



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年啤酒行业发展前景 分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2010-2015年啤酒行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/149504.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

2009年12月，中国啤酒单月产量达236.61万吨，同比上升7.68%；2009年全年中国啤酒产量为4236.38万吨，增速7.09%，较2008年上升1.63个百分点。2009年啤酒行业销量同比增长7%，啤酒市场结构趋于成熟。啤酒生产和消费具有明显的季节性特征，每年的6月-8月是啤酒生产和消费的高峰期，12月-次年的2月是啤酒生产和消费的谷底期。2010年1月以后，我国啤酒月度产量将逐月增加，啤酒公司经营规模和盈利水平环比都将出现比较大幅度的增长。2010年世界经济增长预计缓慢，啤酒生产主要原料大麦和主要包装材料铝的价格大幅度持续上涨的可能性小，主要原料和主要包装材料价格稳定有利于啤酒公司生产经营活动持续稳定发展，也有利于啤酒公司优化产品结构，稳定提高毛利率。受国内白酒公司提价效应、啤酒生产能源原材料价格变动等因素影响，2010年部分具有区域市场垄断优势的啤酒公司可能效仿燕京啤酒提高部分产品销售价格。从全球各大洲来看，亚洲啤酒市场无疑走在最前列。虽然日本啤酒市场持续萎缩，但中国、印度等市场均展示出良好的前景。亚洲已经取代欧洲，成为全球最大的啤酒市场。目前，亚洲啤酒消费量占全球总量的31.7%，而欧洲占30.8%。其中，引领亚洲增长的无疑是中国和印度两大市场。2009年亚太地区啤酒消费总额约为1336.5亿美元。到2012年，有望增至1441.5亿美元，到2014年将达到1566.2亿美元。中国已发展成为全球最大的啤酒消费国，未来无疑将继续保持快速增长。2014年以前，中国啤酒市场将保持7.45%至9.5%的年平均增幅。

在现有发展阶段下，行业具有较强的区域消费特征和城乡消费特征；受原材料价格波动影响，行业降低生产成本的空间有限；行业步入竞争激烈的成熟期。行业增长在1981-1985年达到峰值35.9%，而后开始波动下降，2006-2010年间平均增速约为6.1%。从行业集中度和市场占有率来看，企业之间的弱肉强食将更加明显，大型啤酒企业纷纷通过扩张、吞食和收编小型企业。第二梯队的啤酒企业将面临国内和国际啤酒企业的双面夹击，不进则退。区域消费与城乡消费特征明显。各大型啤酒商都是以某一省市区域作为主战场，同时积极开拓新市场。未来农村地区，特别是西部农村将是啤酒消费的潜在增长区域。因此，农村市场仍有一定增长潜力，但以中低端消费为主，对企业利润的贡献率较低。城镇市场虽然竞争激烈，但高端产品需求日益增加，能够贡献较大的行业利润。降低行业成本的空间比较有限。啤酒行业已进入微利阶段，技术含量偏低，生产方式较为成熟，自动化水平较高，原材料价格变动直接影响行业利润变化。以目前我国大麦种植业的现状及金属期货的定价权来看，啤酒行业对自身材料成本的控制能力不强，降低成本不是行业利润的长期增长点。中高端市场将是新利润增长点。啤酒行业近几年的发展表明，产品的结构处于不断调整之中，企业在注重市场开拓的时，把价格竞争向品牌竞争转变，注重提高产品品质，以争夺高端啤酒市场。国内居民消

费能力的提升为高端市场的扩张提供了支撑，城镇化的加快将使中西部城市产生新的高端消费需求。近年来，越来越多的外商涌入中国市场，消费者的消费水平不断提高，再加上经济策略的改革，中国啤酒业取得了令人惊讶的增长。中国市场规模庞大，前景广阔，机遇也很多。中国人均啤酒消费量还将持续上涨，但未来啤酒业的发展将主要依赖于人均购买值的增长，即吸引更多的消费者购买高端品牌和产品。因此，中国啤酒市场的发展趋势已经由简单地提升地区和全国性销量，变成了扩张品牌占有率。此外，啤酒业的组合现象还将继续，大品牌间的合并重组现象将继续增多。

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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及啤酒研究单位等公布和提供的大量资料，结合对啤酒相关企业的实地调查，对我国啤酒行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了啤酒行业的前景与风险。报告揭示了啤酒市场潜在需求与潜在机会，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 发展现状与前景分析

第一章 全球啤酒行业发展分析

第一节 2009年全球啤酒市场分析

一、2009年全球啤酒市场回顾

二、2009年全球啤酒市场环境

三、2009年全球啤酒销售分析

四、2009年全球啤酒市场规模

第二节 2010年全球啤酒市场分析

一、2010年全球啤酒需求分析

二、2010年全球啤酒市场规模

三、2010年全球啤酒品牌分析

四、2010年中外啤酒市场对比

第三节 部分国家地区啤酒行业发展状况

一、2009-2010年美国啤酒行业发展分析

- 二、2009-2010年欧洲啤酒行业发展分析
- 三、2009-2010年日本啤酒行业发展分析
- 四、2009-2010年韩国啤酒行业发展分析

第二章 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 我国啤酒行业发展状况

- 一、2009年中国啤酒行业发展回顾
- 二、2009年啤酒行业发展情况分析
- 三、2009年我国啤酒市场特点分析
- 四、2010年我国啤酒市场发展分析

第三节 中国啤酒行业供需分析

- 一、2009年中国啤酒市场供给总量分析
- 二、2009年中国啤酒市场供给结构分析
- 三、2010年中国啤酒市场需求总量分析
- 四、2010年中国啤酒市场需求结构分析
- 五、2010年中国啤酒市场供需平衡分析

第三章 中国啤酒行业经济运行分析

第一节 2009-2010年啤酒行业运行情况分析

- 一、2009年啤酒行业经济指标分析
- 二、2010年啤酒行业经济指标分析

第二节 2009-2010年啤酒行业产量分析

- 一、2009年我国啤酒产品产量分析
- 二、2010年我国啤酒产品产量分析

第三节 2009年啤酒行业进出口分析

- 一、2009年啤酒行业进口总量及价格
- 二、2009年啤酒行业出口总量及价格

三、2009年啤酒行业进出口数据统计

四、2010-2015年啤酒进出口态势展望

第四章 中国啤酒消费市场分析

第一节 啤酒行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 啤酒市场消费需求分析

一、啤酒市场的消费需求变化

二、啤酒行业的需求情况分析

三、2010年啤酒品牌市场消费需求分析

第三节 啤酒消费市场状况分析

一、啤酒行业消费特点

二、啤酒消费者分析

三、啤酒消费结构分析

四、啤酒消费的市场变化

五、啤酒市场的消费方向

第四节 啤酒行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、啤酒行业品牌忠诚度调查

六、啤酒行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五章 中国啤酒行业区域市场分析

第一节 华北地区啤酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第二节 东北地区啤酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第三节 华东地区啤酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第四节 华南地区啤酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第五节 华中地区啤酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第六节 西南地区啤酒行业分析

一、2009-2010年行业发展现状分析

二、2009-2010年市场规模情况分析

三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测

五、2010-2015年行业投资风险预测

第七节 西北地区啤酒行业分析

- 一、2009-2010年行业发展现状分析
- 二、2009-2010年市场规模情况分析
- 三、2010-2015年市场需求情况分析
- 四、2010-2015年行业发展前景预测
- 五、2010-2015年行业投资风险预测

第六章 啤酒行业投资与发展前景分析

第一节 2009年啤酒行业投资情况分析

- 一、2009年啤酒行业总体投资结构
- 二、2009年啤酒行业投资规模情况
- 三、2009年啤酒行业投资增速情况
- 四、2009年啤酒分行业投资分析
- 五、2009年啤酒分地区投资分析

第二节 啤酒行业投资机会分析

- 一、啤酒投资项目分析
- 二、可以投资的啤酒模式
- 三、2010年啤酒投资机会
- 四、2010年啤酒细分行业投资机会
- 五、2010年啤酒投资新方向

第三节 啤酒行业发展前景分析

- 一、啤酒市场发展前景分析
- 二、我国啤酒市场蕴藏的商机
- 三、后危机时代啤酒市场的发展前景
- 四、2010年啤酒市场面临的发展商机
- 五、2010-2015年啤酒市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 啤酒行业竞争格局分析

第一节 啤酒行业集中度分析

- 一、啤酒市场集中度分析
- 二、啤酒企业集中度分析

三、啤酒区域集中度分析

第二节 啤酒行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 啤酒行业竞争格局分析

一、2009年啤酒行业竞争分析

二、2009年中外啤酒产品竞争分析

三、2009-2010年国内外啤酒竞争分析

四、2009-2010年我国啤酒市场竞争分析

五、2009-2010年我国啤酒市场集中度分析

六、2010-2015年国内主要啤酒企业动向

第八章 2010-2015年中国啤酒行业发展形势分析

第一节 啤酒行业发展概况

一、啤酒行业发展特点分析

二、啤酒行业投资现状分析

三、啤酒行业总产值分析

四、啤酒行业技术发展分析

第二节 2009-2010年啤酒行业市场情况分析

一、啤酒行业市场发展分析

二、啤酒市场存在的问题

三、啤酒市场规模分析

第三节 2009-2010年啤酒产销状况分析

一、啤酒产量分析

二、啤酒产能分析

三、啤酒市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国啤酒行业整体运行指标分析

第一节 2009-2010年中国啤酒行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009-2010年中国啤酒行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009-2010年中国啤酒行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 啤酒行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2009-2010年啤酒原材料价格走势

二、2009-2010年啤酒行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2009-2010年啤酒行业产销情况

二、2009-2010年啤酒行业库存情况

三、2009-2010年啤酒行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2009-2010年啤酒行业价格走势

二、2009-2010年啤酒行业营业收入情况

三、2009-2010年啤酒行业毛利率情况

四、2009-2010年啤酒行业赢利能力

五、2009-2010年啤酒行业赢利水平

六、2010-2015年啤酒行业赢利预测

第十一章 啤酒行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国啤酒行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009-2010年中国啤酒行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009-2010年中国啤酒行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009-2010年中国啤酒行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 啤酒重点企业发展分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

第二节 华润雪花啤酒（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况
- 三、2010-2015年盈利能力
- 四、2010-2015年投资风险

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四节 广东珠江啤酒集团有限公司 332

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第六节 深圳金威啤酒集团有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第八节 重庆啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第九节 金星啤酒集团有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第十节 新疆啤酒花股份有限公司

一、企业概况

二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力

四、2010-2015年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 啤酒行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 啤酒行业投资效益分析

一、2009年啤酒行业投资状况分析

二、2009年啤酒行业投资效益分析

三、2010-2015年啤酒行业投资方向

四、2010-2015年啤酒行业投资建议

第四节 啤酒行业投资策略研究

一、2009年啤酒行业投资策略

二、2010年啤酒行业投资策略

三、2010-2015年啤酒行业投资策略

四、2010-2015年啤酒细分行业投资策略

第十四章 啤酒行业投资风险预警

第一节 影响啤酒行业发展的主要因素

一、2010年影响啤酒行业运行的有利因素

- 二、2010年影响啤酒行业运行的稳定因素
- 三、2010年影响啤酒行业运行的不利因素
- 四、2010年我国啤酒行业发展面临的挑战
- 五、2010年我国啤酒行业发展面临的机遇

第二节 啤酒行业投资风险预警

- 一、2010-2015年啤酒行业市场风险预测
- 二、2010-2015年啤酒行业政策风险预测
- 三、2010-2015年啤酒行业经营风险预测
- 四、2010-2015年啤酒行业技术风险预测
- 五、2010-2015年啤酒行业竞争风险预测
- 六、2010-2015年啤酒行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 啤酒行业发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国啤酒市场趋势分析

- 一、2009-2010年我国啤酒市场趋势总结
- 二、2010-2015年我国啤酒发展趋势分析

第二节 2010-2015年啤酒产品发展趋势分析

- 一、2010-2015年啤酒产品技术趋势分析
- 二、2010-2015年啤酒产品价格趋势分析

第三节 2010-2015年中国啤酒行业供需预测

- 一、2008-2012年中国啤酒供给预测
- 二、2010-2015年中国啤酒需求预测
- 三、2010-2015年中国啤酒价格预测

第四节 2010-2015年啤酒行业规划建议

- 一、啤酒行业"十一五"整体规划
- 二、啤酒行业"十二五"规划预测
- 三、2010-2015年啤酒行业规划建议

第十六章 啤酒企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、啤酒价格策略分析

二、啤酒渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高啤酒企业竞争力的策略

一、提高中国啤酒企业核心竞争力的对策

二、啤酒企业提升竞争力的主要方向

三、影响啤酒企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高啤酒企业竞争力的策略

第四节 对我国啤酒品牌的战略思考

一、啤酒实施品牌战略的意义

二、啤酒企业品牌的现状分析

三、我国啤酒企业的品牌战略

四、啤酒品牌战略管理的策略

图表目录

图表：啤酒产业链分析

图表：啤酒行业生命周期

图表：2009-2010年中国啤酒行业市场规模

图表：2009-2010年全球啤酒产业市场规模

图表：2009-2010年啤酒重要数据指标比较

图表：2009-2010年中国啤酒行业销售情况分析

图表：2009-2010年中国啤酒行业利润情况分析

图表：2009-2010年中国啤酒行业资产情况分析

图表：2009-2010年中国啤酒竞争力分析

图表：2010-2015年中国啤酒市场前景预测

图表：2010-2015年中国啤酒市场价格走势预测

图表：2010-2015年中国啤酒发展前景预测

图表：2001-2009年美国啤酒市场销售规模

图表：2010-2015年美国啤酒市场销售规模预测

图表：2002-2009年英国啤酒市场规模

图表：2002-2009年英国啤酒市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年英国啤酒市场规模预测

图表：2008-2012年英国啤酒市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年德国啤酒市场规模

图表：2002-2009年德国啤酒市场占全球和欧洲份额比较

图表：2010-2015年德国啤酒市场规模预测

图表：2008-2012年德国啤酒市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2009年日本啤酒市场规模

图表：2002-2009年日本啤酒市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年日本啤酒市场规模预测

图表：2010-2015年日本啤酒市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国啤酒市场规模

图表：2002-2009年中国啤酒市场占全球和亚洲份额比较

图表：2010-2015年中国啤酒市场规模预测

图表：2010-2015年中国啤酒市场规模趋预测势图

图表：2009-2010年3月啤酒行业销售成本分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业销售费用分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业管理费用分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业财务费用分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业销售及利润分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业销售毛利率分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业销售利润率分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业成本费用利润率分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业总资产利润率分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业资产分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业负债分析

图表：2009-2010年3月啤酒行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年年末国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年年末电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年年末各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009-2010年3月全国居民消费价格指数

图表：2009-2010年3月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-12月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年1-12月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年1月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年1月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年2月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年2月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年3月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年3月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年4月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年4月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年5月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年5月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年6月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年6月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年7月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年7月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年8月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年8月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年9月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年9月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年10月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年10月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年11月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年11月我国啤酒产品出口数据

图表：2009年12月我国啤酒产品进口数据

图表：2009年12月我国啤酒产品出口数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业国有企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业集体企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业股份合作制企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业股份制企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业私营企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国啤酒行业其他类型企业工业数据

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计工业总产值对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计产品销售收入对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计资产总计对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计利润总额对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计工业总产值增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业累计利润总额增长对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业产销率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业流动资产周转次数对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业人均销售率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业亏损面对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业销售利润率对比

图表：2009-2010年3月中国不同所有制啤酒企业资金利税率对比

图表：2009年1-12月啤酒产品产量全国统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量北京市统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量天津市统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量河北省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量吉林省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量上海市统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量江苏省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量浙江省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量安徽省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量福建省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量江西省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量山东省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量河南省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量湖北省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量湖南省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量广东省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量广西区统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量海南省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量四川省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量云南省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量陕西省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量青海省统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-12月啤酒产品产量新疆区统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量全国统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量北京市统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量天津市统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量河北省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量内蒙古统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量辽宁省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量吉林省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量黑龙江统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量上海市统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量江苏省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量浙江省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量安徽省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量福建省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量江西省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量山东省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量河南省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量湖北省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量湖南省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量广东省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量广西区统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量海南省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量四川省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量云南省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量陕西省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量甘肃省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量青海省统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量宁夏区统计

图表：2010年1-3月啤酒产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/149504.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。