



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国啤酒制造行业 投资可行性分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国啤酒制造行业投资可行性分析报告》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/42459.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

随着改革开放的深入，中国啤酒行业开始迅速崛起，并购在行业中发展起着重要作用。纵观中国百年啤酒行业，可以大致细分为引入、大量进入、快速上升和趋于成熟四个阶段。目前中国的啤酒行业处于趋向成熟期阶段。

目前国内的主要啤酒厂商，分别是青岛啤酒、华润雪花、燕京啤酒以及一些由地产强势品牌所组成的第二集团军如哈啤、珠啤、重啤、金威、河南金星等，外资主要是SAB参股了华润雪花雪花、AB参股了青啤、英博在东南形成了强势区域。

国家统计局资料显示：2008年1-2月，我国啤酒制造业实现资产127293168千元，其中流动资产51140324千元；实现工业总产值13409695千元；从业人数为240553人。

2007年至2010年，啤酒行业面临着较好的发展机遇：北京奥运会、上海世博会等各种国际交流接踵而来，国民经济持续快速发展和城市生活水平的提高，人民消费能力进一步的提升，西部大开发、振兴东北老工业基地、促进中部崛起和建设社会主义新农村等重大发展战略，都给行业发展创造了巨大的需求空间，为啤酒行业创造了新的发展机遇。此外，全球经济和区域经济一体化进程的加快，还将为我国啤酒行业在全球更大范围内的资源配置、开拓市场创造了新的利润增长空间。

本报告详尽描述了中国啤酒制造行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对啤酒制造需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对啤酒制造行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助啤酒制造企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目录 】

第一章 2008-2010年中国啤酒制造行业投资环境分析

第一节 我国经济环境特征评价

第二节 我国啤酒制造行业政策环境特征评价

一、“十一五”规划影响分析

二、产业政策影响分析评价

三、环保政策影响分析评价

第三节 我国啤酒制造行业产业发展环境分析

一、技术环境分析

二、固定资产投资情况

三、在建及拟建项目分析

第二章 2008-2010年中国啤酒制造行业发展周期分析

第一节 我国啤酒制造行业的发展周期分析

一、生命周期分析

二、成熟度分析

三、增长性与波动性

第二节 2007-2008年我国啤酒制造行业投资特性分析

第三节 2007-2008年我国啤酒制造行业经济指标分析

一、产业规模分析

二、产业集中度分析

三、生产能力分析

三、成本费用分析

五、盈利能力分析

六、财务比率分析

七、偿债能力分析

第三章 2007-2010年中国啤酒制造行业投资方式与规模分析

第一节 我国啤酒制造行业投资方式分析（独资、合资、合作）

第二节 我国啤酒制造行业投资规模分析

第三节 我国啤酒制造行业技术投资研究

第四节 我国啤酒制造行业融资方式分析

一、融资环境分析

二、各种融资方式优缺点分析

三、融资方式选择探讨

第四章 2008-2010年中国啤酒制造行业盈利水平与投资价值分析

第一节 我国啤酒制造行业赢利水平分析

一、盈利水平现状分析

二、盈利驱动因素带来的影响

第二节 我国啤酒制造行业投资价值分析探讨

第三节 我国啤酒制造行业成长性和吸引力分析

第五章 2008-2010年中国啤酒制造行业竞争格局对投资影响分析

第一节 我国啤酒制造行业波特五力分析

一、现有竞争者

二、潜在进入者

三、替代品竞争

四、供应商议价能力

五、购买者议价能力

第二节 我国啤酒制造行业竞争格局分析

一、企业集中度分析

1、集中度

2、区域集中度

二、市场占有率分析

第三节 2008-2010年中国啤酒制造行业未来竞争态势预测

一、竞争态势预测

二、竞争态势对投资的影响

第六章 2008-2010年中国啤酒制造行业重点投资方向探讨

第一节 我国啤酒制造行业产业投资结构分析

一、产业结构分析

- 二、成长方向分析
- 三、资本结构分析
- 四、可能性利润空间分析
- 五、政策空间分析（“十一五”规划及影响）
- 六、中外投资结构对比分析

第三节 我国啤酒制造行业投资区域选择

- 一、分地区投资分析
- 二、不同特色投资分析

第四节 我国啤酒制造行业投资决策特性研究

- 一、周期性
- 二、稳定性
- 三、导向性
- 四、趋向性

第五节 我国啤酒制造行业投资方向分析

第七章 2008-2010年中国啤酒制造行业投资机会与风险预警

第一节 我国啤酒制造行业产业投资机遇分析

- 一、产业市场机遇分析
- 二、产业链中投资机会对比分析

第二节 我国啤酒制造行业投资潜力分析

第三节 我国啤酒制造行业投资风险预警

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、价格波动风险
- 四、市场竞争风险
- 五、进入退出壁垒分析（主要是资金和技术壁垒）

第八章 2008-2010年中国啤酒制造行业投资前景展望预测

第一节 我国啤酒制造行业发展现状研究评价

第二节 我国啤酒制造行业发展影响因素分析

第三节 我国啤酒制造行业投资前景预测

第九章 2007-2010年中国啤酒制造行业盈利模式与投资策略分析

第一节 国外啤酒制造行业投资现状及经营模式分析

一、境外啤酒制造行业成长情况调查

二、经营模式借鉴

三、在华投资新趋势动向

第二节 我国啤酒制造行业商业模式探讨

第三节 我国啤酒制造行业投资国际化发展战略分析

一、战略优势分析

二、战略机遇分析

三、战略规划目标

四、战略措施分析

第四节 我国啤酒制造行业投资策略分析

第五节 最优投资路径设计

一、投资对象

二、投资模式

三、预期财务状况分析

四、风险资本退出方式

第十章 2007-2010年中国啤酒制造行业资本运作与多元化经营分析

第一节 我国啤酒制造行业资本运作战略选择方案研究

一、资本运作的相关政策分析

二、资本运作的可选择方式分析

三、跨区域兼并重组战略分析

四、区域整合战略分析

第二节 我国啤酒制造行业多元化经营战略的可行性分析

一、多元化经营的主观条件

二、多元化经营的客体选择要件

三、多元化经营的风险论述

第十一章 2008-2010年中国啤酒制造行业投资信贷专家建议

第一节 我国啤酒制造行业总体特点及总量控制建议

一、我国啤酒制造行业总体发展特点与授信额度建议

二、我国啤酒制造行业资金需求特点授信期限建议

三、我国啤酒制造行业竞争特点及客户结构授信建议

第二节 我国啤酒制造行业细分子（产品）特点总结及授信建议

第三节 我国重点地区发展特点及授信建议

第四节 我国啤酒制造行业所有制发展特点及授信建议

第五节 我国啤酒制造行业企业规模发展特点及授信建议

第六节 2008-2010年我国啤酒制造行业授信专家建议

第十二章 2008-2010年中国啤酒制造行业投资可行性分析

第一节 我国啤酒制造行业投资项目跟踪分析

第二节 我国啤酒制造行业投资可行性分析

一、项目经济性分析

二、项目投资效益评价

第二节 业内专家建议

图表目录

图表 1 2003-2008年第一季度我国GDP总量及增长情况

图表 2 2003-2008年第一季度我国居民消费价格涨跌幅度

图表 3 2003-2007年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 4 2003-2007年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 5 2003-2008年第一季度我国社会固定资产投资额变化情况

图表 6 2007年固定资产投资新增主要生产能力

图表 7 2006年9月-2007年10月制酒饮料行业投资增长情况 单位：亿元

图表 8 1992年-2006年啤酒行业市场集中度

图表 9 2008年1-2月我国啤酒制造业产业规模情况 单位：千元，人

图表 10 2005-2008年2月我国啤酒制造行业销售收入对比图 单位：亿元

图表 11 2008年1-2月我国不同规模啤酒制造企业销售产值分布比例情况

图表 12 2008年1-2月我国不同所有制啤酒制造企业销售产值分布比例情况

图表 13 2008年2月我国啤酒制造企业地区分布情况

图表 14 2008年2月我国啤酒制造业销售收入地区分布情况

图表 15 2008年2月我国啤酒制造业销利润地区分布情况

图表 16 2002-2008年我国啤酒产量变化趋势图

图表 17 2008年1-2月我国各个地区啤酒产量对比图 单位：千升

图表 18 2008年1-2月我国啤酒制造企业分地区产量比例情况

图表 19 2008年1-2月我国啤酒制造业成本费用情况 单位：千元

图表 20 2008年1-2月我国啤酒制造业盈利情况 单位：千元41

图表 21 2005-2008年我国啤酒制造业利润总额变化趋势图 单位：亿元

图表 22 2008年1-2月我国啤酒制造业财务比率情况 单位：%

图表 23 2008年1-2月我国啤酒行业偿债能力情况 单位：千元

图表 24 2008年2月底我国啤酒制造企业不同规模企业分布比例情况

图表 25 2008年2月底我国啤酒制造企业不同所有制企业分布比例情况

图表 26 2007年我国啤酒制造行业不同控股企业销售产值情况比例情况

图表 27 2007年我国啤酒制造不同类型企业销售产值比例情况

图表 28 2005-2008年我国啤酒制造业工业总产值对比图 单位：亿元

图表 29 2001-2006年啤酒生产毛利率变化

图表 30 2003-2007年啤酒行业销售收入及增长率

图表 31 波特五力分析模型

图表 32 2003-2007年底啤酒行业毛利率趋势图

图表 33 1999-2007年青岛 华润 燕京啤酒增量市场占有率情况

图表 34 中国啤酒业十大公司品牌情况

图表 35 2002-2007年六家主要啤酒企业销量增速比较

图表 36 我国主要啤酒企业竞争优劣势比较

图表 37 我国啤酒产量增长与人口自然增长、居民最终消费增长的关系

图表 38 全球主要国家人均啤酒消费量对比图 单位：公升

图表 39 中国人均消费水平和啤酒产量相关性比较图

图表 40 主要啤酒生产国家市场集中度比较图

图表 41 日本08年1月啤酒进口情况

图表 42 90年代末以来外资啤酒企业从华撤退事件

图表 43 外资对中国啤酒企业的渗透

图表 44 最近两年啤酒企业兼并收购事件

图表 45 十大公司品牌分布

图表 46 2005-2007年我国啤酒制造行业工业总产值及同比增长率趋势图

图表 47 2005-2007年我国啤酒制造行业总资产及同比增长率趋势图

图表 48 2005-2007年我国啤酒制造行业销售收入及同比增长率趋势图

图表 49 2005-2007年我国啤酒制造行业利润总额及同比增长率趋势图

图表 50 2007年1-11月啤酒制造行业财务比率

图表 51 2007年1-11月我国啤酒制造企业各区域企业单位数及亏损企业单位数

图表 52 2007年1-11月我国啤酒制造企业各区域企业资产情况 单位：千元

图表 53 2007年1-11月我国啤酒制造企业各区域企业负债情况 单位：千元

图表 54 2007年1-11月我国啤酒制造企业各区域企业销售收入情况 单位：千元

图表 55 2007年1-11月我国啤酒制造企业各区域企业利润总额情况 单位：千元

图表 56 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同所有制企业单位数及亏损企业单位数

图表 57 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同所有制企业资产情况 单位：千元

图表 58 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同所有制企业负债情况 单位：千元

图表 59 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同所有制企业销售收入情况 单位：千元

图表 60 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同所有制企业利润总额情况 单位：千

图表 61 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同规模企业单位数及亏损企业单位数

图表 62 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同规模企业资产情况 单位：千元

图表 63 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同规模企业负债情况 单位：千元

图表 64 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同规模企业销售收入情况 单位：千元

图表 65 2007年1-11月我国啤酒制造企业不同规模企业利润总额情况 单位：千元

图表 66 2003-2007年11月国内啤酒产量增长、销售收入增长和利润总额增长情况对比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42459.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。