费者选择啤酒的标准 180图表 118 广州消费者最常使用的品牌 180图表 119 广州不同年龄段消费者的口味偏好 181图表 120 广州不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 181图表 121
广州不同年龄段消费者最常选择的包装形式 181图表 122
广州不同收入水平消费者最常选择的包装形式 182图表 123
广州不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 182图表 124
广州不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 182图表 125
广州重度消费者不同年龄段的分布情况 183图表 126
广州重度消费者不同收入水平的分布情况 183图表 127 广州重度消费者选择啤酒的标准 183图表 128 深圳消费者最近三个月内饮用频率分布图 184图表 129深圳消费者选择啤酒的标准 184图表 130深圳消费者最常使用的品牌 184图表 131
深圳不同年龄段消费者的口味偏好 185图表 132
深圳不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 185图表 133
深圳不同年龄段消费者最常选择的包装形式 185图表 134
深圳不同收入水平消费者最常选择的包装形式 186图表 135
深圳不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 186图表 136
深圳不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 186图表 137
深圳州重度消费者不同年龄段的分布情况 187图表 138
深圳重度消费者不同收入水平的分布情况 187图表 139 深圳重度消费者选择啤酒的标准 187图表 140 2004-2006广东省主要啤酒生产企业产量 188图表 141
2004-2006广东省主要啤酒生产企业经营状况 188图表 142
2005-2006广东省主要啤酒生产企业经营状况 189图表 143 广东省其他啤酒生产企业一览表 189图表 144 2004年广东省啤酒出口地区汇总表 190图表 145
2005年广东省啤酒出口地区汇总表 191图表 146 2006年广东省啤酒出口主要地区汇总表 192图表 147 2004-2007年1-8月年山东省啤酒行业运行情况一览表 195图表 148
2004-2006年山东省主要啤酒生产企业基本情况统计表 195图表 149
2005-2006年山东省主要啤酒生产企业基本情况统计表 196图表 150

山东省其他啤酒生产企业一览表 197图表 151 2004年山东省啤酒出口主要国家情况 198图表 152 2005年山东省啤酒出口主要国家情况 199图表 153 2005年山东省啤酒出口主要国家情况 200图表 154 2004-2007年1-8月北京市啤酒行业运行情况一览表 202图表 155 北京消费者最近三个月内饮用频率分布图 203图表 156 北京不同年龄段消费者的口味偏好 203图表 157 北京不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 204图表 158 北京消费者选择啤酒的标准 204图表 159北京消费者最常使用的品牌 205图表 160 北京不同年龄段消费者最常选择的包装形式 205图表 161 北京不同收入水平消费者最常选择的包装形式 206图表 162 北京不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 206图表 163 北京不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 207图表 164 北京重度消费者不同年龄段的分布情况 207图表 165 北京重度消费者不同收入水平的分布情况 208图表 166 北京重度消费者选择啤酒的标准 208图表 167 2004-2006北京市主要啤酒生产企业基本情况统计表 209图表 168 2004-2007年1-8月上海市啤酒行业运行情况一览表 210图表 169 上海消费者最近三个月内饮用频率分布图 210图表 170 上海消费者选择啤酒的标准 211图表 171 上海消费者最常使用的品牌 211图表 172 上海不同年龄段消费者的口味偏好 212图表 173 上海不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 212图表 174 上海不同年龄段消费者最常选择的包装形式 212图表 175 上海不同收入水平消费者最常选择的包装形式 213图表 176 上海不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 213图表 177 上海不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 214图表 178 上海重度消费者不同年龄段的分布情况 214图表 179 上海重度消费者不同收入水平的分布情况 215图表 180 上海重度消费者选择啤酒的标准 215图表 181 2004-2006年上海市啤酒生产企业基本情况统计表 216图表 182 2004-2007年1-8月江苏省啤酒行业运行情况一览表 217图表 183 南京消费者最近三个月内饮用频率分布图 217图表 184 南京不同年龄段消费者的口味偏好 218图表 185 南京不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 218图表 186 南京消费者选择啤酒的标准 219图表 187 南京消费者最常使用的品牌 219图表 188 南京不同年龄段消费者最常选择的包装形式 220图表 189 南京不同收入水平消费者最常选择的包装形式 220图表 190 南京不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 220图表 191 南京不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 221图表 192 南京市重度消费者不同年龄段的分布情况 221图表 193 南京重度消费者不同收入水平的分布情况 221图表 194 南京重度消费者选择啤酒的标准

222图表 195 2004-2006年山东省主要啤酒生产企业基本情况统计表 222图表 196
2004-2007年1-8月安徽省啤酒行业运行情况一览表 225图表 197
2004-2006年安徽省主要啤酒生产企业基本情况统计表 226图表 198
安徽省其他啤酒生产企业一览表 228图表 199
2004-2007年1-8月四川省啤酒行业运行情况一览表 228图表 200
成都消费者最近三个月内饮用频率分布图 229图表 201 成都消费者选择啤酒的标准 229图表
202 成都消费者最常使用的品牌 230图表 203 成都不同年龄段消费者的口味偏好 230图表
204 成都不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 230图表 205
成都不同年龄段消费者最常选择的包装形式 231图表 206
成都不同收入水平消费者最常选择的包装形式 231图表 207
成都不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 231图表 208
成都不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 232图表 209
成都市重度消费者不同年龄段的分布情况 232图表 210
成都重度消费者不同收入水平的分布情况 232图表 211 成都重度消费者选择啤酒的标准
233图表 212 2004-2006年四川省主要啤酒生产企业基本情况统计表 234图表 213
四川省其他啤酒生产企业一览表 236图表 214
2004-2007年1-8月重庆市啤酒行业运行情况一览表 236图表 215
重庆消费者最近三个月内饮用频率分布图 237图表 216 重庆不同年龄段消费者的口味偏好
237图表 217 重庆不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 237图表 218
重庆消费者选择啤酒的标准 238图表 219 重庆消费者最常使用的品牌 238图表 220
重庆不同年龄段消费者最常选择的包装形式 238图表 221
重庆不同收入水平消费者最常选择的包装形式 239图表 222
重庆不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 239图表 223
重庆不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 239图表 224
重庆市重度消费者不同年龄段的分布情况 240图表 225
重庆都重度消费者不同收入水平的分布情况 240图表 226 重庆重度消费者选择啤酒的标准
240图表 227 2004-2005年重庆市啤酒生产企业基本情况统计表 241图表 228
2004-2007年1-8月陕西啤酒行业运行情况一览表 242图表 229
西安消费者最近三个月内饮用频率分布图 242图表 230 西安消费者选择啤酒的标准 243图表
231 西安消费者最常使用的品牌 243图表 232 西安不同年龄段消费者的口味偏好 243图表
233 西安不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 244图表 234
西安不同年龄段消费者最常选择的包装形式 244图表 235
西安不同收入水平消费者最常选择的包装形式 244图表 236
西安不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 245图表
237西安不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 245图表 238

西安市重度消费者不同年龄段的分布情况 246图表 239
西安重度消费者不同收入水平的分布情况 246图表 240 西安重度消费者选择啤酒的标准 246图表 241 2004-2005年陕西省主要啤酒企业基本情况统计表 247图表 242
2004-2007年1-8月辽宁省啤酒行业运行情况一览表 247图表 243
沈阳消费者最近三个月内饮用频率分布图 248图表 244 沈阳不同年龄段消费者的口味偏好 248图表 245 沈阳不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味 248图表 246
沈阳消费者选择啤酒的标准 249图表 247 沈阳消费者最常使用的品牌 249图表 248
沈阳不同年龄段消费者最常选择的包装形式 249图表 249
沈阳不同收入水平消费者最常选择的包装形式 250图表 250
沈阳不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合 250图表 251
沈阳不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合 250图表 252
沈阳市重度消费者不同年龄段的分布情况 251图表 253
沈阳重度消费者不同收入水平的分布情况 251图表 254 沈阳重度消费者选择啤酒的标准 251图表 255 2004-2005年辽宁省主要啤酒生产企业基本情况统计表 253图表 256
辽宁省其他啤酒生产企业一览表 253图表 257 1999－2007年1-8月青岛啤酒产量变化图 254图表 258 2004-青岛啤酒子公司一览表 259图表 259 2006年青岛啤酒子公司一览表 261图表 260 青岛啤酒主要子公司经营指标统计表 266图表 261
青岛啤酒（600600）2002-2007年1-6月资产负债表 266图表 262
青岛啤酒（600600）2002-2007年1-6月利润表 267图表 263
2004-2007年1-6月青岛啤酒集团运行情况 267图表 264
2004年青岛啤酒分分行业（产品）销售情况表 267图表 265
2004年青岛啤酒分产品产量销售情况表 268图表 266
2005年青岛啤酒分产品产量和分行业（产品）销售情况表 268图表 267
2006年青岛啤酒分产品产量和分行业（产品）销售情况表 268图表 268
2007年1-6月青岛啤酒分产品产量和分行业（产品）销售情况表 269图表 269
青岛啤酒2004-2005年主营业务分地区情况表 269图表 270
青岛啤酒2006年主营业务分地区情况表 269图表 271
青岛啤酒2007年上半年主营业务分地区情况表 270图表 272
2004-2007年1-6月青岛啤酒集团运行情况表 270图表 273
2004-2007年1-6月青岛啤酒集团运行情况图 270图表 274
2004-2007年1-6月青岛啤酒集团运行情况表 270图表 275
2004-2007年1-6月青岛啤酒集团运行情况图 271图表 276
1998-2007年1-6月份燕京啤酒产量变化图 279图表 277
燕京啤酒2003年盈利最多的三家子公司基本情况 282图表 278
燕京啤酒2004年盈利最多的三家子公司基本情况 282图表 279

燕京啤酒2006年盈利最多的三家子公司基本情况 282图表 280
近年燕京收购兼并的啤酒企业 284图表 281 燕京啤酒集团2003年在各地市场占有情况
286图表 282 燕京啤酒2005-2007年1-6月资产负债表 291图表 283
2005-2007年1-6月燕京啤酒利润表 291图表 284 2005-2007年1-6月燕京啤酒集团运行情况
292图表 285 2005年上半年燕京啤酒分行业,分产品销售收入情况一览表 292图表 286
2006年燕京啤酒分行业,分产品销售情况表 292图表 287
2007年1-6月分行业,分产品销售情况表 293图表 288
2005年上半年燕京啤酒主要地区地区销售收入情况一览表 293图表 289
2006年燕京啤酒分地区销售情况表 293图表 290 2007年1-6月燕京啤酒分地区销售情况表
294图表 291 2005-7年1-6月燕京啤酒集团运行情况表 294图表 292
2005-7年1-6月燕京啤酒集团运行情况图 294图表 293
2005-2007年1-6月燕京啤酒集团运行情况表 294图表 294
2005-2007年1-6月燕京啤酒集团运行情况图 295图表 295 惠泉啤酒2004年利润总额及构成
298图表 296 2002－2005年惠泉啤酒主要会计数据和财务指标摘要 299图表 297
2005－2007年1-6月惠泉啤酒主要会计数据和财务指标摘要 299图表 298
2005-2007年1-6月惠泉啤酒集团运行情况表 299图表 299
2005年惠泉啤酒主营业务分地行业,产品销售情况表 300图表 300
2006年惠泉啤酒主营业务分行业,分产品销售情况表 300图表 301
2007年1-6月惠泉啤酒主营业务分行业,分产品销售情况表 300图表 302
2005年惠泉啤酒主营业务分地区销售情况表 301图表 303
2006年惠泉啤酒主营业务分地区销售情况表 301图表 304
2007年1-6月惠泉啤酒主营业务分地区销售情况表 301图表 305
2005-007年1-6月惠泉啤酒集团运行情况表 301图表 306
2005-007年1-6月惠泉啤酒集团运行情况图 302图表 307
2005-2007年1-6月惠泉啤酒集团运行情况表 302图表 308
2005-2007年1-6月惠泉啤酒集团运行情况图 302图表 309
华润啤酒主要子公司2003－2005年产量统计表 316图表 310
珠江啤酒主要子公司2003－2005年产量统计表 318图表 311
金星啤酒主要子公司2003－2005年产量统计表 325图表 312 哈尔滨啤酒主要投资情况表
328图表 313 重庆啤酒（600600）2005-2007年1-6月资产负债表 334图表 314
重庆啤酒（600600）2005-2007年1-6月利润表 334图表 315
2005-2007年1-6月重庆啤酒集团运行情况 334图表 316
2005年重庆啤酒分行业产品售情况表 335图表 317
2006年重庆啤酒分行业,分产品销售情况表 335图表 318
2007年1-6月重庆啤酒分行业,分产品销售情况表 335图表 319

2005年重庆啤酒分地区销售情况表 336图表 320 2006年重庆啤酒分地区销售情况表 336图表 321 2007年1-6月重庆啤酒分地区销售情况表 336图表 322
2005-2007年1-6月重庆啤酒运行情况表 337图表 323
2005-2007年1-6月重庆啤酒运行情况图 337图表 324
2005-2007年1-6月重庆啤酒运行情况表 337图表 325
2005-2007年1-6月重庆啤酒运行情况图 337图表 326
2003－2005年百威啤酒基本指标统计表 340图表 327
2003－2005年金威啤酒主要生产厂家产量 341图表 328
2005年啤酒制造行业销售收入前五十位企业基本指标一览表 404

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2865428654.html