

# 2006年中国啤酒市场研究报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://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/2878328783.html>

报告价格：电子版: 5200元 纸介版：5700元 电子和纸介版: 6200

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

引言2005 年全年啤酒产量3061.56 万吨，同比增长10.35%。2005 年啤酒制造业工业总产值和产品销售收入均保持快速增长，全年啤酒制造业工业总产值7455270.6

万元，比上年同期增长16.9%；累计产品销售收入7238948.3 万元，比上年同期增长17.35%。2005年面对啤酒进口零关税、原料和能源大幅提价、“甲醛”风波等等不利因素，但是经过努力，各种难题得到化解，产量稳步增长，销售收入稳中有升，质量、品种的影响力日见明显，装备国产化程度发展较快，营销逐渐步入现代化管理的轨道。虽然进口啤酒降为零关税，但是国内市场并未受到国外啤酒的冲击，相反，2005年1-12月共出口啤酒14.69万KL，比上年增长4.04%；进口啤酒2.1万KL，比上年降低了21.28%。目前，我国人均啤酒消费量虽然已接近22升，但中西部地区却仅在10升左右，8亿多人口的农村人均连5升不到。而世界平均水平目前是30升，欧美国家人均年消费啤酒已超过80升。目前“十一五”规划主张消费拉动经济增长，因此随着我国居民（特别是农村居民）的消费水平的不断提高，国内啤酒需求量将继续增大，啤酒市场规模将进一步扩大。本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国食品工业协会以及啤酒行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合我公司对重点区域市场的最新调研数据资料，在大量的数据和分析的基础上，对我国啤酒行业生产销售现状、主要品牌及市场占有率、主要制造商及其市场占有率、市场的竞争状况、进出品形势以及未来市场发展变化作了全方位的剖析，针对整个啤酒行业及啤酒企业提出了大量的建设性的建议和发展方案。全面分析了行业竞争状况。是啤酒生产企业、科研单位、销售企业准确了解啤酒行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

### 目 录第一章

2005-2006年中国啤酒行业发展环境分析第一节2005-2006年中国宏观经济环境分析一、20

05年我国经济总体运行状分析二、2006年1季度我国经济发展分析第二节2005-2006年中国

啤酒原料市场分析一、麦芽的需求与供给情况二、2005-2006年国内啤麦生产及发展状况三

、啤酒花供应现状及其发展策略第三节 2005/2006年中国制酒饮料行业运行情况一、2005

年总体运行情况二、2005年市场供需分析三、2005年主要经营情况第二章

中国啤酒行业发展状况回顾第一节 中国啤酒行业相关定义分析一、中国啤酒发展历程二、

啤酒的分类三、中国啤酒行业发展特点分析三、啤酒生产技术分析第二节 中国啤酒行业历

史现状分析一、2001-2004年中国啤酒行业生产情况二、2001-2004年中国啤酒行业经济

效益情况三、2001-2004年中国啤酒行业结构分析（一）地区结构分析

（二）所有制结构分析第三章2005-2006年中国啤酒行业发展状况分析第一节2005-2006年

中国啤酒行业总体情况分析一、2005年整体发展情况（一）产销突破3000万千升，市场发

展空间巨大（二）成本和竞争双重压力使产量和利润增长率放缓（三）啤酒产量的地区分布

情况二、啤酒行业动态（一）投资动态（二）产业重组动态（三）营销动态（四）行业管理

动态第二节 2005年中国啤酒行业各项经济指标分析一、工业总产值情况二、企业评价指标

三、企业盈亏情况四、资产负债情况五、产销存情况六、财务费用情况第三节2006年1季度整体发展情况一、产销状况二、主要经济指标三、啤酒产量的地区分布情况第四章 2005-2006年中国啤酒行业区域市场发展分析第一节 华北地区啤酒市场分析第二节 华中地区啤酒市场分析第三节 华东地区啤酒市场分析第四节 华南地区啤酒市场分析 第五节 西南地区啤酒市场分析 第六节 西北地区啤酒市场分析 第七节 东北啤酒市场分析第五章 2005-2006年中国啤酒行业进出口分析第一节 啤酒进出口情况第二节 2005-2006年我国啤酒出口情况一、总体出口情况二、地区出口情况第六章 中国啤酒行业消费及销售渠道分析第一节 城市啤酒消费分析一、啤酒消费特点与影响因素二、城市啤酒消费分析第二节 农村啤酒市场分析一、农村市场特点二、农村市场开拓第三节 啤酒市场销售网络存在的问题第四节 啤酒销售网络的构建第七章 2005-2006年中国啤酒业并购分析 第一节 行业并购现状第二节 行业并购分析一、资本实力与资本运营能力二、品牌影响力三、管理与人才第八章 2005-2006年中国啤酒业竞争格局分析 第一节 中国啤酒市场竞争特点分析 一、竞争者层次明显化 二、竞争行为的多样化、高层次化 三、竞争秩序的规范化 四、竞争程度的激烈化第二节 中国啤酒市场竞争形式分析 一、价格竞争 二、产品竞争 三、品牌竞争 四、广告竞争第三节 中国啤酒市场主要竞争者竞争行为的演化方向 一、巨型啤酒企业竞争行为的演化方向 二、大型啤酒企业竞争行为的演化方向 三、中小啤酒企业竞争行为的演化方向 四、国外资本竞争行为的演化方向第四节 中国啤酒业竞争格局发展趋势分析一、2005年中国啤酒行业竞争格局分析二、中国啤酒产业未来的竞争格局分析三、中国啤酒业未来的竞争焦点第九章 中国啤酒业主要企业分析第一节 青岛啤酒集团第二节 燕京啤酒集团第三节 华润啤酒集团第四节 金星啤酒集团第五节 燕京惠泉啤酒第六节 广东珠江啤酒集团第七节 哈尔滨啤酒集团第八节 深圳金威啤酒有限公司第九节 重庆啤酒(集团)有限责任公司第十章 2006年啤酒行业发展趋势及策略分析第一节 世界啤酒市场发展趋势第二节 2006年中国啤酒行业发展趋势分析 一、销量将继续增加二、更加注重产品质量三、国外资本加快步伐进入中国，市场整合局势将再次出现四、啤酒业建设节约型企业第三节 中小啤酒企业应对策略分析部分图表目录图表：2006年1-3月啤酒产量图表：2006年1季度啤酒制造业产销状况图表：2006年1季度啤酒制造业主要经济指标图表2006年1季度啤酒制造收入前十家企业图表：2006年1季度各省啤酒产量及增速情况图表：2004-2006年各月啤酒进口金额及增长情况图表：2004-2006年各月啤酒出口金额及增长情况图表：2004-2006年各月啤酒进口数量及增长情况图表：2004-2006年各月啤酒出口数量及增长情况图表：2004-2005年度我国啤酒行业整体经营情况图表：2002-2005年十大啤酒生产商占全国市场份额图表：2001-2006年外资进入情况图表2005年12月啤酒制造收入前十家企业图表：2005年1-12月啤酒产量图表：2005年各月啤酒制造业产销状况图表：2005年各月啤酒制造业主要经济

指标图表：2005年各省啤酒产量及增速情况图表：2005年各月酒制造业产销状况图表：2005年各月酒制造业主要经济指标图表：2005年酿酒行业产品结构图表：2005年酿酒行业集中度情况图表：2005年1-12月啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月啤酒制造累计产品销售收入图表：2005年1-12月啤酒制造累计负债合计图表：2005年1-12月啤酒制造累计利润总额图表：2005年1-12月啤酒制造累计资产总计图表：2005年1-12月啤酒制造累计产品销售成本图表：2005年1-12月啤酒制造累计企业单位数图表：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年啤酒北京市合计图表：2005年啤酒安徽省合计图表：2005年啤酒福建省合计图表：2005年啤酒甘肃省合计图表：2005年啤酒广东省合计图表：2005年啤酒河南省合计图表：2005年啤酒黑龙江合计图表：2005年啤酒湖北省合计图表：2005年啤酒湖南省合计图表：2005年啤酒吉林省合计图表：2005年啤酒江苏省合计图表：2005年啤酒辽宁省合计图表：2005年啤酒山东省合计图表：2005年啤酒浙江省合计图表：2005年1-12月私营企业啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月北京啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月山东啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月广东啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月黑龙江啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月福建啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月上海啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月湖北啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月河南啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月江苏啤酒制造各项统计指标图表：2005年1-12月浙江啤酒制造各项统计指标图表：2004-2006年青岛啤酒股份有限公司利润构成分析表图表：2004-2006年青岛啤酒股份有限公司获利能力分析表图表：2004-2006年青岛啤酒股份有限公司经营能力分析表图表：2004-2006年青岛啤酒股份有限公司资本结构分析表图表：2004-2006年青岛啤酒股份有限公司发展能力分析表图表：2004-2006年燕京啤酒股份有限公司利润构成分析表图表：2004-2006年燕京啤酒股份有限公司获利能力分析表图表：2004-2006年燕京啤酒股份有限公司经营能力分析表图表：2004-2006年燕京啤酒股份有限公司资本结构分析表图表：2004-2006年燕京啤酒股份有限公司发展能力分析表图表：2004-2006年重庆啤酒股份有限公司利润构成分析表图表：2004-2006年重庆啤酒股份有限公司获利能力分析表图表：2004-2006年重庆啤酒股份有限公司经营能力分析表图表：2004-2006年重庆啤酒股份有限公司资本结构分析表图表：2004-2006年重庆啤酒股份有限公司发展能力分析表图表：2004/2005年青岛啤酒经营业绩比较图表：2002-2005年青岛啤酒吨酒价格与毛利率的近年变化图表：2003-2005年燕京啤酒公司分季度主营业务收入和毛利率变化图表：2003-2005年燕京啤酒公司三项费用及同比增长情况图表：2003-2005年燕京啤酒公司啤酒销量增长与平均价格情况图表：2000-2005年燕京啤酒公司本外埠啤酒销量增长对比图表：2003-2005年燕京啤酒公司ROIC 稳中有降图表：青岛、燕京、华润啤酒全国分布图图表：全国市场啤酒品牌综合占有率情况图表：不同收入消费者的品牌偏好度图表：城市居民每周饮用啤酒量图表：啤酒消费与收入水平的关系统计

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2878328783.html>