



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国啤酒行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国啤酒行业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/42759.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

内容简介

2007年，在建设“和谐社会”和社会主义“新农村”的大主题下，与之关系密切的食品饮料行业有望继续取得较好的发展势头，人均收入的提升（尤其是农村居民可支配收入的提升）、城镇化进程的持续深入、对食品消费质量诉求的提升等将带动对啤酒、葡萄酒、中高档白酒、和黄酒等酒精饮料、安全肉制品、健康乳制品等的需求，而且这种消费需求的增长将是一个长期的慢热过程，具有较强的持续性。2007年至2010年，啤酒行业面临着较好的发展机遇：国民经济持续快速发展和城市化水平的提高，给行业发展创造了巨大的需求空间；西部大开发、振兴东北地区等老工业基地、促进中部崛起和建设社会主义新农村等重大发展战略，为啤酒行业创造了新的发展机遇；全球经济和区域经济一体化进程的加快，为我国啤酒行业在更大范围内配置资源、开拓市场创造了条件。

中国啤酒产量已连续四年保持世界第一，是世界上啤酒市场增长最快的地区之一，预计今后我国啤酒产量仍将以6%左右的增速向前发展。中国是世界上啤酒品牌最多的国家，但同样也是品牌消失最快的地方。随着中国啤酒产业集团化、规模化和国际化进程的不断加快中国啤酒市场竞争者层次逐渐明显化。在我国啤酒行业的区域布局中，我国的啤酒产量主要分布在华东地区、中南地区、华北地区、东北地区等。目前我国啤酒行业正处在整合阶段的中、后期，啤酒行业整体盈利水平在调整中呈增长趋势。2007年啤酒行业呈现出新一轮的整合态势，以国际国内大企业之间的并购整合和大型企业自身的全国布局调整为主。

2006年中国人年均消费啤酒25公升，与世界平均水平只相差1公升。2006年中国啤酒行业的市场增长率将超过10%，而2005年前，这个增长才只有5%-6%。“十一五”规划主张消费拉动经济增长，因此随着我国居民（特别是农村居民）的消费水平的不断提高，国内啤酒需求量将继续增大，啤酒市场规模将进一步扩大，预计2007-2008年中国啤酒市场将保持6-7%增速。“80后”不久将步入高档消费的核心群体，那将是啤酒行业的下一片“蓝海”。将为啤酒品牌带来前所未有的机遇，同时又将遭遇强而有力的挑战。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国轻工业统计局、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、中华全国商

业信息中心及相关媒体的权威信息，对我国啤酒行业的发展情况、市场现状、行业前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地研究，并分析了制酒饮料业、麦芽、大麦、啤酒花等相关行业的发展趋势，对今后我国啤酒产业的发展方向做出了精确的预测。同时，本报告也针对啤酒产业的特点，从各个角度全面详实地进行了调研，在报告中汇集了大量、最新的第一手数据，并采用了时间序列分析、回归分析、相关性分析等计量经济模型进行统计及预测。本报告数据全面及时、图表丰富，既有深入的研究，又有直观的比较分析，为啤酒生产和相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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。

第一部分 国内外行业现状

第一章 世界啤酒行业现状与发展分析 1

第一节 世界啤酒行业现状 1

- 一、世界啤酒行业综述 1
- 二、世界啤酒发展两种基本模式 5
- 三、欧洲依然是世界最大啤酒市场 5
- 四、中国啤酒产量居世界第一位 6
- 五、世界啤酒行业面临品牌挑战 7
- 六、全球啤酒市场发展趋势 8

第二节 世界啤酒区域市场分析 10

- 一、美国 10
- 二、加拿大 10
- 三、德国 11
- 四、奥地利 13
- 五、墨西哥 14
- 六、巴西 15
- 七、日本 16

第三节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析 21

- 一、英博公司在华布局 21
- 二、AB公司在华布局 21

三、SAB米勒在华扩展 23

第二章 中国酒业发展现状分析 25

第一节 2006年中国酒行业的发展 25

- 一、行业管理更加规范 25
- 二、品牌建设步伐加快 25
- 三、酒行业效益上新台阶 26
- 四、酒业资本开始变革 26
- 五、酒业市场走向诚信 27
- 六、酒行业可持续发展 27

第二节 困扰我国酒行业发展的五大问题 27

- 一、缺乏严格的市场监管体系 28
- 二、行业不正当竞争日趋激烈 28
- 三、存在低价倾销现象 28
- 四、国际资本考验酒企业 29
- 五、缺乏国际型人才 29

第三章 中国啤酒行业发展现状分析 30

第一节 中国啤酒行业发展概况 30

- 一、啤酒行业发展历程 30
- 二、啤酒行业特征分析 31
- 三、啤酒行业区域布局 32
- 四、啤酒行业产业链分析 32

第二节 中国啤酒行业现状分析 33

- 一、2006年啤酒行业概况 33
- 二、啤酒第二集团的“全国化” 37
- 三、中国啤酒行业的挑战 38
- 四、啤酒企业遭受成本之痛 43
- 五、中国啤酒业发展的制约因素 44

第四章 中国啤酒行业运行数据分析 46

第一节 2005-2006年全国及各地区啤酒产量情况 46

一、2005年全国及各省市啤酒产量	46
二、2006年全国及各省市啤酒产量	61
第二节 2006年啤酒行业主要指标分析	74
一、啤酒行业主要经济指标全国统计分析	74
二、啤酒行业主要经济指标华北地区统计分析	77
三、啤酒行业主要经济指标东北地区统计分析	82
四、啤酒行业主要经济指标华东地区统计分析	86
五、啤酒行业主要经济指标华中地区统计分析	96
六、啤酒行业主要经济指标华南地区统计分析	100
七、啤酒行业主要经济指标西南地区统计分析	104
八、啤酒行业主要经济指标西北地区统计分析	109

第二部分 中国啤酒市场分析

第五章 中国啤酒市场分析 117

第一节 2006啤酒市场发展分析 117

一、市场概况 117

二、市场规模 121

三、市场价格 122

第二节 啤酒行业进出口分析 123

一、进口 123

二、出口 126

第六章 中国啤酒区域市场分析 130

第一节 华北地区 130

一、北京啤酒市场 130

二、天津啤酒市场 132

第二节 东北地区 133

一、东北地区啤酒市场概况 133

二、辽宁啤酒市场 134

三、沈城啤酒市场 135

第三节 华东地区 137

一、华东地区啤酒市场概况 137

二、上海啤酒市场 137

三、浙江啤酒市场 141

四、福建啤酒市场 143

第四节 中南地区 147

一、华南啤酒市场 147

二、广东啤酒市场 150

三、深圳啤酒市场 152

四、郑州啤酒市场 152

五、武汉啤酒市场 154

第五节 西部地区 155

一、四川啤酒市场 155

二、贵阳啤酒市场 157

三、西安啤酒市场 158

四、西北啤酒市场 160

第七章 中国啤酒消费者市场分析 162

第一节 啤酒消费者行为分析 162

一、啤酒消费者对产品的认识过程 162

二、啤酒消费者的消费场所分析 164

三、影响啤酒消费者的因素分析 165

第二节 城市啤酒消费市场分析 166

一、城市啤酒消费特点与影响因素 166

二、城市啤酒消费市场分析 168

三、啤酒企业如何高效开拓城市市场 172

第三节 农村啤酒市场分析 182

一、农村啤酒潜在市场 182

二、农村啤酒市场的营销策略 186

第四节 啤酒夜场消费分析 189

第三部分 行业竞争格局分析

第八章 中国啤酒行业竞争状况分析 193

第一节 中国啤酒行业集中度分析 193

一、啤酒行业市场集中度变化趋势	193
二、啤酒行业收入前10家企业主要指标	193
第二节 中国啤酒行业竞争格局分析	202
一、中国啤酒行业整合分析	202
二、中国啤酒行业格局分析	205
第三节 中国啤酒行业竞争态势分析	206
一、啤酒行业外资比例不断上升	206
二、啤酒品牌竞争格局的变化	208
三、中国啤酒行业“国际化”	212
四、四大啤酒巨头迎战奥运战场	214
五、啤酒行业竞争发展方向	217
第四节 中国啤酒行业竞争的问题分析	219
一、啤酒业竞争误区	219
二、啤酒市场不规范竞争现象	221
第九章 国内啤酒主要企业分析	224
第一节 青岛啤酒股份有限公司	224
一、公司情况	224
二、2006年财务分析	225
三、青岛啤酒的扩张模式分析	227
第二节 燕京啤酒集团	234
一、公司情况	235
二、2006年财务分析	237
三、经营状况分析	239
四、发展战略分析	247
第三节 华润啤酒集团	251
一、公司情况	251
二、最新动态	252
第四节 广东珠江啤酒集团	254
一、公司情况	254
二、经营策略	254
三、最新动态	257

第五节 哈尔滨啤酒集团	262
一、公司情况	262
二、经营状况	262
第六节 深圳金威啤酒有限公司	263
一、公司情况	263
二、经营分析	265
第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司	270
一、公司情况	270
二、2006年财务分析	272
第八节 重庆啤酒(集团)有限责任公司	274
一、公司情况	274
二、2006年财务分析	275
三、经营状况分析	278
四、最新动态分析	281
第九节 金星啤酒集团有限公司	282
一、公司概况	282
二、现状分析	283
三、战略分析	284
第十章 相关竞争行业发展现状分析	287
第一节 2006年中国制酒饮料行业子行业对比分析	288
一、总体运行情况	288
二、财务状况分析	291
三、市场供需分析	293
第二节 白酒行业	295
一、白酒行业发展现状	295
二、2006中国白酒行业市场状况	300
第三节 葡萄酒行业	303
一、2005-2006年行业发展	303
二、2006年中国葡萄酒市场	306
三、2010年葡萄酒市场预测	309
第四节 黄酒行业	312

一、黄酒行业发展现状	312
二、2006年黄酒行业特点	314
三、黄酒发展前景分析	318
第五节 保健酒行业	320
一、2006年行业发展现状	320
二、2010年市场容量预测	321
第六节 烈性洋酒在中国的发展	322
一、烈性洋酒在中国市场现状	322
二、烈性洋酒的中国新周期	325
三、2006年烈性洋酒酝酿洗牌	332
四、烈性洋酒新势力到来	335

第四部分 行业发展趋势分析

第十一章 中国啤酒行业外部环境分析	339
第一节 宏观经济环境	339
一、2006年宏观经济运行分析	339
二、2007年宏观经济发展预测	341
三、我国消费趋势分析	343
第二节 政策环境分析	345
一、生产准入体系的建立	347
二、酒类流通准入体系的建立	348
三、酒类生产标准化体系的健全	348
四、酒类产品质量认可认证体系的建立	349
五、行业职业技能培训、鉴定体系的建立	350
六、新型行业服务体系的构建	351

第十二章 啤酒关联产业与要素分析 355

第一节 中国啤酒主要原料市场分析	355
一、麦芽的需求与供给分析	355
二、国内啤麦生产及发展状况	358
三、未来啤酒大麦供应预测	365
四、啤酒花供应分析	366

第二节 中国啤酒相关机械设备行业发展现状 370

一、啤酒饮料灌装机械行业发展趋势分析 370

二、国产小型啤酿设备的现状及发展趋势 372

三、啤酒包装机械的发展分析 373

第三节 啤酒包装发展分析 375

一、啤酒卷标的未来发展趋势 375

二、啤酒纸箱包装的发展趋势 377

三、国内外饮料罐的发展现状分析 378

第十三章 中国啤酒行业发展趋势分析 381

第一节 中国啤酒行业发展趋势 381

一、产品多样化，结构合理化 381

二、从跑马圈地到品牌提升 381

三、扁平化、精细化营销 382

四、高档市场争夺进入白热化 382

第二节 中国啤酒未来发展预测 383

一、2007-2008年中国啤酒市场增速预测 383

二、啤酒品牌发展战略趋势预测 384

三、啤酒行业市场发展前景预测 386

四、2007年啤酒行业的新机遇 387

图表目录

图表：2004年世界各国啤酒产量 2

图表：2004年世界各大洲及地区啤酒消费量 2

图表：2004年世界人均啤酒消费量前35位国家 3

图表：2004年世界10大啤酒消费国 4

图表：2005年世界啤酒产量前十位 4

图表：2005年世界啤酒产量前10位 4

图表：加拿大啤酒人均消费量 11

图表：加拿大主要啤酒品牌(共占加拿大啤酒市场58%的份额) 11

图表：2005年德国10大啤酒品牌及产量情况 13

图表：巴西啤酒市场主导品牌排名 16

图表：2006年1-11月日本啤酒进口统计（部分国家/地区）	19
图表：“十五”期间啤酒产品销售收入变化表	31
图表：2003-2006年啤酒行业产品销售收入及增长率	34
图表：2003-2006年啤酒行业毛利率呈下降趋势	35
图表：2003-2006年啤酒利润总额及增长率	35
图表：2003-2006年啤酒行业利润率创近年新高	36
图表：2003-2006年国内啤酒行业累计销售同比增长和累计销售利润率变化情况	37
图表：中国啤酒企业背后的外资	38
图表：2005年三大啤酒企业啤酒销量	38
图表：1980年-2005年我国啤酒行业产量	46
图表：2005年2-12月啤酒产量全国合计	47
图表：2005年2-12月啤酒产量北京合计	47
图表：2005年2-12月啤酒产量天津合计	47
图表：2005年2-12月啤酒产量河北合计	48
图表：2005年2-12月啤酒产量山西合计	48
图表：2005年2-12月啤酒产量辽宁合计	49
图表：2005年2-12月啤酒产量吉林合计	49
图表：2005年2-12月啤酒产量黑龙江合计	50
图表：2005年2-12月啤酒产量上海合计	50
图表：2005年2-12月啤酒产量江苏合计	51
图表：2005年2-12月啤酒产量浙江合计	51
图表：2005年2-12月啤酒产量安徽合计	52
图表：2005年2-12月啤酒产量福建合计	52
图表：2005年2-12月啤酒产量江西合计	52
图表：2005年2-12月啤酒产量山东合计	53
图表：2005年2-12月啤酒产量河南合计	53
图表：2005年2-12月啤酒产量湖北合计	54
图表：2005年2-12月啤酒产量湖南合计	54
图表：2005年2-12月啤酒产量广东合计	55
图表：2005年2-12月啤酒产量广西合计	55
图表：2005年2-12月啤酒产量海南合计	56
图表：2005年2-12月啤酒产量重庆合计	56

图表：2005年2-12月啤酒产量四川合计	57
图表：2005年2-12月啤酒产量贵州合计	57
图表：2005年2-12月啤酒产量云南合计	57
图表：2005年2-12月啤酒产量陕西合计	58
图表：2005年2-12月啤酒产量甘肃合计	58
图表：2005年2-12月啤酒产量新疆合计	59
图表：2005年2-12月啤酒产量宁夏合计	59
图表：2005年2-12月啤酒产量内蒙古合计	60
图表：2005年2-12月啤酒产量西藏合计	60
图表：2006年2-11月啤酒产量全国合计	61
图表：2006年2-11月啤酒产量北京合计	61
图表：2006年2-11月啤酒产量天津合计	62
图表：2006年2-11月啤酒产量河北合计	62
图表：2006年2-11月啤酒产量山西合计	62
图表：2006年2-11月啤酒产量辽宁合计	63
图表：2006年2-11月啤酒产量吉林合计	63
图表：2006年2-11月啤酒产量黑龙江合计	64
图表：2006年2-11月啤酒产量上海合计	64
图表：2006年2-11月啤酒产量江苏合计	65
图表：2006年2-11月啤酒产量浙江合计	65
图表：2006年2-11月啤酒产量安徽合计	65
图表：2006年2-11月啤酒产量福建合计	66
图表：2006年2-11月啤酒产量江西合计	66
图表：2006年2-11月啤酒产量山东合计	67
图表：2006年2-11月啤酒产量河南合计	67
图表：2006年2-11月啤酒产量湖北合计	68
图表：2006年2-11月啤酒产量湖南合计	68
图表：2006年2-11月啤酒产量广东合计	68
图表：2006年2-11月啤酒产量广西合计	69
图表：2006年2-11月啤酒产量海南合计	69
图表：2006年2-11月啤酒产量重庆合计	70
图表：2006年2-11月啤酒产量四川合计	70

图表：2006年2-11月啤酒产量贵州合计	71
图表：2006年2-11月啤酒产量云南合计	71
图表：2006年2-11月啤酒产量陕西合计	71
图表：2006年2-11月啤酒产量甘肃合计	72
图表：2006年2-11月啤酒产量新疆合计	72
图表：2006年2-11月啤酒产量宁夏合计	73
图表：2006年2-11月啤酒产量内蒙古合计	73
图表：2006年2-11月啤酒产量西藏合计	74
图表：2005年1-12月啤酒制造业主要经济指标全国合计	74
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标全国合计	76
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标北京合计	77
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标天津合计	78
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标河北合计	80
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标山西合计	81
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标辽宁合计	82
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标吉林合计	84
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标黑龙江合计	85
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标上海合计	86
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标江苏合计	88
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标浙江合计	89
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标安徽合计	90
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标福建合计	92
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标江西合计	93
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标山东合计	94
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标河南合计	96
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标湖北合计	97
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标湖南合计	98
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标广东合计	100
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标广西合计	101
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标海南合计	102
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标重庆合计	104
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标四川合计	105

图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标贵州合计	106
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标云南合计	108
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标陕西合计	109
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标甘肃合计	110
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标新疆合计	112
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标宁夏合计	113
图表：2006年1-11月啤酒制造业主要经济指标内蒙古合计	114
图表：2004-2005年啤酒进口情况	123
图表：2006年1月麦芽酿造的啤酒进口情况	124
图表：2006年2月麦芽酿造的啤酒进口情况	124
图表：2006年3月麦芽酿造的啤酒进口情况	125
图表：2006年4月麦芽酿造的啤酒进口情况	125
图表：2006年5月麦芽酿造的啤酒进口情况	125
图表：2006年6月麦芽酿造的啤酒进口情况	125
图表：2006年7月麦芽酿造的啤酒进口情况	125
图表：2006年8月麦芽酿造的啤酒进口情况	126
图表：2006年9月麦芽酿造的啤酒进口情况	126
图表：2006年10月麦芽酿造的啤酒进口情况	126
图表：2006年11月麦芽酿造的啤酒进口情况	126
图表：2004-2005年啤酒出口情况	126
图表：2006年1月麦芽酿造的啤酒出口情况	127
图表：2006年2月麦芽酿造的啤酒出口情况	127
图表：2006年3月麦芽酿造的啤酒出口情况	128
图表：2006年4月麦芽酿造的啤酒出口情况	128
图表：2006年5月麦芽酿造的啤酒出口情况	128
图表：2006年6月麦芽酿造的啤酒出口情况	128
图表：2006年7月麦芽酿造的啤酒出口情况	128
图表：2006年8月麦芽酿造的啤酒出口情况	129
图表：2006年9月麦芽酿造的啤酒出口情况	129
图表：2006年10月麦芽酿造的啤酒出口情况	129
图表：2006年11月麦芽酿造的啤酒出口情况	129
图表：国产啤酒北京市民感知前5名	132

图表：啤酒消费者对产品的认识过程图	162
图表：酒消费者的消费场所归类表	164
图表：费者选择啤酒品牌的行为分析图	164
图表：2005年世界人均啤酒消费量前15位国家及同中国对比	166
图表：酒消费与收入水平的关系统计表	167
图表：城市居民每周饮用啤酒量分析表	168
图表：国及各区域啤酒品牌前三位排名表	169
图表：同收入消费者的品牌偏好度分析表	170
图表：市啤酒消费品牌观分析表	171
图表：市啤酒品牌渗透率分析表	171
图表：国市场啤酒品牌综合占有率情况	172
图表：前十大啤酒企业的市场集中度	193
图表：2005年2月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	194
图表：2005年3月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	194
图表：2005年4月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	194
图表：2005年5月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	195
图表：2005年6月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	195
图表：2005年7月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	196
图表：2005年8月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	196
图表：2005年9月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	196
图表：2005年10月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	197
图表：2005年11月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	197
图表：2005年12月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	198
图表：2006年2月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	198
图表：2006年3月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	198
图表：2006年4月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	199
图表：2006年5月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	199
图表：2006年6月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	200
图表：2006年7月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	200
图表：2006年8月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	200
图表：2006年9月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	201
图表：2006年10月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	201

图表：2006年11月啤酒制造收入前10家企业主要经济指标	202
图表：中国啤酒品牌根据地示意图	208
图表：华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒公司销量一览表	209
图表：雪花啤酒、青岛啤酒、燕京啤酒单品销量一览表	209
图表：国内主要啤酒品牌年报数据	209
图表：青岛啤酒的主要品牌销量增长和构成	224
图表：青岛啤酒主要股东	225
图表：2006年青岛啤酒获利能力分析	225
图表：2006年青岛啤酒经营能力分析	225
图表：2006年青岛啤酒偿债能力分析	226
图表：2006年青岛啤酒资本结构分析	226
图表：2006年青岛啤酒发展能力分析	226
图表：2006年青岛啤酒现金流量分析	226
图表：2006年青岛啤酒利润分配表	227
图表：燕京啤酒主要股东	236
图表：2006年燕京啤酒获利能力分析	237
图表：2006年燕京啤酒经营能力分析	237
图表：2006年燕京啤酒偿债能力分析	237
图表：2006年燕京啤酒资本结构分析	237
图表：2006年燕京啤酒发展能力分析	238
图表：2006年燕京啤酒现金流量分析	238
图表：2006年燕京啤酒利润分配表	238
图表：1982-2005年燕京啤酒产销量增长柱形图	239
图表：1982-2005年燕京啤酒销售收入增长柱形图	240
图表：1996-2006年燕京啤酒有形资产增长柱形图	240
图表：燕京啤酒品牌价值柱形图	241
图表：燕京啤酒利税总额柱形图	241
图表：市场占有率图表	241
图表：公司外埠市场销售量增长情况	242
图表：2001-2006年公司产品平均销售价格、成本及毛利率变化情况	243
图表：2003-2006年公司按季度产销量和吨酒销售均价变化情况	245
图表：惠泉啤酒主要股东	271

图表：2006年惠泉啤酒获利能力分析	272
图表：2006年惠泉啤酒经营能力分析	272
图表：2006年惠泉啤酒偿债能力分析	272
图表：2006年惠泉啤酒资本结构分析	273
图表：2006年惠泉啤酒发展能力分析	273
图表：2006年惠泉啤酒现金流量分析	273
图表：2006年惠泉啤酒利润分配表	273
图表：重庆啤酒主要股东	275
图表：2006年重庆啤酒获利能力分析	275
图表：2006年重庆啤酒经营能力分析	276
图表：2006年重庆啤酒偿债能力分析	276
图表：2006年重庆啤酒资本结构分析	276
图表：2006年重庆啤酒发展能力分析	276
图表：2006年重庆啤酒现金流量分析	277
图表：2006年重庆啤酒利润分配表	277
图表：2000-2006年重庆啤酒产量	278
图表：重庆啤酒的市场构成	279
图表：2001-2006年重庆啤酒主营业务收入与净利润增长	280
图表：制酒饮料行业工业总产值增长情况	289
图表：制酒饮料行业产品销售收入增长情况	289
图表：三大酒业增速对比	290
图表：制酒饮料行业利润总额增长情况	290
图表：制酒饮料行业亏损企业亏损额情况	291
图表：制酒饮料行业产品销售成本变化	291
图表：制酒饮料行业财务费用变化	292
图表：制酒饮料行业资产及资金变化	292
图表：制酒饮料行业产量增长情况	293
图表：制酒饮料行业工业销售值增长情况	294
图表：制酒饮料行业产成品增长情况	294
图表：制酒饮料行业出口交货值增长情况	295
图表：我国白酒产量占总酒类产量的比例	295
图表：2002-2006年第三季我国白酒产量及增长率	296

图表：2005年1-12月白酒制造主要经济指标全国合计	296
图表：2006年1-11月白酒制造主要经济指标全国合计	297
图表：主要酒类销售收入增长率趋势图	299
图表：主要酒类利润总额增长率趋势	299
图表：各酒类替代品占消费者选择总量的比例	300
图表：2006年1-11月葡萄酒产量	303
图表：2005年1-12月葡萄酒制造业主要经济指标全国合计	303
图表：2006年1-11月葡萄酒制造业主要经济指标全国合计	305
图表：黄酒历年的产量情况	314
图表：2006年1-11月黄酒产量	314
图表：中国人均GDP（美元）	343
图表：城乡居民恩格尔系数呈下降趋势，但食品消费总额保持增长	344
图表：我国GDP增速预测（以1978年为不变价）	344
图表：我国最终消费增速预测（现价）	345
图表：各酒种税收政策	346
图表：中国啤酒大麦供应市场	361
图表：啤酒大麦季节指数分析	363
图表：2005年各地区大麦、荞麦面积和产量	363
图表：2006年中国啤酒大麦生产概况一览	364
图表：2006年1-12月我国大麦进口情况	365

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42759.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。