



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国啤酒市场运行 态势与投资战略咨询报告

一、调研说明

《2012-2016年中国啤酒市场运行态势与投资战略咨询报告》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/202335.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

2010年受金融危机和经济发展不明朗等因素的影响，啤酒行业资本整合速度明显放缓，整合步伐和整合力度都有下降，尤其是上市企业和外资啤酒企业。而到2011年，由于国际经济转暖，各大企业将逐步扩大行业整合，世界杯开赛推动中国啤酒市场上的争夺，并随着气温的升高在不断升温。中国啤酒市场格局区域化严重、品牌相对分散、工厂数量多、集中度不够、平均消费量低等不足，但随着国内外啤酒巨头在国内市场的持续扩张，中国啤酒业的产业模式呈现特征为"高度产能集中度，中度品牌集中度"，目前国内啤酒业依旧是三足鼎立的现状。2011年，华润啤酒占国内市场份额约20%，青岛啤酒占约14%，燕京啤酒则为12%。而哈啤的份额，约在5%左右。

2002年中国啤酒行业的年销量达2384万吨，超过美国一跃成为世界啤酒生产和消费大国；此后连续十年中国啤酒全球产销量冠军，截至2011年，中国啤酒年销量高达4899万吨，全球遥遥领先。其中华润雪花的年销量就已突破1000万吨，位居全球前五，中国啤酒行业产销量稳步上升，产品高端化日益明显，企业盈利能力得到改善，共同创造了2009年后奥运时代的"中国奇迹"。

我国啤酒工业目前正走向成熟，预计2012年啤酒行业将在保持当前啤酒行业整体发展水平的前提下，产品品牌和质量趋向成熟，产销量将持续增长，产业发展逐步升级，国际化步伐加快，整体竞争力不断提升。未来5年，国内啤酒行业格局将越来越集中，对于大多数中小区域啤酒品牌来说，未来生存空间将越来越小，这种趋势将在2012年逐步加强。行业发展角度来看，集团化与规模化仍是啤酒行业未来的发展趋势，原料控制能力、渠道控制能力、规模化优势、品牌支持力和技术优势等都是公司未来成长所要具备的因素。

艾凯咨询集团发布的《2012-2016年中国啤酒市场运行态势与投资战略咨询报告》共十三章。主要依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国食品工业协会、中国产业研究报告网、中国酿酒工业协会及啤酒分会、国内外相关报刊杂志的基础信息，立足于世界啤酒和中国酒业的整体发展环境，对中国啤酒行业的发展情况、相关行业、整体市场和区域市场、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来啤酒行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了啤酒行业今后的应对策略。

本市场调查报告，为啤酒企业在当前环境下，激烈的市场竞争中洞察先机，根据行业环境及时调整经营策略，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

第一章 世界啤酒行业现状与发展分析

第一节 世界部分国家啤酒市场分析

一、2012年英国啤酒市场情况分析

二、2012年德国啤酒消费情况分析

三、2012年美国啤酒市场情况分析

四、2012年日本啤酒销售情况分析

第二节 2012年世界啤酒业新品推出情况

一、米勒推出精酿啤酒风味新品

二、朝日无麦芽啤酒上市

三、金川保健啤酒新品上市

四、精酿风味啤酒将引领美国市场

五、美国研制开发出雷司令浓啤酒

第二章 中国啤酒行业发展情况分析

第一节 2011-2012年中国啤酒行业发展情况分析

一、2011年中国啤酒行业运行情况分析

二、2011年中国啤酒企业总体运行情况

三、2012年中国啤酒业集中度分析

四、2012年啤酒产品结构调整分析

第二节 2011-2012年啤酒行业技术发展情况分析

一、我国啤酒企业技术水平有待提高

二、我国啤酒业引进新技术发展低碳啤酒

三、啤酒后发酵深度冷藏处理技术的探讨

四、德国延长啤酒保鲜期新技术

五、中国啤酒新国家标准实施

第三节 2011-2012年啤酒新品上市情况分析

一、泰山原浆啤酒新鲜上市

二、黄河青稞啤酒正式上市

三、烟台啤酒激情90新品上市

四、西湖无醇清麦啤酒上市

五、珠江纯生精制啤酒夜场上市

第三章 2011-2012年中国啤酒制造业经济运行数据分析

第一节 2009-2011年中国啤酒制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

第四章 啤酒行业上市公司分析

第一节 中国啤酒行业上市公司发展环境分析

- 一、啤酒上市公司交易性机会
- 二、酒类上市公司再掀涨价潮
- 三、啤酒行业投资项目前景良好

第二节 中国啤酒行业上市基本条件和方案

- 一、首发上市法定条件
- 二、企业上市中介机构的选择
- 三、上市公司重大资产重组申报工作指引
- 四、如何做好新产品上市前的评估工作

第三节 我国啤酒行业上市企业运行情况分析

- 一、主要啤酒企业上市公司年度数据
- 二、2012年啤酒行业上市公司分析
- 三、2012年珠江啤酒上市梦终成真

第五章 相关竞争行业发展分析

第一节 白酒行业

- 一、2011年白酒行业运行情况分析

二、2011年消费税大调整引发白酒行业震动

三、2012年全国白酒行业分析

四、白酒行业未来将向高端化发展

第二节 葡萄酒行业

一、中国葡萄酒行业发展空间巨大

二、2008年中国葡萄酒行业发展分析

三、2011年中国葡萄酒行业十大热点

四、2012年中国葡萄酒行业发展分析

五、2012年中国葡萄酒产业的发展趋势分析

六、中国将成为世界第七大葡萄酒消费市场

第三节 黄酒行业

一、中国黄酒业发展概况

二、2011年中国黄酒产量逆势增长

三、2011年国内黄酒业迎来发展新契机

四、2011年中国黄酒市场格局生变

五、2012年黄酒业发展整体向上

第四节 保健酒行业

一、保健酒市场成企业争夺的新亮点

二、中国保健酒市场格局分析

三、中国保健酒再现掘金潮

四、中国保健酒市场有待规范

第五节 烈性洋酒在中国的发展

一、烈性洋酒加速本土化运作

二、烈性洋酒的市场格局分析

三、烈性洋酒与高端白酒的博弈

四、洋酒在中国的未来发展趋势

第六章 啤酒生产要素与关联产业分析

第一节 中国啤酒主要原料市场分析

一、我国啤酒花产业发展简况

二、2012年啤酒花市场价格情况

三、2012年中国啤酒原料行情

四、啤酒原料产业亟需政策扶持

五、玉门市形成完整的啤酒原料加工产业链条

第二节 啤酒相关的机械设备分析

一、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析

二、我国啤酒灌装设备产业发展迅速

三、灌装机贴标机吹瓶机技术水平飞速提升

四、我国啤酒装备未来的发展方向

第三节 啤酒包装发展现状与趋势

一、啤酒瓶包装材料市场发展情况

二、新型玻璃啤酒包装方便消费者更显人性化

三、全裹标签成为啤酒外包装的新选择

四、未来啤酒纸箱包装的发展走势分析

第七章 中国啤酒市场分析

第一节 中国啤酒市场概况

一、2012年中国啤酒市场竞争激烈

二、我国啤酒淡季市场的变化分析

三、啤酒市场形成具有竞争优势的价值链

四、中国已经成为世界最大的啤酒市场

五、2011年全国及各省市啤酒产量统计数据

六、2012年全国及各省市啤酒产量统计数据

七、啤酒企业出招抢占世界杯市场

第二节 城市啤酒市场分析与进入策略

一、城市啤酒市场特点

二、城市市场的网络结构

三、中国南北城市啤酒市场比较分析

四、啤酒企业开拓城市市场的超市策略

五、啤酒企业开拓城市市场的社区策略

第三节 农村啤酒市场分析与进入策略

一、农村啤酒市场分析

二、我国农村啤酒市场的拓展策略分析

三、农村啤酒市场的营销策略

第四节 中高档啤酒市场

- 一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎
- 二、中高档啤酒市场竞争日趋激烈
- 二、中高档啤酒终端市场秩序较为混乱。
- 四、中高档啤酒市场终端竞争带来的后果
- 五、规范中高档啤酒终端市场的对策

第五节 啤酒市场消费分析

- 一、啤酒消费者对产品的认知过程
- 二、啤酒消费者的消费场所
- 三、影响啤酒消费者消费选择的因素
- 四、我国啤酒行业消费者满意度浅析
- 五、女性啤酒市场调查的分析研究

第六节 啤酒经销商分析

- 一、公司化啤酒经销商模式
- 三、啤酒经销商发展重在创新
- 四、提高经销商素质的有效途径

第八章 中国啤酒区域市场分析

第一节 华北地区

- 一、北京啤酒市场
- 二、天津啤酒市场
- 三、河北啤酒市场
- 四、山西啤酒市场
- 五、内蒙古啤酒市场

第二节 华东地区

- 一、上海啤酒市场
- 二、江西啤酒市场
- 三、浙江啤酒市场
- 四、福建啤酒市场
- 五、山东啤酒市场
- 六、江苏啤酒市场
- 七、安徽啤酒市场

第三节 华南地区啤酒市场

一、海南啤酒市场

二、广东啤酒市场

三、深圳啤酒市场

四、广西啤酒市场

第四节 华中地区啤酒市场

一、河南啤酒市场

二、湖南啤酒市场

三、湖北啤酒市场

第五节 东北地区啤酒市场

一、黑龙江啤酒市场

二、辽宁啤酒市场

三、吉林啤酒市场

第六节 西北地区啤酒市场

一、国内啤酒市场西北新格局

二、陕西啤酒市场

三、甘肃啤酒市场

四、新疆啤酒市场

第七节 西南地区啤酒市场

一、云南啤酒市场

二、四川啤酒市场

三、成都啤酒市场

四、重庆啤酒市场

五、贵州啤酒市场

第九章 中国啤酒行业营销策略分析

第一节 中国啤酒业的营销模式及发展趋势

一、五种营销模式

二、啤酒业中的"中国特色"

三、2012-2012年中国啤酒行业营销模式发展趋势

第二节 中国啤酒品牌广告策略

一、中国啤酒企业广告投放存在的问题

二、中国啤酒品牌广告策略的限制因素

三、啤酒品牌广告策略之路径

第三节 啤酒旺季营销策略分析

一、旺季动销的三大助推器

二、啤酒旺季营销的八大短板

三、啤酒旺季营销策略

第四节 啤酒夜场营销策略分析

一、啤酒夜场市场特点

二、啤酒夜场终端的分类

三、国产啤酒在夜场中的现状

四、啤酒夜场终端营销策略

第五节 啤酒营销案例分析

一、华润啤酒营销整合策略

二、喜力啤酒的市场策略

三、J啤酒企业终端实战案例解析

四、康胜啤酒体育营销案例

五、珠江啤酒集团精彩营销案例回顾

第六节、中国啤酒网络营销策略分析

一、目前啤酒市场营销网络存在的问题

二、提高现有营销网络效率的有效方法

三、啤酒营销网络模式的创新与发展

第十章 中国啤酒行业竞争状况分析

第一节 21世纪中国啤酒竞争所面临的三大阶段

一、兼并期

二、消耗期

三、竞合期

第二节 中国啤酒行业竞争现状分析

一、2011-2012年中国啤酒业界竞争焦点分析

二、中国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析

三、中国啤酒产业竞争加剧

四、中国啤酒业迎来理性竞争时代

五、中国啤酒业竞争格局

六、我国啤酒行业世界杯竞争格局情况

第三节 速度管理提高啤酒企业竞争能力

一、速度管理的定义

二、速度管理在啤酒企业运用的要点

三、啤酒企业的速度管理模式探讨

第四节 啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

一、啤酒市场不正当竞争现象分析

二、惯性竞争思维在啤酒行业竞争中存在的问题

三、啤酒行业实现竞争合作的策略

四、啤酒行业竞争思维的转型

五、中小啤酒企业市场竞争策略剖析

第五节 中国啤酒行业竞争趋势

一、啤酒行业竞争发展趋势

二、啤酒企业竞争行为的演化方向

三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势

四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析

第十一章 国内啤酒主要企业分析

第一节 青岛啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

第二节 华润啤酒集团

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2011年雪花啤酒全国销量第一

四、雪花啤酒网络营销战略

五、雪花啤酒品牌营销策略研究

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

第四节 广东珠江啤酒集团

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、低碳珠江啤酒领跑行业发展

四、2012年珠江啤酒发力中高端市场

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、公司情况

二、哈啤强化新管理体系实施情况

三、哈尔滨啤酒成为世界杯赞助商

第六节 深圳金威啤酒有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、金威啤酒迈向辉煌的品牌之路

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

第八节 重庆啤酒集团

一、公司情况

二、2012年企业经营情况分析

三、2009-2012年企业财务数据分析

四、2012年公司发展展望及策略

第九节 金星啤酒集团有限公司

一、公司概况

二、金星啤酒的品牌战略研究

三、金星啤酒的成功法则

四、金星啤酒的供应链管理

第十节 福建雪津啤酒有限公司

- 一、公司概况
- 二、2012年福建雪津啤酒正式登陆台湾
- 三、雪津啤酒品牌发展策略

第十二章 2012-2016年中国啤酒行业发展环境与趋势分析

第一节 中国啤酒行业宏观经济环境分析及预测

- 一、2011年我国宏观经济运行指标分析
- 二、2012年我国宏观经济运行指标分析
- 三、2012年我国宏观经济形势判断与预测
- 四、PPI上涨对我国酒业的影响分析

第二节 2012-2016年中国啤酒产业的发展趋势

- 一、中国啤酒产业行业结构发展趋势
- 二、中国啤酒产业市场结构发展趋势
- 三、中国啤酒企业间竞争焦点发展趋势
- 四、啤酒行业未来发展趋势展望
- 五、未来几年高端市场将成为啤酒厂家发展趋势
- 六、中国啤酒市场将呈现巨头分割趋势

第三节 2012-2016年啤酒行业市场发展机会分析

- 一、需求增长VS产能扩张
- 二、啤酒涨价VS原料涨价
- 三、后经济危机时代中国啤酒市场面临的机遇与挑战

第十三章 2012-2016年中国啤酒行业发展战略分析

第一节 中国啤酒品牌的蓝海战略

- 一、中国啤酒品牌的"蓝海"
- 二、中国目前啤酒品牌态势
- 三、中国啤酒品牌"蓝海"之路让人堪忧
- 四、中国主流啤酒品牌蓝海战略建议
- 五、中国啤酒品牌发展趋势预测

第二节 中国啤酒行业品牌突围策略

- 一、啤酒业将步入品牌时代
- 二、以资源整合实现品牌化突围

三、中型啤酒企业发展策略

第三节 中国区域啤酒品牌发展的策略分析

一、中国啤酒区域品牌现状

二、中国啤酒区域品牌成功对抗全国性品牌的策略

第四节 中国啤酒国际化发展策略

一、中国啤酒业国际化发展历程

二、中国啤酒企业的国际化风险

三、中国啤酒业国际化发展策略

图表目录

图表：2011年1-12月啤酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2012年1-3月啤酒制造业主要经济指标全国统计数据

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计工业销售产值（当年价格）

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计工业销售产值比去年同期增长（当年价格）

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计产成品

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计主营业务收入

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计主营业务收入比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计产成品

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计产成品比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计产品销售收入

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计产品销售收入比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计资产总计

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计流动资产

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计流动资产比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计负债合计

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计资产总计

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计资产总计比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计流动资产

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计流动资产比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计负债合计

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计负债合计比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计企业单位数

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计全部从业人员平均人数

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计全部从业人员平均人数比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计企业单位数

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计利润总额

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计亏损企业单位数

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2011年1-12月全国及各省市啤酒制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计利润总额

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计亏损企业单位数

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计亏损企业亏损总额

图表：2012年1-3月全国及各省市啤酒制造业累计亏损企业亏损总额比去年同期增长

图表：上市公司重大资产重组受理流程

图表：上市公司重大资产重组审核流程

图表：2004-2009年主要上市公司年度销量

图表：2004-2009年主要上市公司年度销售额

图表：2004-2009年主要上市公司主品牌年度销量

图表：2004-2009年主要上市公司主品牌年度价值

图表：2011年1-12月啤酒产量全国合计

图表：2011年1-12月啤酒产量北京市合计

图表：2011年1-12月啤酒产量天津市合计

图表：2011年1-12月啤酒产量河北省合计

图表：2011年1-12月啤酒产量山西省合计

图表：2011年1-12月啤酒产量辽宁省合计

图表：2011年1-12月啤酒产量吉林省合计

图表：2011年1-12月啤酒产量黑龙江合计

图表：2011年1-12月啤酒产量上海市合计

图表：2011年1-12月啤酒产量江苏省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量浙江省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量安徽省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量福建省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量江西省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量山东省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量河南省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量湖北省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量湖南省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量广东省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量广西区合计
图表：2011年1-12月啤酒产量海南省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量重庆市合计
图表：2011年1-12月啤酒产量四川省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量贵州省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量云南省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量陕西省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量甘肃省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量新疆区合计
图表：2011年1-12月啤酒产量宁夏区合计
图表：2011年1-12月啤酒产量内蒙古合计
图表：2011年1-12月啤酒产量青海省合计
图表：2011年1-12月啤酒产量西藏区合计
图表：2012年1-3月啤酒产量全国合计
图表：2012年1-3月啤酒产量北京市合计
图表：2012年1-3月啤酒产量天津市合计
图表：2012年1-3月啤酒产量河北省合计
图表：2012年1-3月啤酒产量山西省合计
图表：2012年1-3月啤酒产量辽宁省合计
图表：2012年1-3月啤酒产量吉林省合计
图表：2012年1-3月啤酒产量黑龙江合计
图表：2012年1-3月啤酒产量上海市合计

图表：2012年1-3月啤酒产量江苏省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量浙江省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量安徽省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量福建省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量江西省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量山东省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量河南省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量湖北省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量湖南省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量广东省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量广西区合计

图表：2012年1-3月啤酒产量海南省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量重庆市合计

图表：2012年1-3月啤酒产量四川省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量贵州省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量云南省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量陕西省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量甘肃省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量新疆区合计

图表：2012年1-3月啤酒产量宁夏区合计

图表：2012年1-3月啤酒产量内蒙古合计

图表：2012年1-3月啤酒产量青海省合计

图表：2012年1-3月啤酒产量西藏区合计

图表：中国城市消费指数

图表：低档啤酒南北城市销售比例

图表：中档啤酒南北城市销售比例

图表：高档啤酒南北城市销售比例

图表：南北城市总销售比例

图表：消费者饮用或购买啤酒的场所

图表：2000-2009年安徽省啤酒产量变化图

图表：安徽啤酒麦芽度分布图

图表：安徽终端渠道结构

图表：黑龙江啤酒的行业格局

图表：2004-2008年辽宁近几年啤酒年度产量

图表：地域间的品牌喜爱程度对比

图表：各个年龄层的品牌喜爱程度

图表：各个收入层的品牌喜爱程度

图表：2011-2012年青岛啤酒股份有限公司主营构成表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司流动资产表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司长期投资表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司固定资产表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司流动负债表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司长期负债表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司股东权益表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司营业利润表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司利润总额表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司净利润表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司每股指标表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司获利能力表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司经营能力表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司资本结构表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司发展能力表

图表：2009-2012年青岛啤酒股份有限公司现金流量分析表

图表：2011-2012年北京燕京啤酒股份有限公司主营构成表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司流动资产表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司长期投资表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司固定资产表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司流动负债表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司长期负债表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司股东权益表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司营业利润表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司利润总额表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司净利润表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司每股指标表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司获利能力表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司经营能力表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司资本结构表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司发展能力表

图表：2009-2012年北京燕京啤酒股份有限公司现金流量分析表

图表：2011-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营构成表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司流动资产表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司长期投资表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司固定资产表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司流动负债表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司长期负债表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司股东权益表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司营业利润表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司利润总额表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司净利润表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司每股指标表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司获利能力表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司经营能力表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司资本结构表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司发展能力表

图表：2009-2012年福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司现金流量分析表

图表：2011-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司主营构成表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司流动资产表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司长期投资表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司固定资产表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司无形及其他资产表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司流动负债表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司长期负债表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司股东权益表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司主营业务收入表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司主营业务利润表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司营业利润表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司利润总额表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司净利润表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司每股指标表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司获利能力表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司经营能力表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司偿债能力表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司资本结构表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司发展能力表

图表：2009-2012年重庆啤酒（集团）有限责任公司现金流量分析表

图表：1998年I季度—2011年IV季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：1999年12月—2011年12月工业增加值月度同比增长率（%）

图表：1999年12月—2011年12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：1999年12月—2011年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表：1999年12月—2011年12月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：1999年12月—2011年12月货币供应量月度同比增长率（%）

图表：2000年3月—2012年3月工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2000年3月—2012年3月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2000年1-3月—2012年1-3月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2000年3月—2012年3月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

)

图表：2000年3月—2012年3月居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2000年3月—2012年3月工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2000年3月—2012年3月货币供应量月度同比增长率（%）

图表：国内外研究机构对2012年经济增长的预测

通过《2012-2016年中国啤酒市场运行态势与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/202335.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专业提供投资咨询报告、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。