

2006年中国啤酒市场研究报告

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《2006年中国啤酒市场研究报告》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/2875828758.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

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

目录第一章	中国啤酒行业相关概述	8	第一节	中国啤酒行业相关定义分析	
8一、	中国啤酒发展历程	8	二、	啤酒的分类	11
三、	中国啤酒行业发展特点分析	12	第二节	从我国啤酒业扩张中看协同化效应	
15一、	中国啤酒市场整合的动力	15	二、	中国啤酒行业整合的过程	
16二、	形成最佳协同化效应，建立优势竞争地位	16	1、	与行业关键成功因素（KSF）相匹配	
16三、	啤酒市场操作的六大要点分析	20	2、	建立有利的市场结构	20
20	啤酒生产技术简介	23	第三节	啤酒生产主要问题	24
24	第二章	世界啤酒行业发展分析	34	第一节	世界啤酒发展历史
34	第二节	世界啤酒市场消费现状分析	36	一、	欧洲
36	一、	欧洲	36	二、	非洲
37	二、	非洲	37	三、	亚洲
37	三、	亚洲	37	四、	北美和南美洲
37	四、	北美和南美洲	37	五、	太平洋地区
38	第三节	东欧啤酒市场分析	39	一、	市场规模
39	一、	市场规模	39	二、	市场份额
40	二、	市场份额	40	三、	2006年市场前景预测
40	第三章	中国啤酒行业原料市场分析	40	第一节	麦芽的需求与供给情况
41	第一节	麦芽的需求与供给情况	41	第二节	国内啤麦生产及发展状况
41	第二节	国内啤麦生产及发展状况	41	第三节	啤酒花供应现状及其发展策略
43	第四章	2004-2005年中国啤酒行业发展状况分析	47	第一节	2004年中国啤酒行业总体情况分析
47	第一节	2004年中国啤酒行业总体情况分析	47	第二节	2004年中国啤酒行业各项经济指标分析
52	一、	工业总产值情况	52	二、	企业评价指标
52	二、	企业评价指标	54	三、	企业盈亏情况
57	四、	资产负债情况	59	五、	产销存情况
59	六、	财务费用情况	61	六、	财务费用情况
63	第三节	2005年中国啤酒制造业主要经济指标分析	66	一、	行业规模
66	一、	行业规模	70	二、	行业效益
70	二、	行业效益	75	三、	其他指标
75	第四节	2005年1-12月啤酒制造分经济类型主要经济指标	82	第一节	2005年1-12月啤酒制造国有企业经济指标
82	第一节	2005年1-12月啤酒制造国有企业经济指标	90	第二节	2005年1-12月啤酒制造集体企业经济指标
90	第二节	2005年1-12月啤酒制造集体企业经济指标	91	第三节	2005年1-12月啤酒制造股份合作企业经济指标
91	第三节	2005年1-12月啤酒制造股份合作企业经济指标	92	第四节	2005年1-12月啤酒制造股份制企业经济指标
92	第四节	2005年1-12月啤酒制造股份制企业经济指标	94	第五节	2005年1-12月啤酒制造私营企业经济指标
94	第五节	2005年1-12月啤酒制造私营企业经济指标	95	第六节	2005年1-12月啤酒制造外商和港澳台投资企业经济指标
95	第六节	2005年1-12月啤酒制造外商和港澳台投资企业经济指标	97	第五节	2005年2-12月啤酒制造收入前十家企业情况
98	第五章	中国啤酒行业进出口分析	103	第一节	啤酒进口情况
103	第一节	啤酒进口情况	103	第二节	2004年我国啤酒出口情况
104	一、	总体出口情况	104	一、	总体出口情况
104	二、	地区出口情况	105	二、	地区出口情况
105	第三节	2005年我国啤酒出口情况	106	一、	出口数量
106	一、	出口数量	106	二、	出口总值
108	第六章	2004-2005年中国啤酒行业区域市场发展分析	110	第一节	华北地区啤酒市场分析
110	第一节	华北地区啤酒市场分析	110	一、	华北啤酒市场发展环境分析
110	二、	华北啤酒市场存在问题	114	三、	北京啤酒市场分析
114	四、	2004-2005年华北地区各省市啤酒数据分析	117	四、	2004-2005年华北地区各省市啤酒数据分析
121	五、	产品发展趋势分析	133	六、	竞争形势分析
133	第二节	华中地区啤酒市场分析	134	第一节	华中地区啤酒市场分析
134	第一节	华中地区啤酒市场分析	144	第二节	华东地区啤酒市场分析
144	第二节	华东地区啤酒市场分析	144	第三节	华南地区啤酒市场分析
167	第三节	华南地区啤酒市场分析	167	第四节	西南地区啤酒市场分析
176	第四节	西南地区啤酒市场分析	176	第五节	西北地区啤酒市场分析
183	第五节	西北地区啤酒市场分析	183	第六节	东北啤酒市场分析
196	第六节	东北啤酒市场分析	196	第七节	中国啤酒行业消费及销售网络分析
204	第七节	中国啤酒行业消费及销售网络分析	204	第一节	城市啤酒消费分析

204一、啤酒消费特点与影响因素 204二、城市啤酒消费分析 205第二节 农村啤酒市场分析
210一、农村市场特点 210二、农村市场开拓 210第三节 啤酒市场销售网络存在的问题
213第四节 啤酒销售网络的构建 214第八章 中国啤酒业营销分析 217第一节
中国啤酒营销渠道变革与发展分析 217一、目前啤酒营销渠道的现状与存在的问题
217二、中国啤酒营销渠道变革的推动力分析
217三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势分析 218第二节 中国啤酒市场运作营销分析
220第三节 高档啤酒市场营销分析 224一、高档啤酒的渠道策略
224二、高档啤酒地差异化策略 225三、高档啤酒的目标策略
225四、高档啤酒的生命周期策略 225五、高档啤酒的渠道设计 225第四节
农村啤酒市场的营销策略 226一、产品策略 227二、广告策略 227三、价格策略
228四、渠道策略 228第九章 中国啤酒市场品牌分析 230第一节 品牌格局分析
230一、品牌发展阶段 230二、品牌特征 231三、企业并购行为对品牌格局的影响
234第二节 品牌战略和策略 234一、品牌发展战略 234二、品牌的推广策略 235第三节
啤酒市场营销中的品牌战略分析 237一、实施中国啤酒品牌战略的重要意义分析
237二、实施啤酒品牌发展战略的策略 239第四节 品牌发展趋势
242一、品牌集中度依然较为分散 242二、品牌档次定位趋向模糊
242三、区域品牌忠诚度将有所下降 243四、品牌价值的提升将取决于品牌的“文化含量”
243第十章 中国啤酒业并购分析 244第一节 行业并购现状 244第二节 行业并购分析
245一、资本实力与资本运营能力 245二、品牌影响力 246三、管理与人才 246第三节
啤酒市场进入并购时代 246第四节 啤酒业：“并购”之后是“竞合”
247一、啤酒业迎来竞合时代 247二、水到渠成的选择 248三、“竞合”席卷整个行业
248四、启动“竞合”的钥匙 249第五节 华润啤酒并购与整合战略解析 250第十一章
中国啤酒业竞争格局分析 253第一节 中国啤酒市场竞争特点分析
253一、竞争者层次明显化 253二、竞争行为的多样化、高层次化
253三、竞争秩序的规范化 253四、竞争程度的激烈化 253第二节
中国啤酒市场竞争形式分析 254一、价格竞争 254二、产品竞争 258三、品牌竞争
260四、广告竞争 261第三节 啤酒业形成新的竞争格局 264第四节
中国啤酒业逐渐形成寡头竞争 265第五节 啤酒市场品牌竞争取代价格竞争
270一、啤酒大战势在必行 270二、低价——不是取胜的法宝
272三、品牌意识——才是企业应培养的 273四、全国性品牌少得可怜
273五、企业集团化、产品个性化是趋势 274六、地域品牌力不从心
275七、时尚将引领消费 275第六节 中国啤酒市场主要竞争者竞争行为的演化方向
276一、巨型啤酒企业竞争行为的演化方向 276二、大型啤酒企业竞争行为的演化方向
278三、中小啤酒企业竞争行为的演化方向 279四、国外资本竞争行为的演化方向
281第七节 啤酒市场竞争策略分析 281一、现行竞争界面分析 281二、惯性竞争思维制约

283三、新型竞争思维转型	284第八节	正确认识我国啤酒市场竞争
286一、正确认识我国啤酒市场竞争所产生的影响		
287二、正确引导和规范啤酒市场竞争的有效对策		289第九节
中国啤酒业竞争格局发展趋势分析	291一、中国啤酒产业未来的竞争格局分析	
292二、中国啤酒业未来的竞争焦点	294第十二章 中国啤酒业主要企业分析	296第一节
青岛啤酒集团	296第二节 燕京啤酒集团	310第三节 华润啤酒
326第四节 广东珠江啤酒集团		
334第五节 河南金星啤酒集团有限公司	336第六节 哈尔滨啤酒集团	344第七节
深圳金威啤酒有限公司	348第八节 惠泉啤酒集团股份有限公司	351第九节
重庆啤酒(集团)有限责任公司	354第十节 金狮啤酒集团	355第十三章 啤酒行业发展趋势分析
357第一节 世界啤酒市场发展趋势	357第二节 中国啤酒行业的发展趋势	
359一、生产产量将进一步增长	359二、啤酒行业整合进程进一步加快	
359三、企业体制向股份制发展	359四、企业规模两极分化	360五、生产能力过剩
360六、市场竞争将更加激烈	360七、新技术将得到应用和推广，产品向多样化方向发展	
361八、注重装备和质量	361	部分图表目录图表
2005年12月份全国啤酒制造业经济指标(1)图表		
2005年12月份全国啤酒制造业经济指标(2)图表		
2005年12月份全国啤酒制造业经济指标(3)图表		
2005年12月份全国啤酒制造业经济指标(4)图表		
2005年1-12月啤酒制造国有企业经济指标图表		
2005年1-12月啤酒制造集体企业经济指标图表		
2005年1-12月啤酒制造股份合作企业经济指标图表		
2005年1-12月啤酒制造股份制企业经济指标图表		
2005年1-12月啤酒制造私营企业经济指标图表		
2005年1-12月啤酒制造外商和港澳台投资企业经济指标图表		
2005年2月啤酒制造收入前十家企业图表	2005年3月啤酒制造收入前十家企业图表	
2005年4月啤酒制造收入前十家企业图表	2005年5月啤酒制造收入前十家企业图表	
2005年6月啤酒制造收入前十家企业图表	2005年7月啤酒制造收入前十家企业图表	
2005年8月啤酒制造收入前十家企业图表	2005年9月啤酒制造收入前十家企业图表	
2005年10月啤酒制造收入前十家企业图表	2005年11月啤酒制造收入前十家企业图表	
2005年12月啤酒制造收入前十家企业图表		
2005年1-12月啤酒制造累计工业总产值(当年价格)图表		
2005年1-12月啤酒制造累计企业单位数单位图表		
2005年1-12月啤酒制造累计全部从业人员平均人数图表		
2005年1-12月啤酒制造累计资产总计图表	2005年1-12月啤酒制造累计负债总计图表	
2005年1-12月啤酒制造累计产品销售收入图表		

2005年1-12月啤酒制造累计产品销售成本图表
2005年1-12月啤酒制造累计产品销售费用图表 2005年1-12月啤酒制造累计利润总额图表
2005年1-12月啤酒制造累计产成品图表 2005年1-12月啤酒制造累计管理费用图表
2005年1-12月啤酒制造累计财务费用图表 2005年1-12月啤酒制造累计亏损企业单位数图表
2005年1-12月啤酒制造累计亏损企业亏损总额图表 2005年1-12月啤酒制造产值利税率图表
2005年1-12月啤酒制造资产负债率图表 2005年1-12月啤酒制造资金利润率图表
2005年1-12月啤酒制造成本费用利润率图表 2005年1-12月啤酒制造产成品资金占用率图表
2005年1-12月啤酒制造人均销售率图表 2005年1-9月我国啤酒出口数量情况图表
2005年1-9月我国啤酒出口数量变化图图表 2005年1-9月我国啤酒出口数量累计变化图图表
2005年1-9月我国啤酒出口数量累计同比增速变化图图表
2005年1-9月我国啤酒出口总值情况图表 2005年1-9月我国啤酒出口总值变化图图表
2005年1-9月我国啤酒出口总值累计变化图图表
2005年1-9月我国啤酒出口总值累计同比增速变化图图表 1997-2010年全国啤酒产销量图表
1999-2010年华北区域啤酒产销量图表 2005年北京啤酒合计图表 2005年天津啤酒合计图表
2005年河北啤酒合计图表 2005年山西啤酒合计图表 2005年内蒙古啤酒合计图表
2005年河南省啤酒合计图表 2005年湖北啤酒合计图表 2005年湖南啤酒合计图表
2005年上海啤酒合计图表 2005年江苏啤酒合计图表 2005年浙江啤酒合计图表
2005年江西啤酒合计图表 2005年安徽啤酒合计图表 2005年山东啤酒合计图表
2005年福建啤酒合计图表 2005年广东啤酒合计图表 2005年广西啤酒合计图表
2005年海南啤酒合计图表 2005年四川啤酒合计图表 2005年贵州啤酒合计图表
2005年云南啤酒合计图表 2005年陕西啤酒合计图表 2005年宁夏啤酒合计图表
2005年甘肃啤酒合计图表 2005年新疆啤酒合计图表 2005年辽宁啤酒合计图表
2005年吉林啤酒合计图表 2005年黑龙江啤酒合计图表
2005年1-12月北京市啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月天津市啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月河北省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月山西省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月内蒙古啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月河南省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月湖北省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月湖南省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月上海市啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月江苏省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月浙江省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月江西省啤酒制造主要经济指标图表

2005年1-12月安徽省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月山东省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月福建省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月广东省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月广西啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月海南省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月四川省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月贵州省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月云南省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月陕西省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月宁夏啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月甘肃省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月新疆啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月辽宁省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月吉林省啤酒制造主要经济指标图表
2005年1-12月黑龙江省啤酒制造主要经济指标图表
2004年啤酒全国合计图表
2004年中国啤酒各省市产量图表 2004年啤酒制造累计工业总产值（当年价格）图表
2004年啤酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长图表
2004年啤酒制造累计全部从业人员平均人数图表 2004年啤酒制造累计产品销售成本图表
2004年啤酒制造累计利润总额图表 2004年啤酒制造累计亏损企业单位数图表
2004年啤酒制造累计亏损企业亏损总额图表 2004年啤酒制造累计资产总计图表
2004年啤酒制造累计负债合计图表 2004年啤酒制造累计产成品图表
2004年啤酒制造累计产品销售收入图表 2004年啤酒制造累计产品销售费用图表
2004年啤酒制造累计财务费用图表 2004年啤酒制造累计管理费用图表
2004年啤酒出口数量表图表 2004年啤酒出口总值图表
2004年全国各省市出口总值累计图表 2004年北京啤酒合计图表 2004年天津啤酒合计图表
2004年河北啤酒啤酒合计图表 2004年山西啤酒合计图表 2004年内蒙古啤酒合计图表
2004年河南省啤酒合计图表 2004年湖北啤酒合计图表 2004年湖南啤酒合计图表
2004年上海啤酒合计图表 2004年江苏啤酒合计图表 2004年浙江啤酒合计图表
2004年江西啤酒合计图表 2004年安徽啤酒合计图表 2004年山东啤酒合计图表
2004年福建啤酒合计图表 2004年广东啤酒合计图表 2004年广西啤酒合计图表
2004年海南啤酒合计图表 2004年四川啤酒合计图表 2004年贵州啤酒合计图表
2004年云南啤酒合计图表 2004年陕西啤酒合计图表 2004年宁夏啤酒合计图表
2004年甘肃啤酒合计图表 2004年新疆啤酒合计图表 2004年辽宁啤酒合计图表
2004年吉林啤酒合计图表 2004年黑龙江啤酒合计图表 啤酒消费与收入水平的关系统计图表

城市居民每周饮用啤酒量图表 城市啤酒消费品牌观图表 城市啤酒品牌渗透率图表
全国市场啤酒品牌综合占有率情况图表 全国啤酒市场品牌渗透率（1）图表
全国啤酒市场品牌渗透率（2）图表 全国啤酒区域市场品牌占有率图表
啤酒品牌的忠诚度图表 青岛、燕京、华润啤酒全国分布图图表
全国品牌啤酒市场一览表图表 20城市居民每周饮用啤酒量图表
全国及地方啤酒品牌前三位图表 20城市全国性啤酒品牌忠诚度图表
不同收入的啤酒消费者对品牌偏好度图表 20城市啤酒消费者品牌观图表
20城市啤酒品牌渗透率图表 四城市最经常饮用的啤酒品牌比例

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2875828758.html>