



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年啤酒行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年啤酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126697.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

由于旺季因素的推动，2009年5月国内啤酒产量的增速傲视整个酿酒行业，同比增长速度达到21.7%。啤酒行业良好的表现将给啤酒企业的业绩带来利好和推动。近日，国内酒产量数据出炉，在整个行业保持着高速发展的前提下，以啤酒为代表的子行业更是迅猛向前。数据显示，5月，我国酒产量531万吨，同比增长21%，1-5月累计产量1974.4万吨，同比增长10%。在下面的子行业中，啤酒和白酒的产量保持着迅猛的增长速度。5月，啤酒的产量增速超越白酒，成为酒行业中增速最快的子行业。其中，白酒5月产量(折65度)51.25万吨，同比增长21%；啤酒5月产量462.7万吨，同比增长21.7%；葡萄酒5月产量7万吨，同比上升18.6%；黄酒5月产量7.3万吨，同比增长2.2%。但从数据来看，啤酒的表现引领了整个酒行业。旺季的因素是啤酒产量增速的最大原因之一。进入夏季，啤酒迎来消费旺季，这将给啤酒的产销都带来利好。而凭借着啤酒行业良好的表现，啤酒企业也迎来发展良机。以青岛啤酒为例，5月，青岛啤酒的销量增长14%，其中，青岛啤酒的主要销售区域山东、陕西和广东分别同比增长26.2%、12.44%和5.13%。在接下来的6、7、8三个月中，啤酒还将处于旺季，这也给啤酒继续保持高速增长提供了有利因素。二三季度啤酒企业的业绩表现是决定企业一年业绩的重要时间。从目前的情况来看，如果啤酒行业高速发展的态势继续保持，那么对啤酒企业带来的利好是显而易见的。另外，啤酒产销量也将受目前经济环境影响，随着经济的转暖，啤酒产销量也将稳步上升。而伴随着啤酒原材料价格的下滑，啤酒企业2009年的压力将进一步减轻。

往年相似的是，进入六月，气温陡增，国内啤酒营销竞争由暗自角力向白热化转变，各大啤酒厂家使出浑身招数"搏杀"市场。不同的是，在惨烈的竞争背后，国内啤酒业整合步伐似乎明显加快。啤酒不像白酒要卖文化和历史，啤酒就像食品、饮料和医疗，消费者很容易接受新兴的品牌。此外，相比白酒和红酒而言，啤酒的利润小，所以要规模效应，同时啤酒要新鲜，要保持运输，而通过兼并来满足异地生产，可以保证成本和品质。啤酒业整合加速是必然选择。对于大多数啤酒企业而言，尽管产量增长，利润却并不见有多大起色。2008年中国啤酒销量已连续七年位列全球第一，但我国啤酒业的整体利润率并不高。当前，啤酒业整体并不挣钱，尤其是和白酒业相比较，一目了然。即使是业内最优质的啤酒公司，其盈利能力也与高端白酒公司有着明显差距。据中国酿酒工业协会统计表明，我国啤酒业中45%的企业处于亏损或微亏的边缘，32%左右的企业保本，只有不到20%的企业发展良好，盈利空间较大。2008年啤酒企业亏损率为31.9%，是全行业中亏损率最高的行业运营数据。国内啤酒的吨酒盈利能力只是国外的十分之一，主要是因为产业升级不够、竞争过于惨烈及营销费用过高。国外啤酒公司的数量很少，就几个牌子，而中国有数百家。

尽管当前行业盈利能力不强，但国内啤酒市场的空间巨大是不言而喻，啤酒消费仍有较大空间。自20世纪90年代，中国啤酒行业进入了快速发展的阶段，行业发展至今，中国的啤

酒产量和人均消费量均有大幅度提升。从世界范围看，发达国家啤酒的人均消费量增长缓慢，而在经济增长较快地区，如东欧和中国的啤酒需求量和产量增长速度远远高于世界平均增长速度，增速比发达国家高3%。中国啤酒消费存在着地域分布的不均衡性。中国啤酒行业的发展路径与世界啤酒的发展路径基本一致，也就是从发达地区向不发达地区过渡。区域发展的不平衡也为啤酒企业提供了抢占市场份额的机会以及行业增长的空间。在发达国家啤酒与软饮料的消费量基本持平，根据当前状态推测，我国人均啤酒消费量还有较大增长，预计未来几年将从当前的30升/人上升到40升/人~50升/人。2009年至2012年，啤酒行业面临着较好的发展际遇：国民经济持续快速发展和城市化水平的提高，给行业发展创造了巨大的需求空间；西部大开发、振兴东北地区等老工业基地、促进中部崛起和建设社会主义新农村等重大发展战略，为啤酒行业创造了新的发展机遇；全球经济和区域经济一体化进程的加快，为中国啤酒行业在更大范围内配置资源、开拓市场创造了条件。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、中国经济景气监测中心、中华全国商业信息中心及相关媒体的权威信息，对我国啤酒行业的发展情况、市场现状、行业前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地研究，并分析了啤酒原材料的发展趋势，对今后我国啤酒产业的发展方向做出了精确的预测。同时，本报告也针对啤酒产业的特点，从各个角度全面详实地进行了调研，在报告中汇集了大量、最新的第一手数据，并采用了时间序列分析、回归分析、相关性分析等计量经济模型进行统计及预测。本报告数据全面及时、图表丰富，既有深入的研究，又有直观的比较分析，为啤酒生产和相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 啤酒行业发展概述

第一节 啤酒的定义及分类

一、啤酒的定义

二、啤酒的分类

三、啤酒的特性

第二节 啤酒产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 啤酒行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球啤酒市场发展分析

第一节 2008年全球啤酒市场分析

一、2008年全球啤酒市场回顾

二、2008年全球啤酒市场环境

三、2008年全球啤酒销售分析

四、2008年全球啤酒市场规模

第二节 2009年全球啤酒市场分析

一、2009年全球啤酒需求分析

二、2009年全球啤酒市场规模

三、2009年全球啤酒品牌分析

四、2009年中外啤酒市场对比

第三节 主要国家地区啤酒市场分析

一、2008-2009年美国啤酒市场分析

二、2008-2009年欧洲啤酒市场分析

三、2008-2009年亚洲啤酒市场分析

四、2008-2009年日本啤酒市场分析

五、2008-2009年其他地区啤酒市场

第三章 我国啤酒行业发展现状

第一节 我国啤酒行业发展现状

一、啤酒行业品牌发展现状

二、啤酒行业消费市场现状

三、啤酒市场消费层次分析

四、我国啤酒市场走向分析

第二节 2007-2009年啤酒业发展情况分析

一、2007年啤酒行业发展情况分析

二、2008年啤酒行业发展情况分析

三、2009年啤酒行业发展特点分析

四、2009年1-5月啤酒行业发展情况

第三节 2008-2009年啤酒行业运行分析

一、2008-2009年啤酒业产销存运行分析

二、2008-2009年啤酒行业利润情况分析

三、2008-2009年啤酒行业发展周期分析

四、2009-2012年啤酒行业发展机遇分析

五、2009-2012年啤酒行业利润增速预测

第四章 我国啤酒市场发展研究

第一节 2008年我国啤酒市场发展研究

一、2008年1季度我国啤酒市场研究

二、2008年2季度我国啤酒市场研究

三、2008年3季度我国啤酒市场研究

四、2008年4季度我国啤酒市场研究

第二节 2009年我国啤酒市场情况

一、2009年1-5月我国啤酒产销情况

二、2009年1-5月我国啤酒市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市啤酒市场发展情况

四、2009年1-5月我国啤酒市场发展情况

第三节 2009年我国啤酒市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国啤酒市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国啤酒市场结构分析

三、2009年Q1我国啤酒市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国啤酒市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国啤酒市场结构分析

六、2009年1-5月我国啤酒市场价格走势分析

第四节 2009年我国啤酒业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国啤酒市场格局特点
- 二、2009年Q1我国啤酒产品创新特点
- 三、2009年Q1我国啤酒市场服务特点
- 四、2009年Q1我国啤酒市场品牌特点

第五章 我国啤酒市场调查分析

第一节 2008年我国啤酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国啤酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国啤酒市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第四节 2009年5月份中国啤酒市场调查分析

- 一、主要观点

- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

第六章 啤酒行业经济运行分析

第一节 2008-2009年啤酒产量分析

- 一、2008年啤酒产量分析
- 二、2009年1-5月啤酒产量分析

第二节 2008-2009年啤酒行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年啤酒行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月啤酒行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国啤酒行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况
- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国啤酒行业进出口分析

第一节 我国啤酒进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国啤酒出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国啤酒进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年啤酒进口预测
- 四、2009年啤酒出口预测

第八章 我国啤酒主要替代产品分析

第一节 白酒

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 葡萄酒

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 黄酒

- 一、2008-2009年行业产销情况分析
- 二、2008-2009年行业发展现状分析
- 三、2008-2009年市场需求情况分析
- 四、2008-2009年市场规模情况分析
- 五、2008-2009年行业竞争格局分析
- 六、2008-2009年消费者的偏好分析
- 七、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 啤酒区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国啤酒行业消费市场分析

第一节 啤酒消费者行为调查

一、经常饮用啤酒的场合

二、啤酒的购买的地点

三、饮用啤酒的地点

四、啤酒的购买习惯

五、消费者喝啤酒主要考虑的因素

六、啤酒特色新品的选择

七、消费者注重的啤酒感观指标

八、啤酒品牌的认知途径

九、消费者所喜欢的促销方式

十、消费者经常看的中央电视台节目

十一、消费者经常看的报纸版面

十二、经销啤酒品牌/品种的理由

十三、最有效的广告手段

第二节 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

第三节 农村啤酒消费分析

一、农村市场特点

二、农村市场开拓

第四节 啤酒消费趋势分析

一、中国啤酒业面临消费升级

二、高端啤酒消费趋势

第十一章 我国啤酒行业营销策略分析

第一节 啤酒企业城市市场渠道高效模式

一、传统营销渠道模式影响营销绩效

二、顶新集团营销渠道模式给我们的启示

三、实现高效营销渠道模式的建议

第二节 高档啤酒市场营销分析

一、高档啤酒的渠道策略

二、高档啤酒地差异化策略

三、高档啤酒的目标策略

四、高档啤酒的生命周期策略

五、高档啤酒的渠道设计

第三节 啤酒夜场营销策略分析

一、啤酒夜场终端的分类

二、啤酒夜场市场特点

三、啤酒夜场营销策略

第四节 中国啤酒营销渠道变革与发展

一、啤酒营销渠道的现状与存在的问题

二、中国啤酒营销渠道变革的推动力分析

三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势分析

第五节 中国啤酒企业的营销宝典

一、网络建设

二、促销

第二部分 行业竞争格局

第十二章 啤酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国啤酒行业竞争格局综述

一、2008年啤酒行业集中度

二、2008年啤酒行业竞争程度

三、2008年啤酒企业与品牌数量

四、2008年啤酒行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年啤酒行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外啤酒竞争分析

二、2008-2009年我国啤酒市场竞争分析

三、2008-2009年我国啤酒市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要啤酒企业动向

五、2009年国内啤酒拟在建项目分析

第十三章 啤酒企业竞争策略分析

第一节 啤酒市场竞争策略分析

一、2009年啤酒市场增长潜力分析

二、2009年啤酒主要潜力品种分析

三、现有啤酒产品竞争策略分析

四、潜力啤酒品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 啤酒企业竞争策略分析

- 一、金融危机对啤酒行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后啤酒行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国啤酒市场竞争趋势
- 四、2009-2012年啤酒行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年啤酒行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年啤酒企业竞争策略分析

第十四章 主要啤酒企业竞争分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 华润雪花啤酒（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、企业概况 325
- 二、2007-2008年财务分析 326
- 三、2007-2008年经营状况 330

第四节 广东珠江啤酒集团有限公司 332

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 哈尔滨啤酒集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 深圳金威啤酒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 重庆啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 金星啤酒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 新疆啤酒花股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 啤酒行业发展趋势分析

第一节 我国啤酒行业前景与机遇分析

一、我国啤酒行业发展前景

二、我国啤酒发展机遇分析

三、2009年啤酒的发展机遇分析

四、金融危机对啤酒行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国啤酒市场趋势分析

一、2008-2009年啤酒市场趋势总结

二、2009-2012年啤酒发展趋势分析

三、2009-2012年啤酒市场发展空间

四、2009-2012年啤酒产业政策趋向

五、2009-2012年啤酒技术革新趋势

六、2009-2012年啤酒价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来啤酒行业发展预测

第一节 未来啤酒需求与消费预测

一、2009-2012年啤酒产品消费预测

二、2009-2012年啤酒市场规模预测

三、2009-2012年啤酒行业总产值预测

四、2009-2012年啤酒行业销售收入预测

五、2009-2012年啤酒行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国啤酒行业供需预测

一、2008-2012年中国啤酒供给预测

二、2009-2012年中国啤酒产量预测

三、2009-2012年中国啤酒需求预测

四、2009-2012年中国啤酒供需平衡预测

五、2009-2012年中国啤酒产品价格预测

六、2009-2012年主要啤酒产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 啤酒行业投资现状分析

第一节 2008年啤酒行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月啤酒行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 啤酒行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年啤酒行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内啤酒技术现状

二、2009年啤酒技术发展分析

三、2009-2012年啤酒技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十九章 啤酒行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 啤酒行业投资效益分析

一、2008-2009年啤酒行业投资状况分析

二、2009-2012年啤酒行业投资效益分析

三、2009-2012年啤酒行业投资趋势预测

四、2009-2012年啤酒行业的投资方向

五、2009-2012年啤酒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响啤酒行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响啤酒行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响啤酒行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响啤酒行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国啤酒行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国啤酒行业发展面临的机遇分析

第五节 啤酒行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年啤酒行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年啤酒行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年啤酒行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年啤酒行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年啤酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年啤酒行业其他风险及控制策略

第二十章 啤酒行业投资战略研究

第一节 啤酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国啤酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、啤酒实施品牌战略的意义

三、啤酒企业品牌的现状分析

四、我国啤酒企业的品牌战略

五、啤酒品牌战略管理的策略

第三节 啤酒行业投资战略研究

一、2009年酿酒行业投资战略

二、2009年啤酒行业投资战略

三、2009-2012年啤酒行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

第四节 中国啤酒企业投资建议

一、产品创新建议

二、营销手法创新建议

三、渠道创新建议

图表目录

图表：啤酒产业链分析

图表：国际啤酒市场规模

图表：国际啤酒生命周期

图表：2003-2008年中国啤酒行业市场规模

图表：2002-2008年全球啤酒产业市场规模

图表：2006-2008年啤酒重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国啤酒行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国啤酒行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国啤酒行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国啤酒发展能力分析

图表：2008-2009年中国啤酒竞争力分析

图表：2009-2012年中国啤酒产能预测

图表：2009-2012年中国啤酒消费量预测

图表：2009-2012年中国啤酒市场前景预测

图表：2009-2012年中国啤酒市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国啤酒发展前景预测

图表：2008年1-12月啤酒产量全国合计

图表：2008年1-12月啤酒产量北京市合计

图表：2008年1-12月啤酒产量天津市合计

图表：2008年1-12月啤酒产量河北省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量山西省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量吉林省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月啤酒产量上海市合计

图表：2008年1-12月啤酒产量江苏省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量浙江省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量安徽省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量福建省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量江西省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量山东省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量河南省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量湖北省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量湖南省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量广东省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量广西区合计

图表：2008年1-12月啤酒产量海南省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量重庆市合计

图表：2008年1-12月啤酒产量四川省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量贵州省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量云南省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量陕西省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月啤酒产量新疆区合计

图表：2008年1-12月啤酒产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月啤酒产量全国合计

图表：2009年1-5月啤酒产量北京市合计

图表：2009年1-5月啤酒产量天津市合计

图表：2009年1-5月啤酒产量河北省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量山西省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量吉林省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月啤酒产量上海市合计

图表：2009年1-5月啤酒产量江苏省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量浙江省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量安徽省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量福建省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量江西省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量山东省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量河南省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量湖北省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量湖南省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量广东省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量广西区合计

图表：2009年1-5月啤酒产量海南省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量重庆市合计

图表：2009年1-5月啤酒产量四川省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量贵州省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量云南省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量陕西省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月啤酒产量新疆区合计

图表：2009年1-5月啤酒产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月啤酒行业经济指标新疆区合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月啤酒行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月啤酒进口数据

图表：2008年1季度啤酒进口数据

图表：2008年1月啤酒进口数据

图表：2008年2月啤酒进口数据

图表：2008年3月啤酒进口数据

图表：2008年2季度啤酒进口数据

图表：2008年4月啤酒进口数据

图表：2008年5月啤酒进口数据

图表：2008年6月啤酒进口数据

图表：2008年3季度啤酒进口数据

图表：2008年7月啤酒进口数据

图表：2008年8月啤酒进口数据

图表：2008年9月啤酒进口数据

图表：2008年4季度啤酒进口数据

图表：2008年10月啤酒进口数据

图表：2008年11月啤酒进口数据

图表：2008年12月啤酒进口数据

图表：2008年1-12月啤酒出口数据

图表：2008年1季度啤酒出口数据

图表：2008年1月啤酒出口数据

图表：2008年2月啤酒出口数据

图表：2008年3月啤酒出口数据

图表：2008年2季度啤酒出口数据

图表：2008年4月啤酒出口数据

图表：2008年5月啤酒出口数据

图表：2008年6月啤酒出口数据

图表：2008年3季度啤酒出口数据

图表：2008年7月啤酒出口数据

图表：2008年8月啤酒出口数据

图表：2008年9月啤酒出口数据

图表：2008年4季度啤酒出口数据

图表：2008年10月啤酒出口数据

图表：2008年11月啤酒出口数据

图表：2008年12月啤酒出口数据

图表：2009年1-5月啤酒进口数据

图表：2009年1季度啤酒进口数据

图表：2009年1月啤酒进口数据
图表：2009年2月啤酒进口数据
图表：2009年3月啤酒进口数据
图表：2009年2季度啤酒进口数据
图表：2009年4月啤酒进口数据
图表：2009年5月啤酒进口数据
图表：2009年1-5月啤酒出口数据
图表：2009年1季度啤酒出口数据
图表：2009年1月啤酒出口数据
图表：2009年2月啤酒出口数据
图表：2009年3月啤酒出口数据
图表：2009年2季度啤酒出口数据
图表：2009年4月啤酒出口数据
图表：2009年5月啤酒出口数据
图表：啤酒市场调查对象情况分析
图表：啤酒消费者消费习惯调查
图表：消费者对啤酒产品价格认同情况调查分析
图表：消费者购买渠道情况调查分析
图表：啤酒消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者啤酒品牌构成
图表：啤酒消费者性别比例
图表：啤酒消费者年龄分布
图表：啤酒消费者购买频率分析
图表：啤酒消费者购买啤酒的规格
图表：啤酒消费者购买啤酒消费金额
图表：消费者啤酒功能关注度调查分析
图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126697.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。