



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国啤酒行业投资 策略分析及竞争战略研究咨询报 告

一、调研说明

《2009-2012年中国啤酒行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/127703.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

→内容简介

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。

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。

→报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 啤酒行业概述 1

第一节 啤酒概述 1

一、啤酒的定义 1

二、啤酒的原料 1

三、啤酒的典型特征 3

四、啤酒的质量标准 3

第二节 啤酒分类 4

一、根据原麦汁浓度分类 4

二、根据啤酒色泽分类 4

三、根据杀菌方法分类 5

四、根据包装容器分类 5

五、根据啤酒酵母性质分类 5

第三节 啤酒生产 6

一、麦芽制造 6

二、啤酒酿造 6

三、啤酒灌装 7

四、啤酒生产新技术 8

第二章 全球啤酒市场发展分析 9

第一节 世界啤酒业发展分析 9

一、世界啤酒业发展简况 9

二、世界桶装啤酒市场发展现状 10

三、非洲啤酒市场未受金融危机影响 13

第二节 2008-2009年其他国家啤酒业发展情况 13

一、2008年乌兹别克斯坦啤酒产量 13

二、2008年美国精酿啤酒出口情况 13

三、2008年捷克啤酒出口情况分析 14

四、2008年法国啤酒的消费量情况 15

五、2008-2009年德国啤酒市场分析 16

六、2008-2009年匈牙利啤酒销售情况 17

七、2008-2009年奥地利啤酒销量情况 17

八、2009年俄罗斯啤酒制造商销售情况 17

第三章 我国啤酒行业发展现状 19

第一节 2008年我国啤酒工业运行分析 19

一、2008年啤酒工业总产值分析 19

二、2008年啤酒业销售收入分析 19

三、2008年啤酒行业经济指标及盈利分析 20

四、2008年啤酒生产成本分析 20

五、2008年啤酒业进出口情况 21

六、2008年啤酒业内外资并购情况 21

七、2008年啤酒产品结构发展方向 21

八、2008年啤酒产品质量情况 22

第二节 2008-2009年金融危机对啤酒业的影响 23

一、2008年金融危机对啤酒企业的影响 23

二、2009年金融危机对啤酒企业的影响 25

三、2009年金融危机对中国啤酒业的影响 26

第三节 2009年啤酒行业发展分析 35

一、2009年一季度我国啤酒市场发展状况 35

二、2009年我国啤酒行业一线龙头发展优势 37

- 三、2009年啤酒行业需求分析 38
- 四、我国啤酒业发展存在的问题 39
- 五、2010年上海世博会对啤酒行业的影响 39

第四章 啤酒行业经济运行分析 43

第一节 2008-2009年啤酒行业产销分析 43

- 一、2009年啤酒葡萄酒产销增速 43
- 二、2009年啤酒销量情况及趋势 44
- 三、2009年1-5月啤酒产量分析 45
- 四、2008-2009年我国啤酒产量数据 45

第二节 中国啤酒制造业经济指标分析 52

- 一、2008年啤酒制造销售收入前十家企业 52
- 二、2009年啤酒制造主要经济指标分析 53

第五章 我国啤酒行业进出口分析 117

第一节 2007中国啤酒进出口数据分析 117

- 一、2007年我国啤酒进口数据及金额分析 117
- 二、2007年我国啤酒进口数据及金额分析 120

第二节 2008年中国啤酒进出口数据分析 124

- 一、2008年我国啤酒进口数据及金额分析 124
- 二、2008年我国啤酒出口数据及金额分析 127

第三节 2009年进口啤酒冲击国内高端啤酒市场 131

第六章 我国啤酒市场发展研究 132

第一节 2009年我国啤酒市场发展分析 132

- 一、中国已经成为最大啤酒市场 132
- 二、外资加紧渗透中国啤酒市场 132

第二节 2009年主要地区啤酒市场研究 136

- 一、台湾啤酒进军大陆市场 136
- 二、云南啤酒市场发展研究 137
- 三、四川啤酒市场发展研究 138
- 四、广东啤酒市场发展研究 141

五、郑州啤酒市场调研研究 142

第七章 啤酒区域市场情况分析 144

第一节 2008-2009年广东啤酒市场分析 144

一、2008年广东啤酒市场运行情况 144

二、2008年广东啤酒企业产销情况 148

三、2009年广东啤酒业发展形势 150

四、2009年一季度广东啤酒生产情况 155

第二节 2008-2009年其他啤酒市场分析 155

一、2008年新疆啤酒产销量情况 155

二、2008年湖北啤酒市场运行情况 156

三、2008年辽宁啤酒市场的发展状况 157

四、2009年黑龙江啤酒产业发展形势 160

五、2009年北京啤酒市场格局分析 161

第八章 我国啤酒主要替代产品分析 165

第一节 白酒市场分析 165

一、2008年白酒市场发展状况 165

二、2008年中国白酒进出口统计 170

三、2008-2009年白酒产品产量分析 177

四、2009年一季度白酒行业发展分析 184

五、2009-2012年中国白酒市场发展预测 186

第二节 葡萄酒市场分析 187

一、2008年我国葡萄酒进出口数据 187

二、2008-2009年葡萄酒产量分析 195

三、2009年葡萄酒行业价格分析 201

四、2009年中国葡萄酒市场的发展前景 202

五、2009年金融危机对葡萄酒市场的影响 205

第三节 黄酒市场分析 209

一、2008-2009年黄酒产品产量分析 209

二、2008年二线黄酒品牌发展情况 209

三、黄酒企业增强竞争力策略分析 212

四、2009-2015年黄酒行业发展趋势 214

第四节 保健酒市场分析 215

一、2008年保健酒市场格局分析 215

二、中国保健酒营销市场分析 217

三、保健酒行业盈利模式分析 219

四、2010年保健酒行业市场规模预测 223

第九章 啤酒关联产业发展分析 227

第一节 粮食行业发展分析 227

一、2008年啤酒大麦生产及市场分析 227

二、2008-2009年粮食产品进出口数据分析 230

三、2009年我国粮食生产形势预测 242

四、2009年小麦市场发展形势预测 246

第二节 酒精、原酒行业发展分析 248

一、2008年酒精进出口数据分析 248

二、2008-2009年发酵酒精产量合计 255

三、2008-2009年酒精行业运行情况分析 266

四、2008-2009年酒精价格走势分析 275

第三节 酿酒行业发展分析 277

一、2008-2009年酿酒行业运行情况分析 277

二、2008-2009年饮料酒产量分析 279

三、2009年酿酒行业生产运行情况 285

四、2009年酿酒业发展形势 286

第四节 啤酒包装及机械发展分析 287

一、啤酒配套包装机械市场发展发展潜力 287

二、新型玻璃啤酒包装可行性市场分析 288

三、未来啤酒纸箱包装发展趋势 292

第十章 中国啤酒行业消费市场分析 293

第一节 2009年我国啤酒市场消费分析 293

一、2008年啤酒行业消费规模 293

二、2009年啤酒步入消费旺季 294

三、2009年盛夏拉动啤酒消费	295
第二节 中国啤酒消费者收入分析	296
一、人口规模与年龄结构分析	296
二、学历结构分析	297
三、2009年消费者信心指数分析	298
四、2009年居民生活水平分析	300
五、2009年零售市场情况分析	307
第三节 中国女性啤酒市场调查分析	309
一、啤酒品牌拥有情况	309
二、啤酒品牌意愿拥有情况	310
三、品牌更换情况比较	311
四、女性啤酒市场调查结论	311
第四节 啤酒消费者行为调查分析	312
一、啤酒消费者性别比例	312
二、啤酒消费者年龄结构	312
三、是否经常喝啤酒	312
四、啤酒饮用频率调查	313
五、啤酒饮用史调查	313
六、是否有特别偏爱的啤酒品牌	313
七、购买啤酒时是否指定品牌	313
八、每个月在喝啤酒上的消费	314
九、消费者月收入情况调查	314
十、消费者经常喝的啤酒品牌	314

第十一章 我国啤酒行业营销策略分析 315

第一节 啤酒企业城市市场渠道高效模式 315

- 一、传统营销渠道模式影响营销绩效 315
- 二、顶新集团营销渠道模式给我们的启示 315
- 三、实现高效营销渠道模式的建议 316

第二节 高档啤酒市场营销分析 318

- 一、高档啤酒的渠道策略 318
- 二、高档啤酒地差异化策略 319

- 三、高档啤酒的目标策略 319
- 四、高档啤酒的生命周期策略 320
- 五、高档啤酒餐饮市场调查 320
- 六、高档啤酒的渠道设计 320
- 第三节 啤酒夜场营销策略 321
 - 一、产品策略 322
 - 二、价格策略 322
 - 三、渠道策略 323
 - 四、促销策略 324
 - 五、品牌生动化传播策略 325
 - 六、风险控制策略 326
- 第四节 中国啤酒营销渠道变革与发展 327
 - 一、目前啤酒营销渠道现状与存在的问题 327
 - 二、中国啤酒营销渠道变革的推动力分析 328
 - 三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势 329
- 第五节 中国啤酒企业的营销宝典 332
 - 一、网络建设 333
 - 二、促销 334

第二部分 行业竞争格局

第十二章 啤酒行业竞争格局分析 337

第一节 啤酒行业竞争结构分析 337

- 一、行业内现有企业的竞争 337
- 二、新进入者的威胁 338
- 三、替代品的威胁 339

四、供应商的讨价还价能力 339

五、购买者的讨价还价能力 340

第二节 2008年啤酒市场竞争格局分析 340

- 一、2008年中国十大啤酒排行榜 340
- 二、跨国啤酒在中国市场情况分析 341
- 三、2008-2009年中外资啤酒品牌竞争格局 346

第三节 2009年我国啤酒行业竞争格局 349

- 一、2009年高端啤酒市场竞争情况 349
- 二、啤酒区域品牌竞争成长策略 350
- 三、2009年啤酒企业竞争力的要素分析 351
- 第四节 中国啤酒产业未来的竞争焦点 352
 - 一、资本竞争 352
 - 二、品牌竞争 353
 - 三、工艺技术竞争 353
 - 四、市场份额竞争 354

第十三章 啤酒企业竞争策略分析 355

第一节 领先者市场竞争策略 355

- 一、维护高质量形象 355
- 二、扩大市场需求总量 355
- 三、保护市场份额 356
- 四、扩大市场份额 357

第二节 挑战者市场竞争策略 357

- 一、正面进攻 357
- 二、侧翼攻击 357
- 三、包围进攻 358
- 四、迂回攻击 358
- 五、游击战 358

第三节 中小啤酒企业市场竞争策略 358

- 一、采取主动出击的游击战 359
- 二、采取逐步渗透战术 359
- 三、在新的市场领域保持领先 359
- 四、走协调路线形成战略联盟 359
- 五、运用赛马机制 359
- 六、在特色市场上进行重点投资 360

第四节 啤酒竞争十大逆向策略 360

- 一、“跟随”策略 360
- 二、“复旧”策略 360
- 三、“重返自然”策略 361

- 四、"积小利"策略 361
- 五、"重实"策略 361
- 六、"市场饥饿"策略 361
- 七、"揭短"策略 361
- 八、广告"柔化"策略 362
- 九、"反道"策略 362
- 十、"假戏真唱"策略 362

第十四章 啤酒行业优势企业分析 363

第一节 华润雪花啤酒（中国）有限公司 363

- 一、公司概况 363
- 二、2008年公司经营状况 364
- 三、2009年公司动态 365

第二节 青岛啤酒股份有限公司 366

- 一、公司概况 366
- 二、2008-2009年公司经营状况 367
- 三、2009年公司动态 369

第三节 百威英博啤酒投资（中国）有限公司 371

- 一、公司概况 371
- 二、2009年公司经营状况 373
- 三、2009年公司动态 374

第四节 北京燕京啤酒股份有限公司 375

- 一、公司概况 375
- 二、2008-2009年公司经营状况 377
- 三、2009年公司动态 383

第五节 金星啤酒集团有限公司 384

- 一、公司概况 384
- 二、2009年公司动态 386

第六节 重庆啤酒股份有限公司 389

- 一、公司概况 389
- 二、2008-2009年公司经营状况 391
- 三、2009年公司动态 397

第七节 广州珠江啤酒集团有限公司 399

一、公司概况 399

二、2009年公司动态 399

第八节 深圳金威啤酒集团有限公司 401

一、公司概况 401

二、2008年公司经营状况 403

三、2009年公司动态 408

第九节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司 409

一、公司概况 409

二、2008-2009年公司经营状况 411

三、2009年公司动态 415

第十节 新疆啤酒花股份有限公司 416

一、公司概况 416

二、2008-2009年公司经营状况 417

三、2009年公司动态 421

第三部分 发展趋势预测

第十五章 2009-2012年啤酒行业发展趋势 423

第一节 2009年中国啤酒市场营销趋势 423

一、2009年啤酒行业利好预测 424

二、2009年啤酒市场的特点预测 424

三、2009年啤酒企业生存的焦点问题 427

第二节 2009-2012年我国啤酒行业发展趋势 429

一、2009-2012年啤酒品牌格局发展趋势 429

二、2009-2012年中小啤酒企业发展趋势 430

三、2009-2012年啤酒消费价格趋势 431

第十六章 未来啤酒行业发展分析预测 434

第一节 未来中国啤酒品牌发展预测 434

一、品牌定位分析 434

二、产品结构分析 434

三、营销渠道分析 435

四、产品价格分析	435
五、品牌力的分析	436
六、品牌传播分析	436
七、市场格局分析	438
八、品牌发展预测	438
第二节 中国啤酒行业未来走势	439
一、产业集中度走势	439
二、行业寡头逐渐形成	440
三、竞争国际化走势	440
四、一业为主及多元发展化走势	441
五、管理信息化走势	441
六、工艺技术现代化化走势	441
七、产品多样化及结构合理化走势	441
第三节 未来几年中国啤酒厂家发展趋势预测	442

第四部分 投资战略研究

第十七章 啤酒行业投资环境分析	447
第一节 经济发展环境分析	447
一、2008年宏观经济发展情况分析	447
二、2008-2009年我国宏观经济景气指数分析	477
三、2008-2009年居民消费价格分类指数分析	482
四、2009年我国宏观经济运行分析	490
第二节 社会发展环境分析	503
一、2009年全国居民收入情况分析	503
二、2009年全国社会消费品零售总额	504
三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况	505
四、2009年全国居民消费价格分析	506
第三节 我国啤酒法律法规分析	508
一、《反垄断法》对酒市的作用	508
二、酒类流通准入体系分析	510
三、酒类生产标准化体系分析	511
四、酒类产品质量认可认证体系分析	512

第十八章 啤酒行业投资机会与风险 514

第一节 2009年啤酒行业投资现状及机会 514

- 一、2009年啤酒行业相对机会来临 514
- 二、2009年国内啤酒巨头投资步伐 514
- 三、2009年啤酒消费旺季和重组带来的投资机会 515
- 四、2009年啤酒行业投资策略 516

第二节 啤酒企业战略规划不确定性风险分析 518

- 一、客观事件的不确定性风险 518
- 二、市场的不确定性风险 519
- 三、行业发展的不确定性风险 519
- 四、技术发展的不确定性风险 520
- 五、战略规划者的主观不确定性风险 520
- 六、执行过程的不确定性风险 521
- 七、工具方法的局限性风险 521
- 八、战略规划系统的不确定性风险 521

第三节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 522

- 一、为享受调控政策带来机遇 522
- 二、为搞好战略转型带来机遇 523
- 三、为吸引国际投资带来机遇 523
- 四、为招聘高端人才带来机遇 524
- 五、为实施战略重组带来机遇 524
- 六、为降低制造成本带来机遇 525

第四节 金融危机下啤酒行业发展机遇分析 525

- 一、金融危机为啤酒企业提供了并购国外企业的机会 525
- 二、金融危机导致部分经营不善的啤酒企业退出市场 527
- 三、金融危机也给啤酒带来了巨大发展机遇 527
- 四、金融危机中我国啤酒企业发展机遇分析 528

第十九章 啤酒行业投资战略研究 529

第一节 啤酒行业利润结构分析与利润提升策略 529

- 一、啤酒行业已进入微利时代 529
- 二、进入微利时代的根本因素 529

三、阻碍啤酒行业提升的因素	530
四、啤酒行业的利润结构分析	531
五、微利时代的利润提升策略	532
第二节 啤酒市场发展策略	534
一、产品策略	534
二、价格策略	535
三、渠道策略	535
四、促销策略	536
第三节 2009-2012年我国啤酒企业发展策略	537
一、坚守核心主业	537
二、构建优质渠道	537
三、整合优质资源	538
四、提升经营能力	539
五、明确品牌形象	539
六、调整市场策略	540
第四节 啤酒行业发展战略研究	541
一、技术开发战略	541
二、产业战略规划	544
三、业务组合战略	546
四、营销战略规划	549
五、区域战略规划	551
六、企业信息化战略规划	560
第五节 对我国啤酒品牌的战略思考	561
一、品牌的基本含义	562
二、品牌战略在企业发展中的重要性	562
三、啤酒品牌的特性和作用	563
四、啤酒品牌的价值战略	563
五、我国啤酒品牌竞争趋势	564
六、啤酒企业品牌发展战略	565
七、啤酒行业品牌竞争策略	566

图表：2008年德国啤酒15强品牌排行榜 16

图表：2008年啤酒行业销量排行榜 20

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量全国合计 45

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量北京市合计 45

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量天津市合计 45

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量河北省合计 46

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量山西省合计 46

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量内蒙古合计 46

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量辽宁省合计 46

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量吉林省合计 46

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量黑龙江合计 47

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量上海市合计 47

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量江苏省合计 47

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量浙江省合计 47

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量安徽省合计 47

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量福建省合计 48

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量江西省合计 48

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量山东省合计 48

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量河南省合计 48

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量湖北省合计 48

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量湖南省合计 49

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量广东省合计 49

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量广西区合计 49

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量海南省合计 49

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量重庆市合计 49

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量四川省合计 50

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量贵州省合计 50

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量云南省合计 50

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量西藏区合计 50

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量陕西省合计 50

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量甘肃省合计 51

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量青海省合计 51

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量宁夏区合计 51

图表：2008-2009年3月啤酒产品产量新疆区合计 51

图表：2008年2月啤酒制造销售收入前十家企业 52

图表：2008年5月啤酒制造销售收入前十家企业 52

图表：2008年8月啤酒制造销售收入前十家企业 52

图表：2008年11月啤酒制造销售收入前十家企业 53

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标全国合计 53

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标北京市合计 55

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标天津市合计 57

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标河北省合计 59

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标山西省合计 61

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标内蒙古合计 63

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标辽宁省合计 65

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标吉林省合计 67

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标黑龙江合计 69

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标上海市合计 71

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标江苏省合计 73

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标浙江省合计 75

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标安徽省合计 77

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标福建省合计 79

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标江西省合计 81

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标山东省合计 83

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标河南省合计 85

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标湖北省合计 87

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标湖南省合计 89

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标广东省合计 91

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标广西区合计 93

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标海南省合计 95

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标重庆市合计 97

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标四川省合计 99

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标贵州省合计 101

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标云南省合计 103

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标西藏区合计 105

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标陕西省合计 107

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标甘肃省合计 109

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标青海省合计 111

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标宁夏区合计 113

图表：2009年1-3月啤酒制造主要经济指标新疆区合计 115

图表：2007年1-12月我国啤酒进口数据 117

图表：2007年1季度我国啤酒进口数据 117

图表：2007年1月我国啤酒进口数据 117

图表：2007年2月我国啤酒进口数据 117

图表：2007年3月我国啤酒进口数据 118

图表：2007年2季度我国啤酒进口数据 118

图表：2007年4月我国啤酒进口数据 118

图表：2007年5月我国啤酒进口数据 118

图表：2007年6月我国啤酒进口数据 118

图表：2007年3季度我国啤酒进口数据 119

图表：2007年7月我国啤酒进口数据 119

图表：2007年8月我国啤酒进口数据 119

图表：2007年9月我国啤酒进口数据 119

图表：2007年4季度我国啤酒进口数据 119

图表：2007年10月我国啤酒进口数据 120

图表：2007年11月我国啤酒进口数据 120

图表：2007年12月我国啤酒进口数据 120

图表：2007年1-12月我国啤酒出口数据 120

图表：2007年1季度我国啤酒出口数据 120

图表：2007年1月我国啤酒出口数据 121

图表：2007年2月我国啤酒出口数据 121

图表：2007年3月我国啤酒出口数据 121

图表：2007年2季度我国啤酒出口数据 121

图表：2007年4月我国啤酒出口数据 121

图表：2007年5月我国啤酒出口数据 122

图表：2007年6月我国啤酒出口数据 122

图表：2007年3季度我国啤酒出口数据 122

图表：2007年7月我国啤酒出口数据 122

图表：2007年8月我国啤酒出口数据 122

图表：2007年9月我国啤酒出口数据 123

图表：2007年4季度我国啤酒出口数据 123

图表：2007年10月我国啤酒出口数据 123

图表：2007年11月我国啤酒出口数据 123

图表：2007年12月我国啤酒出口数据 123

图表：2008年1月我国啤酒进口数据 124

图表：2008年2月我国啤酒进口数据 124

图表：2008年3月我国啤酒进口数据 124

图表：2008年1季度我国啤酒进口数据 124

图表：2008年4月我国啤酒进口数据 125

图表：2008年5月我国啤酒进口数据 125

图表：2008年6月我国啤酒进口数据 125

图表：2008年2季度我国啤酒进口数据 125

图表：2008年7月我国啤酒进口数据 125

图表：2008年8月我国啤酒进口数据 126

图表：2008年9月我国啤酒进口数据 126

图表：2008年3季度我国啤酒进口数据 126

图表：2008年10月我国啤酒进口数据 126

图表：2008年11月我国啤酒进口数据 126

图表：2008年12月我国啤酒进口数据 127

图表：2008年4季度我国啤酒进口数据 127

图表：2008年1-12月我国啤酒进口数据 127

图表：2008年1月我国啤酒出口数据 127

图表：2008年2月我国啤酒出口数据 127

图表：2008年3月我国啤酒出口数据 128

图表：2008年1季度我国啤酒出口数据 128

图表：2008年4月我国啤酒出口数据 128

图表：2008年5月我国啤酒出口数据 128

图表：2008年6月我国啤酒出口数据 128

图表：2008年2季度我国啤酒出口数据 129

图表：2008年7月我国啤酒出口数据 129

图表：2008年8月我国啤酒出口数据 129

图表：2008年9月我国啤酒出口数据 129

图表：2008年3季度我国啤酒出口数据 129

图表：2008年10月我国啤酒出口数据 130

图表：2008年11月我国啤酒出口数据 130

图表：2008年12月我国啤酒出口数据 130

图表：2008年4季度我国啤酒出口数据 130

图表：2008年1-12月我国啤酒出口数据 130

图表：部分啤酒企业股权结构 136

图表：2008年1月我国白酒进口数据 170

图表：2008年2月我国白酒进口数据 171

图表：2008年3月我国白酒进口数据 171

图表：2008年1季度我国白酒进口数据 171

图表：2008年4月我国白酒进口数据 171

图表：2008年5月我国白酒进口数据 171

图表：2008年6月我国白酒进口数据 172

图表：2008年2季度我国白酒进口数据 172

图表：2008年7月我国白酒进口数据 172

图表：2008年8月我国白酒进口数据 172

图表：2008年9月我国白酒进口数据 172

图表：2008年3季度我国白酒进口数据 173

图表：2008年10月我国白酒进口数据 173

图表：2008年11月我国白酒进口数据 173

图表：2008年12月我国白酒进口数据 173

图表：2008年4季度我国白酒进口数据 173

图表：2008年1-12月我国白酒进口数据 174

图表：2008年1月我国白酒出口数据 174

图表：2008年2月我国白酒出口数据 174

图表：2008年3月我国白酒出口数据 174

图表：2008年1季度我国白酒出口数据 174

图表：2008年4月我国白酒出口数据 175

图表：2008年5月我国白酒出口数据 175

图表：2008年6月我国白酒出口数据 175

图表：2008年2季度我国白酒出口数据 175

图表：2008年7月我国白酒出口数据 175

图表：2008年8月我国白酒出口数据 176

图表：2008年9月我国白酒出口数据 176

图表：2008年3季度我国白酒出口数据 176

图表：2008年10月我国白酒出口数据 176

图表：2008年11月我国白酒出口数据 176

图表：2008年12月我国白酒出口数据 177

图表：2008年4季度我国白酒出口数据 177

图表：2008年1-12月我国白酒出口数据 177

图表：2008-2009年3月白酒产品产量全国合计 177

图表：2008-2009年3月白酒产品产量北京市合计 177

图表：2008-2009年3月白酒产品产量天津市合计 178

图表：2008-2009年3月白酒产品产量河北省合计 178

图表：2008-2009年3月白酒产品产量山西省合计 178

图表：2008-2009年3月白酒产品产量内蒙古合计 178

图表：2008-2009年3月白酒产品产量辽宁省合计 178

图表：2008-2009年3月白酒产品产量吉林省合计 179

图表：2008-2009年3月白酒产品产量黑龙江合计 179

图表：2008-2009年3月白酒产品产量上海市合计 179

图表：2008-2009年3月白酒产品产量江苏省合计 179

图表：2008-2009年3月白酒产品产量浙江省合计 179

图表：2008-2009年3月白酒产品产量福建省合计 180

图表：2008-2009年3月白酒产品产量江西省合计 180

图表：2008-2009年3月白酒产品产量山东省合计 180

图表：2008-2009年3月白酒产品产量河南省合计 180

图表：2008-2009年3月白酒产品产量湖北省合计 181

图表：2008-2009年3月白酒产品产量湖南省合计 181

图表：2008-2009年3月白酒产品产量广东省合计 181

图表：2008-2009年3月白酒产品产量广西区合计 181

图表：2008-2009年3月白酒产品产量海南省合计 182

图表：2008-2009年3月白酒产品产量重庆市合计 182

图表：2008-2009年3月白酒产品产量四川省合计 182

图表：2008-2009年3月白酒产品产量贵州省合计 182

图表：2008-2009年3月白酒产品产量云南省合计 183

图表：2008-2009年3月白酒产品产量西藏区合计 183

图表：2008-2009年3月白酒产品产量陕西省合计 183

图表：2008-2009年3月白酒产品产量甘肃省合计 183

图表：2008-2009年3月白酒产品产量青海省合计 184

图表：2008-2009年3月白酒产品产量宁夏区合计 184

图表：2008-2009年3月白酒产品产量新疆区合计 184

图表：2008年1月我国葡萄酒进口数据 187

图表：2008年2月我国葡萄酒进口数据 187

图表：2008年3月我国葡萄酒进口数据 187

图表：2008年1季度我国葡萄酒进口数据 188

图表：2008年4月我国葡萄酒进口数据 188

图表：2008年5月我国葡萄酒进口数据 188

图表：2008年6月我国葡萄酒进口数据 188

图表：2008年2季度我国葡萄酒进口数据 189

图表：2008年7月我国葡萄酒进口数据 189

图表：2008年8月我国葡萄酒进口数据 189

图表：2008年9月我国葡萄酒进口数据 189

图表：2008年3季度我国葡萄酒进口数据 190

图表：2008年10月我国葡萄酒进口数据 190

图表：2008年11月我国葡萄酒进口数据 190

图表：2008年12月我国葡萄酒进口数据 190

图表：2008年4季度我国葡萄酒进口数据 191

图表：2008年1-12月我国葡萄酒进口数据 191

图表：2008年1月我国葡萄酒出口数据 191

图表：2008年2月我国葡萄酒出口数据 191

图表：2008年3月我国葡萄酒出口数据 192

图表：2008年1季度我国葡萄酒出口数据 192

图表：2008年4月我国葡萄酒出口数据 192

图表：2008年5月我国葡萄酒出口数据 192

图表：2008年6月我国葡萄酒出口数据 193

图表：2008年2季度我国葡萄酒出口数据 193

图表：2008年7月我国葡萄酒出口数据 193

图表：2008年8月我国葡萄酒出口数据 193

图表：2008年9月我国葡萄酒出口数据 194

图表：2008年3季度我国葡萄酒出口数据 194

图表：2008年10月我国葡萄酒出口数据 194

图表：2008年11月我国葡萄酒出口数据 194

图表：2008年12月我国葡萄酒出口数据 195

图表：2008年4季度我国葡萄酒出口数据 195

图表：2008年1-12月我国葡萄酒出口数据 195

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量全国合计 195

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量北京市合计 196

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量天津市合计 196

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量河北省合计 196

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量山西省合计 196

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量内蒙古合计 196

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量辽宁省合计 197

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量吉林省合计 197

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量黑龙江合计 197

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量上海市合计 197

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量江苏省合计 197

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量浙江省合计 198

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量安徽省合计 198

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量福建省合计 198

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量山东省合计 198

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量河南省合计 198

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量湖北省合计 199

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量湖南省合计 199

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量广西区合计 199

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量重庆市合计 199

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量四川省合计 199

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量贵州省合计 200

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量云南省合计 200

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量陕西省合计 200

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量甘肃省合计 200

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量宁夏区合计 200

图表：2008-2009年3月葡萄酒产品产量新疆区合计 201

图表：2008-2009年3月黄酒产品产量全国合计 209

图表：2008年1月粮食产品进口数据分析 230

图表：2008年2月粮食产品进口数据分析 230

图表：2008年3月粮食产品进口数据分析 231

图表：2008年1季度粮食产品进口数据分析 231

图表：2008年4月粮食产品进口数据分析 231

图表：2008年5月粮食产品进口数据分析 232

图表：2008年6月粮食产品进口数据分析 232

图表：2008年2季度粮食产品进口数据分析 232

图表：2008年7月粮食产品进口数据分析 233

图表：2008年8月粮食产品进口数据分析 233

图表：2008年9月粮食产品进口数据分析 233

图表：2008年3季度粮食产品进口数据分析 234

图表：2008年10月粮食产品进口数据分析 234

图表：2008年11月粮食产品进口数据分析 234

图表：2008年12月粮食产品进口数据分析 235

图表：2008年4季度粮食产品进口数据分析 235

图表：2008年1-12月粮食产品进口数据分析 235

图表：2008年1月粮食产品出口数据分析 236

图表：2008年2月粮食产品出口数据分析 236

图表：2008年3月粮食产品出口数据分析 237

图表：2008年1季度粮食产品出口数据分析 237

图表：2008年4月粮食产品出口数据分析 237

图表：2008年5月粮食产品出口数据分析 238

图表：2008年6月粮食产品出口数据分析 238

图表：2008年2季度粮食产品出口数据分析 238

图表：2008年7月粮食产品出口数据分析 239

图表：2008年8月粮食产品出口数据分析 239

图表：2008年9月粮食产品出口数据分析 239

图表：2008年3季度粮食产品出口数据分析 240

图表：2008年10月粮食产品出口数据分析 240

图表：2008年11月粮食产品出口数据分析 240

图表：2008年12月粮食产品出口数据分析 241

图表：2008年4季度粮食产品出口数据分析 241

图表：2008年1-12月粮食产品出口数据分析 241

图表：2008年1月我国酒精进口数据 248

图表：2008年2月我国酒精进口数据 248

图表：2008年3月我国酒精进口数据 248

图表：2008年1季度我国酒精进口数据 249

图表：2008年4月我国酒精进口数据 249

图表：2008年5月我国酒精进口数据 249

图表：2008年6月我国酒精进口数据 249

图表：2008年2季度我国酒精进口数据 249

图表：2008年7月我国酒精进口数据 250

图表：2008年8月我国酒精进口数据 250

图表：2008年9月我国酒精进口数据 250

图表：2008年3季度我国酒精进口数据 250

图表：2008年10月我国酒精进口数据 250

图表：2008年11月我国酒精进口数据 251

图表：2008年12月我国酒精进口数据 251

图表：2008年4季度我国酒精进口数据 251

图表：2008年1-12月我国酒精进口数据 251

图表：2008年1月我国酒精出口数据 251

图表：2008年2月我国酒精出口数据 252

图表：2008年3月我国酒精出口数据 252

图表：2008年1季度我国酒精出口数据 252

图表：2008年4月我国酒精出口数据 252

图表：2008年5月我国酒精出口数据 252

图表：2008年6月我国酒精出口数据 253

图表：2008年2季度我国酒精出口数据 253

图表：2008年7月我国酒精出口数据 253

图表：2008年8月我国酒精出口数据 253

图表：2008年9月我国酒精出口数据 253

图表：2008年3季度我国酒精出口数据 254

图表：2008年10月我国酒精出口数据 254

图表：2008年11月我国酒精出口数据 254

图表：2008年12月我国酒精出口数据 254

图表：2008年4季度我国酒精出口数据 254

图表：2008年1-12月我国酒精出口数据 255

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量全国合计 255

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量天津市合计 255

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量河北省合计 256

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量山西省合计 256

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量辽宁省合计 257

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量吉林省合计 257

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量黑龙江合计 257

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量江苏省合计 258

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量浙江省合计 258

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量安徽省合计 259

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量山东省合计 259

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量河南省合计 260

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量湖北省合计 260

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量湖南省合计 261

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量广东省合计 261

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量广西区合计 261

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量海南省合计 262

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量四川省合计 262

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量贵州省合计 263

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量云南省合计 263

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量陕西省合计 264

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量甘肃省合计 264

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量新疆区合计 265

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量宁夏区合计 265

图表：2008-2009年3月发酵酒精产量内蒙古合计 265

图表：2000-2008年食用酒精与白酒产量曲线 267

图表：2000-2008年中国酒精出口量示意图 268

图表：2008年国内食用酒精现货价格走势 269

图表：2008年国内各类食用酒精产量占比 271

图表：2009年1-2月我国主要产区酒精产量示意图 275

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量全国合计 279

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量北京市合计 279

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量天津市合计 279

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量河北省合计 279

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量山西省合计 280

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量内蒙古合计 280

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量辽宁省合计 280

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量吉林省合计 280

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量黑龙江合计 280

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量上海市合计 281

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量江苏省合计 281

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量浙江省合计 281

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量安徽省合计 281

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量福建省合计 281

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量江西省合计 282

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量山东省合计 282

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量河南省合计 282

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量湖北省合计 282

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量湖南省合计 282

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量广东省合计 283

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量广西区合计 283

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量海南省合计 283

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量重庆市合计 283

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量四川省合计 283

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量贵州省合计 284

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量云南省合计 284

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量西藏区合计 284

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量陕西省合计 284

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量甘肃省合计 284

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量青海省合计 285

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量宁夏区合计 285

图表：2008-2009年3月饮料酒产品产量新疆区合计 285

图表：2008年我国人口数及其构成 297

图表：2009年1月我国消费者信心指数 298

图表：2009年2月我国消费者信心指数 298

图表：2009年3月我国消费者信心指数 299

图表：2009年4月我国消费者信心指数 299

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 300

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 300

图表：2009年3月我国居民消费价格分类指数 301

图表：2009年4月我国居民消费价格分类指数 301

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 301

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 302

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 302

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 302

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 302

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 303

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 303

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 303

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 303

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 304

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（一） 304

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（二） 304

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（三） 304

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（四） 305

图表：2009年3月我国各地居民消费价格指数（五） 305

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（一） 305

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（二） 305

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（三） 306

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（四） 306

图表：2009年4月我国各地居民消费价格指数（五） 306

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 307

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 307

图表：2009年3月我国社会消费品零售总额情况 308

图表：2009年4月我国社会消费品零售总额情况 308

图表：啤酒品牌拥有情况 309

图表：啤酒品牌意愿拥有情况 310

图表：品牌更换情况比较 311

图表：啤酒消费者性别比例 312

图表：啤酒消费者年龄结构 312

图表：是否经常喝啤酒 312

图表：啤酒饮用频率调查 313

图表：啤酒饮用史调查 313

图表：是否有特别偏爱的啤酒品牌 313

图表：购买啤酒时是否指定品牌 313

图表：每个月在喝啤酒上的消费 314

图表：消费者月收入情况调查 314

图表：消费者经常喝的啤酒品牌 314

图表：啤酒批发商结构 328

图表：经销商代理制渠道模式 330

图表：直销渠道模式 330

图表：平台式渠道模式 331

图表：2008年中国十大啤酒企业产量排行榜 340

图表：行业市场竞争者地位结构 355

图表：2009年青岛啤酒交易后股权结构 374

图表：2008年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务构成 377

图表：2008年北京燕京啤酒股份有限公司主营收入季度分布图 377

图表：2009年1季度北京燕京啤酒股份有限公司利润总额构成 378

图表：2008年2、4季度北京燕京啤酒股份有限公司主营构成表 378

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司每股指标 378

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司获利能力 379

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司经营能力 379

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司偿债能力 379

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司资本结构 379

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司发展能力 380

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量分析表 380

图表：2008-2009年北京燕京啤酒股份有限公司利润分配 380

图表：2009-2010年北京燕京啤酒股份有限公司主要经营指标预测 382

图表：2009-2011年北京燕京啤酒股份有限公司财务预测 382

图表：2009-2011年北京燕京啤酒股份有限公司利润率和估值指标 383

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司主营业务构成 391

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司主营收入季度分布图 391

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司利润总额构成 391

图表：2002-2008年重庆啤酒股份有限公司啤酒销量变化情况 392

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司盈利能力 392

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司营业收入 393

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司资产负债表变动情况 393

图表：2008年重庆啤酒股份有限公司现金流量表变动情况 393

图表：2008年2、4季度重庆啤酒股份有限公司主营构成表 393

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司每股指标 394

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司获利能力表 394

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司经营能力表 395

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司偿债能力表 395

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司资本结构表 395

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司发展能力表 395

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司现金流量分析表 396

图表：2008-2009年重庆啤酒股份有限公司利润分配表 396

图表：2009-2011年重庆啤酒股份有限公司财务预测 397

图表：2009-2011年重庆啤酒股份有限公司利润率和估值指标 397

图表：2008年金威啤酒集团有限公司啤酒销售情况 403

图表：2004-2008年金威啤酒集团有限公司啤酒销售量 403

图表：2004-2008年金威啤酒集团有限公司资产净值 404

图表：2008年金威啤酒集团有限公司业绩情况 404

图表：2008年金威啤酒集团有限公司资产及负债 405

图表：2008年金威啤酒集团有限公司综合损益表 405

图表：2008年金威啤酒集团有限公司综合资产负债表 406

图表：2008年金威啤酒集团有限公司综合现金流量表 407

图表：2008年金威啤酒集团有限公司资产负债表 408

图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司营销网络 410

图表：2008年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务构成 411

图表：2008年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营收入季度分布图 411

图表：2008年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司利润总额构成 411

图表：2008年2、4季度福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营构成表 412

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司每股指标 412

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司获利能力表 412

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营能力表 413

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司偿债能力表 413

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司资本结构表 413

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司发展能力表 413

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司现金流量分析表 414

图表：2008-2009年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司利润分配表 414

图表：2008年2、4季度新疆啤酒花股份有限公司主营构成表 417

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司每股指标 418

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司获利能力表 418

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司经营能力表 419

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司偿债能力表 419

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司资本结构表 419

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司发展能力表 419

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司现金流量分析表 420

图表：2008-2009年新疆啤酒花股份有限公司利润分配表 420

图表：2008年1-4季度国内生产总值 447

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 448

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 448

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 449

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 449

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 450

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 451

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 452

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 453

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 454

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 454

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 455

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 456

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 456

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 457

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 458

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 458

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 459

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 459

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 460

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 460

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 461

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 462

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 462

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 463

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 464

图表：2007年6月-2008年我国轻重工业增加值情况 464

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 464

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 465

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 465

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 465

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 466

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 467

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 467

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 468

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 468

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 469

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 469

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 470

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 470

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 471

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 472

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 472

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 473

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 473

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 474

图表：2008年12月我国前十位出口市场 474

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 475

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 475

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 476

图表：2008年我国月度进出口总值情况 476

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 477

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 477

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 477

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 477

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 477

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 478

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 478

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 478

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 478

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 478

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 479

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 479

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 479

图表：2008年1季度我国企业景气指数 479

图表：2008年2季度我国企业景气指数 479

图表：2008年3季度我国企业景气指数 480

图表：2008年4季度我国企业景气指数 480

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 481

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 482

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 482

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 483

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 483

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 484

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 484

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 485

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 485

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 486

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 486

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 487

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 487

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 488

图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 488

图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 489

图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 489

图表：2008-2009年3月国房景气指数 491

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 492

图表：2008-2009年2月国家货币供应量 492

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 493

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资增长情况 493

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 494

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 494

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 495

图表：2008-2009年2月社会消费品零售增长率 495

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资情况 496

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 496

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 497

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 507

图表：区域发展战略咨询流程图 557

图表：区域SWOT战略分析图 559

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/127703.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。