



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年啤酒行业研究及2010年前景预测报告

一、调研说明

《2007-2008年啤酒行业研究及2010年前景预测报告》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/42606.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

第一章 啤酒行业基础及行业特性分析 1

第一节 啤酒基础 1

一 啤酒行业历史 1

二 啤酒产业链分析 3

第二节 啤酒行业特性分析 3

一 啤酒行业市场集中度分析 3

二 啤酒行业的市场竞争格局 5

三 啤酒行业进退壁垒分析 5

四 啤酒行业市场竞争优势分析 6

五 啤酒行业市场竞争劣势分析 6

第三节 啤酒、白酒、葡萄酒行业对比分析 7

一 企业数量规模分析 7

二 行业资产规模分析 8

三 行业市场规模分析 8

四 行业盈利规模分析 9

五 行业盈利能力分析 10

六 行业发展运行分析 11

第二章 全球啤酒行业发展现状 12

第一节 全球啤酒市场供需格局分析 12

一 全球啤酒生产分析 12

二 全球啤酒生产格局分析 12

三 全球啤酒生产集中度分析 14

四 全球啤酒花生产格局分析 16

五 全球啤酒需求分析 17

六 全球啤酒需求区域分析 17

第二节 重点区域市场分析 19

一 2006年美国啤酒市场 19

二 2006年捷克啤酒市场 21

第三节 全球领先啤酒企业简介	21
一 英博啤酒集团	21
二 安海斯—布希公司	22
三 SAB-MILLER国际酿酒集团	22
四 苏格兰 - 纽卡斯尔啤酒集团	22
五 嘉士伯啤酒有限公司	23
第三章 2003 - 2007年中国啤酒行业运行分析	24
第一节 2003 - 2007年啤酒行业总体运行分析	24
一 2003 - 2007年1-11月行业资产变化分析	24
二 2003 - 2007年1-11月企业数量变化分析	24
三 2003 - 2007年1-11月销售收入变化分析	25
四 2003 - 2007年1-11月利润总额变化分析	26
五 2003 - 2007年1-11月盈利能力变化分析	26
第二节 2003 - 2007年啤酒行业大型企业运行分析	27
一 2003 - 2007年1-11月行业资产变化分析	27
二 2003 - 2007年1-11月企业数量变化分析	28
三 2003 - 2007年1-11月销售收入变化分析	29
四 2003 - 2007年1-11月利润总额变化分析	29
五 2003 - 2007年1-11月盈利能力变化分析	30
第三节 2003 - 2007年啤酒行业国有企业运行分析	31
一 2003 - 2007年1-11月行业资产变化分析	31
二 2003 - 2007年1-11月企业数量变化分析	31
三 2003 - 2007年1-11月销售收入变化分析	32
四 2003 - 2007年1-11月利润总额变化分析	33
五 2003 - 2007年1-11月盈利能力变化分析	33
第四节 2003 - 2007年啤酒行业外资企业运行分析	34
一 2003 - 2007年1-11月行业资产变化分析	34
二 2003 - 2007年1-11月企业数量变化分析	35
三 2003 - 2007年1-11月销售收入变化分析	35
四 2003 - 2007年1-11月利润总额变化分析	36
五 2003 - 2007年1-11月盈利能力变化分析	37

第四章 2003 - 2007年中国啤酒行业供给分析 37

第一节 2001 - 2007年啤酒行业产量分析 37

一 2001 - 2007年啤酒总体供给情况 37

二 2001 - 2007年啤酒供给区域分析 38

第二节 中国啤酒需求规模分析 41

一 中国啤酒需求规模分析 41

二 影响啤酒消费的宏观因素分析 41

三 中国啤酒行业市场需求趋势分析 45

第三节 啤酒消费者调研分析 45

一 不同收入的消费者使用频率 45

二 不同收入的消费者包装偏好 46

三 不同年龄的消费者使用频率 46

四 不同年龄的消费者包装偏好 47

五 不同地区的消费者使用频率 47

六 啤酒消费场所购买习性分析 48

七 不同地区消费者品牌选择 48

八 消费者的价格敏感程度 49

九 消费者的品牌的影响程度 50

十 消费者的包装的影响程度 50

第五章 中国啤酒业竞争格局分析 51

第一节 中国啤酒市场竞争特点分析 51

一、竞争者层次明显化 51

二、竞争行为的多样化、高层次化 52

三、竞争秩序的规范化 52

四、竞争程度的激烈化 52

第二节 中国啤酒市场竞争者主体竞争行为预测 52

一、巨型啤酒企业竞争行为 52

二、大型啤酒企业竞争行为 54

三、中小啤酒企业竞争行为 55

四、国外资本竞争行为 56

第三节 中国啤酒业竞争格局发展趋势分析	57
一、中国啤酒产业未来的竞争格局分析	57
二、中国啤酒产业未来的竞争焦点	58
第六章 中国啤酒行业并购重组深度分析	59
第一节 啤酒行业并购重组分析	59
一 啤酒行业并购的必然性分析	59
二 并购的影响	60
第二节 外资啤酒行业并购重组	61
一 外资第一次并购重组分析	62
二 外资第二次进入中国市场	62
三 2001 - 2006年中国主要并购事件	63
第三节 并购重组背景及特点分析	64
一 并购重组背景分析	64
二 并购重组原因分析	65
三 现状特点分析	66
第七章 中国啤酒行业上游产业分析	66
第一节 啤麦市场	66
一 啤酒大麦产区状况	67
二 啤酒大麦品种分析	67
三 主要出口国啤麦状况	68
四、2004年中国啤酒大麦生产与市场的回顾	68
四 中国啤麦竞争力分析	69
五 未来啤酒原料发展规划预测	70
第二节 啤酒花市场分析	71
一 啤酒花	71
二 啤酒花种植区域	71
三 全球啤酒花种植	71
第八章 中国高档啤酒市场现状和预测	72
第一节 中国高档啤酒市场概况	72

一、中国高档啤酒的界定	72
二、中国啤酒市场高档啤酒的比例	72
第二节 高档啤酒的发展策略	73
一 产品发展策略	73
二 企业竞争优势分析	74
三 经营政策策略分析	74
第三节 高档啤酒的营销策略	74
一 高档啤酒的渠道策略	74
二 高档啤酒的差异化策略	75
三 高档啤酒的目标策略	75
四 高档啤酒的生命周期策略	76
五 高档啤酒的渠道设计	76
第九章 国外啤酒企业在中国的发展现状分析	77
第一节 英博啤酒集团	77
一 进入中国概况	77
二 英博公司在华布局	77
第二节 安海斯—布希公司	78
一 进入中国概况	78
二 AB公司在华布局	78
第三节 嘉士伯	79
一 进出中国概括	79
二 嘉士伯在华布局	79
第四节 喜力啤酒	80
一 进入中国概括	80
二 竞争力分析	81
第五节 三得利	81
一 进入中国概括	81
二 竞争力分析	82
第十章 国内领先啤酒企业分析	83
第一节 青岛啤酒集团	83

一 企业简介	83
二 企业历史	83
三 生产基地分析	84
四 企业技术竞争力分析	85
五 市场销售网络分析	86
六 2003 - 2005年企业运行情况分析	87
七 营销策略分析	87
八 公司发展战略分析	88
第二节 燕京啤酒集团	89
一 企业简介	89
二 企业历史	90
三 技术竞争力分析	92
四 销售网络分析	93
五 市场营销能力分析	94
六 2003 - 2005年企业运行分析	94
七 企业未来发展规划	94
第三节 华润雪花啤酒公司	95
一 企业简介	95
二 企业历史	96
三 技术竞争力分析	97
四 企业核心竞争力分析	98
五 市场销售网络分析	99
第四节 珠江啤酒集团	99
一 企业简介	99
二 企业运行分析	100
三 技术竞争力分析	101
四 销售网络分析	101
五 营销能力分析	102
第五节 金星啤酒集团有限公司	103
一 企业简介	103
二 市场销售网络分析	104
三 营销能力分析	105

第十一章 啤酒行业发展趋势分析	105
第一节 中国啤酒行业发展趋势分析	105
一、产量继续保持增长	105
二、啤酒行业整合进程减缓	106
三、市场竞争将更加激烈	106
四、产品向多样化方向发展	106
第二节、啤酒市场未来竞争趋势分析	106
一 啤酒高端市场将成为竞争的焦点	106
二. 降低渠道成本是大势所趋	107
三 北京和广东市场竞争的主阵地	107
第三节 啤酒产品发展趋势分析	108
一 保健啤酒	108
二 无醇啤酒	109

图表目录

图表 1 啤酒产业链图	3
图表 2 中国啤酒品牌区域分布图	4
图表 3 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业企业数量一览表	7
图表 4 2007年1-11月年啤酒、白酒、葡萄酒行业企业数量对比图	7
图表 5 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业资产规模一览表	8
图表 6 2007年1-11月年啤酒、白酒、葡萄酒行业资产对比图	8
图表 7 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业销售规模一览表	8
图表 8 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业盈利规模一览表	9
图表 9 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业毛利率一览表	10
图表 10 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业毛利率变化趋势图	10
图表 11 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业利润率一览表	10
图表 12 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业利润率变化趋势图	10
图表 13 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业亏损面一览表	11
图表 14 2003 - 2007年1-11月年中国啤酒、白酒、葡萄酒行业亏损面变化趋势图	11
图表 15 2003 - 2005年全球啤酒产量变化趋势图 单位：万千升	12
图表 16 2005年全球啤酒产量区域市场结构图	12

图表 17	2005年世界啤酒产量前25名一览表	单位：1000百升	13
图表 18	2004年世界各国啤酒产量一览表	单位：1000升	13
图表 19	2005年全球啤酒集团产量一览表（截至2005年12月31日）		14
图表 20	2005年全球啤酒集团产量占全球产量比例图		15
图表 21	法新社公布世界十大啤酒企业排名次序一览表		16
图表 22	2004年全球啤酒消费区域市场一览表		17
图表 23	2004年全球各国人均啤酒消费一览表		18
图表 24	2006年美国啤酒销量一览表		19
图表 25	2006 Imports of Malt Beverages		20
图表 26	2006 Exports of Malt Beverages		20
图表 27	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业资产规模一览表		24
图表 28	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业资产规模变化趋势图		24
图表 29	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业企业数量一览表		24
图表 30	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业企业数量变化趋势图		25
图表 31	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业销售收入一览表		25
图表 32	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业销售收入变化趋势图		25
图表 33	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业利润总额一览表		26
图表 34	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业利润总额变化趋势图		26
图表 35	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业盈利能力一览表		26
图表 36	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业盈利能力变化趋势图		26
图表 37	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业资产规模一览表		27
图表 38	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业资产规模变化趋势图		27
图表 39	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业企业数量一览表		28
图表 40	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业数量变化趋势图		28
图表 41	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业销售收入一览表		29
图表 42	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业销售收入变化趋势图		29
图表 43	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业利润总额一览表		29
图表 44	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业利润总额变化趋势图		29
图表 45	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业盈利能力一览表		30
图表 46	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业大型企业盈利能力变化趋势图		30
图表 47	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业资产规模一览表		31
图表 48	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业资产规模变化趋势图		31

图表 49	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业数量一览表	31
图表 50	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业企业数量变化趋势图	31
图表 51	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业销售收入一览表	32
图表 52	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业销售收入变化趋势图	32
图表 53	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业利润总额一览表	33
图表 54	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业利润总额变化趋势图	33
图表 55	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业盈利能力一览表	33
图表 56	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业国有企业盈利能力变化趋势图	33
图表 57	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业资产规模一览表	34
图表 58	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资资产规模变化趋势图	34
图表 59	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业数量一览表	35
图表 60	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业数量变化趋势图	35
图表 61	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资销售收入一览表	35
图表 62	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业销售收入变化趋势图	35
图表 63	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业利润总额一览表	36
图表 64	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业利润总额变化趋势图	36
图表 65	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业盈利能力一览表	37
图表 66	2003 - 2007年1-11月年中国啤酒行业外资企业盈利能力变化趋势图	37
图表 67	2001 - 2006年中国啤酒产量一览表 单位：吨	38
图表 68	2001 - 2006年中国啤酒产量变化趋势图 单位：吨	38
图表 69	2001 - 2006年中国啤酒不同地区产领一览表 单位：吨	38
图表 70	2005年中国啤酒区域产量比例图	39
图表 71	2006年中国啤酒区域产量比例图	40
图表 72	1995 - 2006年中国消费品零售额在GDP中的比重图	41
图表 73	1997 - 2006年城镇居民人均可支配收入增长趋势图	42
图表 74	1997-2006 中国城镇恩格尔系数变化趋势图	42
图表 75	2005 - 2010年中国人口年龄组成结构图	43
图表 76	1979 - 2006年中国城镇人口变化趋势图	43
图表 77	1979 - 2006年中国男性人口变化趋势图	44
图表 78	中国十大城市不同收入水平消费者啤酒饮用频率表：	45
图表 79	中国十大城市不同收入水平消费者啤酒包装偏好表：	46
图表 80	中国十大城市各年龄段消费者啤酒饮用频率表：	46

图表 81	中国十大城市各年龄段消费者啤酒包装形式偏好分析表：	47
图表 82	中国十大城市啤酒食用频率对比表：	47
图表 83	中国十大城市啤酒食用场合对比表：	48
图表 84	中国十大城市啤酒消费者最常饮用品牌比例列表：	48
图表 85	中国十大城市啤酒消费者价格影响度对比图：	49
图表 86	中国十大城市啤酒消费者品牌影响度对比图：	50
图表 87	中国十大城市啤酒消费者包装影响度对比图：	51
图表 88	中国各档次啤酒的划分标准一览表	72
图表 89	2004年中国啤酒市场各档次比例图	72
图表 90	安海斯—布希公司进入中国概括一览表	78
图表 91	嘉士伯公司进入中国概括一览表	79
图表 92	喜力公司进入中国概括一览表	80
图表 93	三得利进入中国概括一览表	81
图表 94	青岛啤酒部分生产基地产能图	84
图表 95	青岛啤酒市场销售网络图	86
图表 96	青岛啤酒营销策略图	87
图表 97	公司发展策略分析图	88
图表 98	燕京啤酒生产工艺流程图	92
图表 99	燕京啤酒中国区域销售网络分布图	93
图表 100	燕京市场营销策略图	94
图表 101	燕京啤酒企业未来发展规划	95
图表 102	华润啤酒市场销售网络图	99
图表 103	珠江啤酒销售网络图	102
图表 104	珠江啤酒市场营销策略一览表	102
图表 105	金星销售网络图	104

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42606.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。