

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：<https://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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

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、进出口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。

第一章 目录

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、2005 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 年主要企业经营情况

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况分析
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

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

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

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年啤酒黑龙江省合计图表：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：<https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2878328783.html>