



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国啤酒行业发展市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国啤酒行业发展市场分析及发展趋势研究报告》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/42587.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

【目录】

第一章 啤酒行业概述	1
第一节 啤酒行业定义和细分	1
第二节 啤酒行业的行业特征	3
一、工艺流程和技术特性	3
二、资本特性	4
三、区域垄断特性	4
第三节 行业在国民经济的重要性	5
第四节 重要术语和行业相关统计数据	6
第二章 国际啤酒行业发展状况和特征分析	7
第一节 世界啤酒生产、消费状况及发展趋势	7
一、欧洲	7
二、非洲	8
三、亚洲	9
四、北美和南美洲	10
五、太平洋地区	10
第二节 世界主要啤酒生产企业	11
第三章 2007年啤酒行业发展环境及影响分析	12
第一节 宏观经济环境及影响分析	12
一、2007年宏观经济环境分析	12
二、GDP增长及其影响分析	14
三、居民收入和社会消费变化及其影响分析	15
四、宏观经济环境发展趋势及其影响	16
第二节 啤酒行业政策变化及影响分析	18
一、啤酒行业的流通政策影响分析	18
二、啤酒行业环保政策影响分析	18

三、啤酒行业税收政策影响分析	19
四、啤酒行业重点发展领域预测	20
第三节 啤酒行业相关行业发展及影响分析	23
一、啤酒原料行业分析	23
二、啤酒包装行业分析	29
二、能源行业分析	30
三、道路交通运输行业分析	32
第四章 2007年啤酒行业市场供需状况分析	33
第一节 中国啤酒行业供给现状分析	33
一、啤酒行业供给总体分析	33
二、啤酒行业供给地区分析	34
三、啤酒行业供给企业分析	35
第二节 中国啤酒行业需求现状分析	36
一、啤酒需求影响因素分析	36
二、啤酒行业需求总体分析	42
二、中国啤酒消费和世界啤酒消费比较分析	43
第三节 中国啤酒行业进出口现状分析	45
一、啤酒进出口总体状况	45
二、啤酒进出口地区结构	46
第四节 中国啤酒行业市场供需趋势预测	48
一、啤酒行业供给趋势预测	48
二、啤酒行业需求趋势预测	48
三、啤酒行业进出口趋势预测	50
四、啤酒行业供需矛盾及价格预测	50
第五章 2007年啤酒行业投资与经营状况分析	52
第一节 啤酒行业经营状况分析	52
一、啤酒行业工业产值增长情况分析	52
二、啤酒行业资产增长情况分析	53
三、啤酒行业企业数量增长分析	53
四、啤酒行业亏损情况	54

第二节 啤酒行业效益情况分析	56
一、啤酒行业赢利能力分析	56
二、啤酒行业营运能力分析	57
三、啤酒行业偿债能力分析	58
四、啤酒行业成长能力分析	59
第三节 啤酒行业重点投资项目分析	61
一、朝日啤酒40亿湖州建厂	61
二、青岛啤酒1.2亿收购宝啤	61
第六章 2007年啤酒行业重点区域分析	63
第一节 中国啤酒行业区域分布分析	63
一、企业基本情况分析	63
二、企业规模情况分析	64
三、企业收入情况分析	67
四、企业利润情况分析	69
五、企业经营情况分析	72
第二节 2007年山东省啤酒行业发展分析	80
一、在全国中的地位	80
二、2007年经营状况分析	81
第三节 2007年广东省啤酒行业发展分析	83
一、在全国中的地位	83
二、2007年经营状况分析	83
第四节 2007年浙江省啤酒行业发展分析	86
一、在全国中的地位	86
二、2007年经营状况分析	87
第五节 2007年北京市啤酒行业发展分析	89
一、在全国中的地位	89
二、2007年经营状况分析	90
第六节 2007年江苏省啤酒行业发展分析	92
一、在全国中的地位	92
二、2007年经营状况分析	93

第七章 2007年啤酒行业企业竞争态势分析及预测 95

第一节 啤酒行业企业总体竞争态势分析 95

一、啤酒行业企业集中度分析 95

二、啤酒行业亏损情况分析 97

三、企业竞争行为分析 98

第二节 不同规模啤酒企业市场竞争结构分析 101

一、企业基本情况分析 101

二、企业规模情况分析 102

三、企业收入情况分析 103

四、企业亏损情况分析 105

五、企业经营情况分析 106

第三节 不同性质啤酒企业市场竞争结构分析 111

一、企业基本情况分析 111

二、企业规模情况分析 112

三、企业收入情况分析 113

四、企业亏损情况分析 114

五、企业经营情况分析 116

第四节 啤酒行业企业竞争趋势分析 122

一、爆发新一轮并购战 122

二、区域市场竞争加剧 122

三、产品价格不断升级 123

四、打造世界知名啤酒品牌 124

第八章 2007年啤酒行业典型企业分析 125

第一节 青岛啤酒股份有限公司 125

一、企业基本情况分析 125

二、企业经营状况分析 126

第二节 北京燕京啤酒股份有限公司 129

一、企业基本情况分析 129

二、企业经营状况分析 130

第九章 啤酒行业环境风险分析 133

第一节 宏观经济发展周期风险分析	133
一、我国长期经济增长轨迹	133
二、我国近期经济政策偏紧	134
三、2007年居民收入增速将有所减缓	137
第二节 啤酒行业政策环境变化风险分析	139
一、食品安全体系完善	139
二、循环经济提出更高的要求	140
三、国际贸易形势	142
四、国际地区的争端	144
五、《反垄断法》制订	145
六、银行信贷的紧缩	146
第十章 啤酒行业外资集团分析	148
第一节 中资集团	148
第二节 外资集团	149
一、全球竞争中啤酒集团	149
二、外资啤酒两次登陆我国市场	149
第三节 外资啤酒集团对市场的影响	154
一、外资啤酒带来资本、管理和技术	154
二、外资主导的啤酒市场竞争	155
第十一章 啤酒行业机会与风险总结	157
第一节 投资风险建议	159
一、在产业整合中把握机会	159
二、不同省区的竞争风险不同	159
第二节 经营风险建议	161
一、城市和农村经营策略	161
二、注意不同地区的消费习惯	161
三、注意地方行政保护力量	162
四、业务整合任重道远	162
五、注意产品的性价比	162

附表

- 表1. 啤酒分类 1
- 表2. 2007我国啤酒产业主要指标 6
- 表3. 1995与2007年亚洲部分地区啤酒人均消费对比 10
- 表4. 世界十大啤酒企业排名次序 11
- 表5. 2001—2007年中国麦芽进出口情况统计表 24
- 表6. 2007年麦芽和大麦进口情况统计表 24
- 表7. 2007年国内主要产区啤酒大麦生产情况 25
- 表8. 国产啤酒大麦与国外品种比较情况统计表 25
- 表9. 全球啤酒大麦生产成本比较情况统计表 26
- 表10. 2002—2007年中国啤酒产量统计表 33
- 表11. 2007年各省份啤酒企业生产状况 34
- 表12. 2007年消费量前10位国家消费情况 43
- 表13. 啤酒消费量真实值与预测值误差 49
- 表14. 啤酒消费量预测 50
- 表15. 2003—2007年每季度啤酒工业总产值变化情况 53
- 表16. 2003—2007年每季度啤酒行业资产变化情况 53
- 表17. 2003—2007年啤酒行业赢利能力比较 56
- 表18. 2003—2007年啤酒行业运营能力比较 57
- 表19. 2003—2007年啤酒行业资产结构及偿债能力比较 58
- 表20. 2003—2007年啤酒行业成长能力比较 59
- 表21. 2007年啤酒行业企业基本情况统计表（按地区分） 63
- 表22. 2007年啤酒行业企业资产总额统计表（按地区分） 64
- 表23. 2007年啤酒行业企业产品销售收入统计表（按地区分） 67
- 表24. 2007年啤酒行业企业产品利润统计表（按地区分） 69
- 表25. 2007年啤酒行业企业企业资金利润率统计表（按地区分） 73
- 表26. 2007年啤酒行业企业流动资产周转次数统计表（按地区分） 74
- 表27. 2007年啤酒行业企业资产负债率统计表（按地区分） 76
- 表28. 2007年啤酒行业企业资本保值增值率统计表（按地区分） 78
- 表29. 2007年山东省啤酒行业基本情况统计表 80
- 表30. 2007年山东省啤酒行业企业财务情况统计表 81
- 表31. 2007年广东省啤酒行业基本情况统计表 83

表32.	2007年广东省啤酒行业企业财务情况统计表	84
表33.	2007年浙江省啤酒行业基本情况统计表	86
表34.	2007年浙江省啤酒行业企业财务情况统计表	87
表35.	2007年北京市啤酒行业基本情况统计表	89
表36.	2007年北京市啤酒行业企业财务情况统计表	90
表37.	2007年江苏省啤酒行业基本情况统计表	92
表38.	2007年江苏省啤酒行业企业财务情况统计表	93
表39.	啤酒行业企业市场集中度	95
表40.	2007年中国啤酒行业亏损指标统计表	98
表41.	2007年啤酒行业企业基本情况分析统计表(按规模分)	101
表42.	2007年啤酒行业企业资产总额统计表(按规模分)	102
表43.	2007年啤酒行业企业产品销售收入统计表(按规模分)	103
表44.	2007年啤酒行业企业亏损情况分析统计表(按规模分)	105
表45.	2007年啤酒行业企业成本费用利润率统计表(按规模分)	107
表46.	2007年啤酒行业企业流动资产周转次数统计表(按规模分)	108
表47.	2007年啤酒行业企业资产负债率统计表(按规模分)	109
表48.	2007年啤酒行业企业资本保值增值率统计表(按规模分)	110
表49.	2007年啤酒行业企业基本情况分析统计表(按性质分)	111
表50.	2007年啤酒行业企业资产总额统计表(按性质分)	112
表51.	2007年啤酒行业企业产品销售收入统计表(按性质分)	113
表52.	2007年啤酒行业企业亏损情况分析统计表(按性质分)	115
表53.	2005年啤酒行业企业资金利润率统计表(按性质分)	117
表54.	2007年啤酒行业企业流动资产周转次数统计表(按性质分)	118
表55.	2007年啤酒行业企业资产负债率统计表(按性质分)	119
表56.	2007年啤酒行业企业资本保值增值率统计表(按性质分)	121
表57.	2005年至2007年青岛啤酒效益评价统计表	126
表58.	2005年至2007年燕京啤酒效益评价统计表	131
表59.	近年中我国季度GDP增速	134
表60.	50家啤酒企业清洁生产达标情况统计	141
表61.	三大啤酒集团企业区域分布	148
表62.	世界十大啤酒企业排名次序	149
表63.	各经济类型各项成本占销售收入的比例情况	150

- 表64. 啤酒行业机会和风险总结 157
表65. 部分经济效益转好的省区 160
表66. 部分省区行业投资风险较大 160

附图

- 图1 啤酒生产工艺流程 3
图2 2001—2007年中国国内生产总值与增长速度图 12
图3 2001—2007年中国工业增加值与增长速度图 13
图4 2001—2007年中国固定资产投资与增长速度图 14
图5 2003—2007年中国GDP和啤酒产值对比 15
图6 2001—2007年中国居民收入和啤酒销售收入对比图 16
图7 2001—2007年啤酒花进出口情况 28
图8 2002—2007年中国啤酒产量及增长速度比较图 34
图9 1985—2007年啤酒消费量增速和GDP增速图 37
图10 中国啤酒消费量增长速率与消费水平关系 38
图11 1985—2007年三大酒类人均消费量变化 40
图12 2007年中国酒类行业销售收入分布图 40
图13 2004—2007年年中国各月啤酒消费量变化 42
图14 1985—2007年中国啤酒消费情况 43
图15 2007年啤酒消费量前10位国家人均消费量对比 44
图16 2001—2007年啤酒进出口总量 45
图17 2001—2007年啤酒进出口贸易额同比增速情况 46
图18 2007年中国啤酒进口区域情况 46
图19 2007年中国啤酒出口区域情况 47
图20 2003—2007年每季度啤酒工业总产值变化情况 53
图21 2003—2007年每季度啤酒行业资产变化情况 53
图22 2003—2007年啤酒生产企业数量变化 54
图23 2003—2007年啤酒行业亏损率 55
图24 2003—2007年中国啤酒行业企业赢利能力指标比较图 57
图25 2003—2007年中国啤酒行业企业营运能力指标比较图 58
图26 2003—2007年中国啤酒行业企业偿债能力指标比较图 59
图27 2003—2007年中国啤酒行业企业成长能力指标比较图 60

图28	2007年啤酒行业企业资产总额比例图（按地区分）	66
图29	2007年啤酒行业企业资产总额增长幅度图（按地区分）	66
图30	2007年啤酒行业企业产品销售收入比例图（按地区分）	68
图31	2007年啤酒行业企业收入增长幅度图（按地区分）	69
图32	2007年啤酒行业企业产品利润比例图（按地区分）	71
图33	2007年啤酒行业企业利润增长幅度图（按地区分）	72
图34	2007年啤酒行业企业资金利润率比较图（按地区分）	74
图35	2007年啤酒行业企业流动资产周转次数比较图（按地区分）	76
图36	2007年啤酒行业企业资产负债率比较图（按地区分）	77
图37	2007年啤酒行业企业资本保值增值率比较图（按地区分）	79
图38	2007年中国啤酒行业亏损比例示意图	98
图39	2007年啤酒行业企业资产总额比例示意图（按规模分）	102
图40	2007年啤酒行业企业资产总额增长速度图（按规模分）	103
图41	2007年啤酒行业企业产品销售收入比例图（按规模分）	104
图42	2007年啤酒行业企业产品销售收入增长速度图（按规模分）	104
图43	2007年啤酒行业企业亏损比例图（按规模分）	105
图44	2007年啤酒行业企业亏损变化图（按规模分）	106
图45	2007年啤酒行业企业成本费用利润率比较图（按规模分）	107
图46	2007年啤酒行业企业流动资产周转次数比较图（按规模分）	108
图47	2007年啤酒行业企业资产负债率比较图（按规模分）	109
图48	2007年啤酒行业企业资本保值增值率比较图（按规模分）	110
图49	2007年啤酒行业企业资产总额增长速度图（按性质分）	112
图50	2007年啤酒行业企业产品销售收入增长速度图（按性质分）	114
图51	2007年啤酒行业企业亏损比例图（按性质分）	115
图52	2007年啤酒行业企业亏损变化图（按性质分）	116
图53	2007年啤酒行业企业资金利润率比较图（按性质分）	118
图54	2007年啤酒行业企业流动资产周转次数比较图（按性质分）	119
图55	2007年啤酒行业企业资产负债率比较图（按性质分）	120
图56	2007年啤酒行业企业资本保值增值率比较图（按性质分）	121
图57	近两年中固定资产投资增速	134
图58	工业品出厂价格低于生产资料价格	136
图59	粮食CPI和CPI近几年走势	137

- 图60 全国CPI和烟酒CPI增速% 138
图61 日元和欧元货币走势情况 142
图62 各国啤酒大麦进口 143
图63 主要大麦出口国产量 144
图64 我国近年中M2增速 147
图65 外资啤酒巨头和国内啤酒企业的合作关系图 152

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42587.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。