



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国啤酒市场研究预测报告简介（白金版）

## 一、调研说明

《2008年中国啤酒市场研究预测报告简介（白金版）》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/42613.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](mailto: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

**市场现状** 2007年前5个月国内啤酒产量达到1422万吨，同比增长15.04%，比去年同期的增长速度提高了1.42个百分点，目前行业的增长速度维持在一个较高的水平。预计全年啤酒行业产量增长速度虽然不太可能像一季度那么高，但是应该能维持在10-15%。

从销售收入和利润总额近几年的情况看，啤酒销售收入增长率最近几年保持比较稳定的状态，但是在消费升级的带动下，行业的利润的增长率上升比较明显，显示出行业盈利能力的提高。啤酒行业正在摆脱原有的混乱的以量取胜的发展阶段，低价竞争逐渐向品牌竞争转变，以品质求发展成为主流，产品结构也逐渐向高档化转变……

**市场竞争** 作为国内三大啤酒巨头之一的燕京啤酒，以2760万元将浙江碧湖啤酒有限公司收入帐下。其新品冰爽啤酒隆重上市，为其拼抢市场增添筹码。与此同时，在华东市场，德国老牌啤酒“积发”（JEVER）在也敲开了南京的大门，并直接宣布将矛头指向南京的高端市场，声称价格将紧“盯”同处高端市场的喜力啤酒，在江苏等华东市场掀起一场圈地战……

**市场趋势分析** 近几年行业数据，我们认为行业盈利在增强，而且这种趋势将有望得以保持，这是因为：一是在消费升级大背景下，消费者购买能力在增强。

二是许多地域性的小酒厂被兼并掉或者在竞争中丧失掉了竞争力。三是主要龙头企业形成了自己的强势市场，并且内部整合及品牌打造已经产生了较好的效果。四是龙头企业一直致力于产品结构调整，通过减少产品种类的数量加大拳头产品的生产，使得生产线的产能利用率得以提升。五是优势企业近几年一直在加大品牌投入，其品牌溢价作用越来越明显，消费者品牌意识及品牌忠诚度在提高，使得这些企业通过换包装等举措来消化毛利率提高变成可能……

【 目录 】

上 卷

## 《2008年中国啤酒市场研究预测报告》(白金版)

本报告上卷为您对2007年啤酒市场及细分市场进行了详尽的表观描述，并对中国啤酒行业运行各项指标进行了详细分析，让您对2007中国啤酒市场现状及行业运行有详尽的了解...，详细内容请您阅读《2008年中国啤酒市场研究预测报告》(白金版) 1章——16章.....

### 第一部分 行业环境 1

#### 第一章 加入WTO对中国啤酒业的影响 2

##### 第一节 有利因素 2

##### 第二节 不利因素 3

#### 第二章 中国啤酒行业发展趋势分析 6

#### 第三章 中国啤酒行业外部环境分析 8

##### 第一节 2007年国民经济运行情况分析 8

###### 一、总体情况 8

###### 二、农业生产 8

###### 三、工业生产 8

###### 四、固定资产投资 9

###### 五、国内市场销售 9

###### 六、对外贸易 10

###### 七、市场价格 10

###### 八、城乡居民收入 11

##### 第二节 2007年中国经济形势分析 11

###### 一、2007年经济运行趋势 11

###### 二、2007年外部环境和政策走向 14

###### 三、2007年我国经济发展趋势 17

##### 第三节 人口与消费水平 19

###### 一、我国人口 19

###### 二、中国家庭结构变化分析 20

#### 第四章 中国啤酒行业政策环境 22

一、《酒类流通管理办法》：禁向未成年人卖酒	22
二、果啤归于啤酒仍要征消费税	23
第五章 中国啤酒行业技术环境	25
第一节 国内啤酒行业技术动态	25
一、我国啤酒酿造技术获重大突破	25
二、我国啤酒包装设备的技术创新	28
(一) 三种不同的灌装形式	28
(二) 目前国内啤酒灌装技术	30
(三) 啤酒灌装设备技术创新的目标	31
第二节 国外啤酒生产新技术	36
第六章 啤酒关联产业与要素分析	39
第一节 中国啤酒主要原料市场分析	39
一、麦芽的需求与供给分析	39
二、啤麦生产分析	39
三、啤酒花供应分析	41
四、我国啤麦竞争乏力的原因分析	42
第二节 啤酒各式包装解析	43
一、不同包装的使用及利弊分析	43
二、啤酒包装的创新技术	47
第二部分 市场现状	56
第七章 中国酒业发展现状	57
第一节 影响中国酒业发展的主要因素分析	57
第二节 我国酒业存在的主要问题	59
第三节 中国酒业发展趋势分析	61
第八章 中国啤酒行业发展现状分析	63
第一节 2007年中国啤酒产量及各地区产量情况	63
一、2007年我国啤酒行业总体情况	63
二、2007年我国啤酒产量增长情况	70

第二节 2007年我国啤酒分地区产量	71
第三节 2007年啤酒行业运行情况	73
一、2007年啤酒企业数量变化及趋势分析	73
二、2007年啤酒行业产值变化及趋势分析	73
三、2007年啤酒行业资本负债率变化及趋势分析	73
四、2007年啤酒企业成本费用利润率变化	74

## 第九章 啤酒行业地域分布统计 75

### 第一节 2007年北京啤酒行业 75

- 一、规模 75
- 二、产量 75
- 三、进出口 75

### 第二节 2007年上海啤酒行业 77

- 一、规模 77
- 二、产量 77
- 三、进出口 78

### 第三节 2007年广东啤酒行业 80

- 一、规模 80
- 二、产量 80
- 三、进出口 81

## 第十章 2007啤酒行业进出口分析 84

### 第一节 进口 84

### 第二节 出口 85

## 第十一章 世界啤酒行业现状与发展分析 88

### 第一节 世界啤酒市场分析 88

- 一、美国 88
- 二、日本 90
- 三、欧盟 91
- 四、其他地区 95

### 第二节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析 96

一、外资啤酒杀回中国的四大变招	96
二、比利时英特布鲁啤酒	103
三、嘉士伯啤酒	105
四、百威啤酒	109
五、喜力啤酒	109
六、贝克啤酒	113
第三部分 市场细分	115
第十二章 华北地区	116
第一节 北京啤酒市场竞争与策略分析	116
第二节 天津啤酒市场竞争与策略分析	117
第三节 河北省啤酒市场竞争与策略	122
第四节 山西省啤酒市场竞争与策略分析	124
第十三章 东北地区	127
第一节 东北地区啤酒市场概况	127
第二节 辽宁啤酒市场竞争与策略分析	129
第三节 吉林啤酒市场竞争与策略分析	132
第十四章 华东地区	136
第一节 华东地区啤酒市场概况	136
第二节 上海啤酒市场竞争与策略分析	137
第三节 山东啤酒市场竞争与策略分析	141
第十五章 中南地区	145
第一节 广东啤酒市场竞争与策略分析	145
第二节 河南省啤酒市场竞争与策略分析	149
第三节 湖北省啤酒啤酒市场竞争与策略分析	154
第四节 广西省啤酒啤酒市场竞争与策略分析	156
一、市场成长性	156
二、竞争	157
三、渠道	158

#### 四、消费习惯及对本地品牌的偏好 159

#### 第十六章 西北地区 160

#### 下 卷

#### 《2008年中国啤酒市场研究预测报告》(白金版)

本报告下卷为您对2007年啤酒市场营销、市场竞争格局、行业环境、未来趋势等进行了深度解构分析，让您对2008中国啤酒市场有更好的了解与把握，助您把握商机，占尽先机！详细内容请您阅读《2008年中国啤酒市场研究预测报告》(白金版) 16章——21章……

#### 第四部分 市场营销 164

#### 第十七章 中国啤酒消费者市场分析 165

##### 第一节 如何认识啤酒的消费者 165

##### 第二节 城市啤酒消费市场分析 171

##### 第三节 农村啤酒市场分析 179

#### 第十八章 中国啤酒营销策略分析 183

##### 第一节 中国啤酒市场的主要问题 183

##### 一、产品问题 183

##### 二、价格体系问题 183

##### 三、渠道网络问题 184

##### 四、广告、促销问题 185

##### 五、销售政策问题 185

##### 六、市场管理问题 186

##### 七、窜货问题 186

##### 八、新开发市场问题 186

##### 九、一部分经销商认为不赚钱 186

##### 十、销售团队、人员素质还需要提升 187

##### 第二节 中国啤酒营销网络创新与发展 187

##### 第三节 中国啤酒营销渠道变革与发展 192

##### 第四节 啤酒的乡镇营销策略 196



## 第五节 农村啤酒市场营销策略分析 201

一、产品策略 201

二、广告策略 202

三、价格策略 203

四、渠道策略 203

## 第六节 中小啤酒企业营销现状 204

## 第七节 案例分析 208

一、“三得利啤酒”上海成功上市 208

二、“零点啤酒”差异化营销 213

## 第五部分 市场竞争 218

## 第十九章 中国啤酒行业竞争状况分析 219

### 第一节 中国啤酒竞争状况 219

一、中国啤酒业仍处于成长期 219

二、中国啤酒市场竞争充分 220

三、中国啤酒企业竞争的核心在市场整合能力 222

四、中国啤酒市场竞争的主战场是终端市场 224

### 第二节 啤酒市场竞争策略分析 225

一、现行竞争界面分析 226

二、惯性竞争思维制肘 228

三、新型竞争思维转型 229

### 第三节 中国啤酒行业并购分析 232

## 第二十章 国内啤酒主要企业分析 235

### 第一节 青岛啤酒集团 235

一、公司情况 235

二、品牌运作 235

三、经营状况 238

### 第二节 燕京啤酒集团 242

一、公司情况 242

二、品牌运作 244

三、经营状况 245

### 第三节 华润啤酒集团 248

一、公司情况 248

二、经营状况 249

### 第四节 广东珠江啤酒集团 250

一、公司情况 250

二、品牌运作 250

三、经营状况 251

### 第五节 哈尔滨啤酒集团 252

一、公司情况 252

二、经营状况 252

### 第六节 深圳金威啤酒有限公司 253

一、公司情况 253

二、经营状况 255

### 第七节 惠泉啤酒集团股份有限公司 258

一、公司情况 259

二、经营状况 260

### 第八节 重庆啤酒(集团)有限责任公司 263

一、公司情况 263

二、经营状况 264

### 第九节 百威(武汉)国际啤酒有限公司 266

一、公司情况 266

二、经营状况 267

## 第六部分 行业趋势与预测 268

### 第二十一章 中国啤酒行业发展趋势与预测 269

#### 第一节 未来啤酒行业发展趋势分析 269

一、行业技术开发方向 269

二、未来啤酒包装趋势 270

三、啤酒行业盈利趋势 272

四、华南啤酒市场趋势 292

#### 第二节 啤酒行业运行状况预测 295

一、行业工业总产量预测 295

二、行业工业消费预测 296

三、啤酒企业成本预测 296

## 图表目录

图表3-1 中国人口数及构成(万人) 19

图表3-2 中国城镇化率 20

图表8-1 2007年前5个月国内啤酒产量 63

图表8-2 2007年一季度全国啤酒的销售与库存 63

图表8-3 2007年1-2季度全国啤酒的销售与库存 63

图表8-4 2007年1-10月中国啤酒产量统计 64

图表8-5 2007年7月各省市啤酒企业产量 64

图表8-6 2007年8月各省市啤酒企业产量 65

图表8-7 2007年9月各省市啤酒企业产量 65

图表8-8 2007年10月各省市啤酒企业产量 66

图表8-9 2007年2月各省市啤酒企业产量 67

图表8-10 2007年3月各省市啤酒企业产量 68

图表8-11 2007年8月啤酒制造收入前十家企业 69

图表8-12 2007年1-5月中国啤酒累计产量 70

图表8-13 2007年1-6月中国啤酒累计产量 70

图表8-14 2007年1-8月中国啤酒产量 71

图表8-15 2007年1-10月啤酒全国产量统计 71

图表8-16 2007年1-10月啤酒北京产量统计 71

图表8-17 2007年1-10月啤酒上海产量统计 72

图表8-18 2007年1-10月啤酒广东产量统计 72

图表8-19 2007年1-8月啤酒企业数量变化及趋势分析 73

图表8-20 2007年1-8月啤酒企业产值、利润、销售收入情况分析 73

图表8-21 2007年1-8月啤酒企业资本负债率变化及趋势分析 73

图表8-22 2007年1-8月啤酒企业资金利税率变化及趋势分析 73

图表8-23 2007年1-8月啤酒企业成本费用利润率变化 74

图表8-24 2007年1-8月啤酒行业人均销售率变化及趋势分析 74

图表8-25 2007年1-8月啤酒企业产成品资金占用率变化 74

图表9-1 2007年1-8月北京啤酒产值统计 75

图表9-2	2007年2月北京啤酒企业产量统计	75
图表9-3	2007年3月北京啤酒企业产量统计（单位：万千升）	75
图表9-4	2007年10月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	75
图表9-5	2007年9月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	76
图表9-6	2007年8月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	76
图表9-7	2007年7月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	76
图表9-8	2007年6月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	76
图表9-9	2007年5月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	76
图表9-10	2007年4月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	76
图表9-11	2007年3月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	77
图表9-12	2007年2月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	77
图表9-13	2007年1月北京麦芽酿造啤酒进出口统计	77
图表9-14	2007年1-8月上海啤酒产值统计	77
图表9-15	2007年2月上海啤酒企业产量统计	77
图表9-16	2007年3月上海啤酒企业产量统计	78
图表9-17	2007年10月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	78
图表9-18	2007年9月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	78
图表9-19	2007年8月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	78
图表9-20	2007年7月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	78
图表9-21	2007年6月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	79
图表9-22	2007年5月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	79
图表9-23	2007年4月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	79
图表9-24	2007年3月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	79
图表9-25	2007年2月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	79
图表9-26	2007年1月上海麦芽酿造啤酒进出口统计	79
图表9-27	2007年1-8月广东啤酒产值统计	80
图表9-28	2007年4月份广东省啤酒产品产量	80
图表9-29	2007年5月份广东省啤酒产品产量	80
图表9-30	2007年6月份广东省啤酒产品产量	80
图表9-31	2007年7月份广东省啤酒产品产量	81
图表9-32	2007年8月份广东省啤酒产品产量	81
图表9-33	2007年9月份广东省啤酒产品产量	81

图表9-34	2007年10月份广东省啤酒产品产量	81
图表9-35	2007年10月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	81
图表9-36	2007年9月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	82
图表9-37	2007年8月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	82
图表9-38	2007年7月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	82
图表9-39	2007年6月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	82
图表9-40	2007年5月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	82
图表9-41	2007年4月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	82
图表9-42	2007年3月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	83
图表9-43	2007年2月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	83
图表9-44	2007年1月广东麦芽酿造啤酒进出口统计	83
图表10-1	2007年10月全国麦芽酿造啤酒进口统计	84
图表10-2	2007年9月全国麦芽酿造啤酒进口统计	84
图表10-3	2007年8月全国麦芽酿造啤酒进口统计	84
图表10-4	2007年7月全国麦芽酿造啤酒进口统计	84
图表10-5	2007年6月全国麦芽酿造啤酒进口统计	84
图表10-6	2007年5月全国麦芽酿造啤酒进口统计	85
图表10-7	2007年4月全国麦芽酿造啤酒进口统计	85
图表10-8	2007年3月全国麦芽酿造啤酒进口统计	85
图表10-9	2007年2月全国麦芽酿造啤酒进口统计	85
图表10-10	2007年1月全国麦芽酿造啤酒进口统计	85
图表10-11	2007年10月全国麦芽酿造啤酒出口统计	86
图表10-12	2007年9月全国麦芽酿造啤酒出口统计	86
图表10-13	2007年8月全国麦芽酿造啤酒出口统计	86
图表10-14	2007年7月全国麦芽酿造啤酒出口统计	86
图表10-15	2007年6月全国麦芽酿造啤酒出口统计	86
图表10-16	2007年5月全国麦芽酿造啤酒出口统计	86
图表10-17	2007年4月全国麦芽酿造啤酒出口统计	87
图表10-18	2007年3月全国麦芽酿造啤酒出口统计	87
图表10-19	2007年2月全国麦芽酿造啤酒出口统计	87
图表10-20	2007年1月全国麦芽酿造啤酒出口统计	87
图表11-1	世界十大啤酒企业排名及年产量统计	88

图表11-2	2010年美国啤酒消费量预测	88
图表11-3	2007年上半年日本主要啤酒生产商啤酒总销量	90
图表11-4	2007年上半年日本啤酒市场前四位公司市场占有率	91
图表11-5	2007年11月日本各类啤酒的出货情况	91
图表11-6	2007年年前9个月德国啤酒总销量	95
图表11-7	2007年前8个月俄罗斯啤酒产量	96
图表11-8	2007年一季度嘉士伯啤酒销售额	108
图表12-1	2007年一季度河北省啤酒行业盈利企业数、亏损企业数统计	123
图表12-2	2007年一季度河北省麦芽、酒花价格上涨情况	124
图表13-1	2007年1-6月辽宁省完成啤酒产量	130
图表13-2	2007年1-6月辽宁省啤酒业实现利税总额	131
图表13-3	2007年1-6月辽宁省啤酒业实现产品销售收入净额	131
图表13-4	2007年1-6月辽宁省啤酒业实现利润总额	131
图表17-1	啤酒消费者对产品的认识过程	166
图表17-2	啤酒消费场所归类	168
图表17-3	同档次啤酒消费场所比例需求变化	168
图表17-4	消费者在不同消费场所选择品牌的行为特点	169
图表17-5	国内啤酒品牌消费者口味定位。	170
图表17-6	20城市居民每周饮用啤酒量（罐装）	171
图表17-7	20城市居民每周饮用啤酒量（瓶装）	172
图表17-8	20城市居民每周饮用啤酒量（扎啤）	172
图表17-9	全国及地方啤酒品牌前三位	173
图表17-10	不同收入消费者的品牌偏好度	174
图表17-11	20城市全国性啤酒品牌忠诚度	175
图表17-12	20城市啤酒消费者品牌观	176
图表17-13	20城市啤酒品牌渗透率	176
图表17-14	四城市最经常饮用的啤酒品牌比例	177
图表20-1	2007年青岛啤酒获利能力分析	238
图表20-2	2007年青岛啤酒经营能力分析	239
图表20-3	2007年青岛啤酒偿债能力分析	239
图表20-4	2007年青岛啤酒资本结构分析	240
图表20-5	2007年青岛啤酒发展能力分析	240

图表20-6 2007年青岛啤酒现金流量分析	240
图表20-7 2007年燕京啤酒获利能力分析	246
图表20-8 2007年燕京啤酒经营能力分析	246
图表20-9 2007年燕京啤酒偿债能力分析	247
图表20-10 2007年燕京啤酒资本结构分析	247
图表20-11 2007年燕京啤酒发展能力分析	247
图表20-12 2007年燕京啤酒现金流量分析	248
图表20-13 2007-2014年金威啤酒产能预计	258
图表20-14 2007年第一季度惠泉啤酒利润总额及增长情况	260
图表20-15 2007年第一季度惠泉啤酒营业收入及增长情况	260
图表20-16 2007年第一季度惠泉啤酒净利润增长情况	260
图表20-17 2007年惠泉啤酒获利能力分析	261
图表20-18 2007年惠泉啤酒经营能力分析	261
图表20-19 2007年惠泉啤酒偿债能力分析	261
图表20-20 2007年惠泉啤酒资本结构分析	262
图表20-21 2007年惠泉啤酒发展能力分析	262
图表20-22 2007年惠泉啤酒现金流量分析	262
图表20-23 2007年重庆啤酒获利能力分析	264
图表20-24 2007年重庆啤酒经营能力分析	264
图表20-25 2007年重庆啤酒偿债能力分析	265
图表20-26 2007年重庆啤酒资本结构分析	265
图表20-27 2007年重庆啤酒发展能力分析	265
图表20-28 2007年重庆啤酒现金流量分析	265

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42613.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](http://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。