



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国啤酒市场分析及研究 预测报告

一、调研说明

《2007年中国啤酒市场分析及研究预测报告》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/42770.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 中国啤酒行业相关概述	6
第一节 中国啤酒行业相关定义分析	6
一、中国啤酒发展历程	6
二、啤酒的分类	9
三、中国啤酒行业发展特点分析	10
第二节 从我国啤酒业扩张中看协同化效应	13
一、中国啤酒行业整合的过程	13
二、中国啤酒市场整合的动力	14
1、与行业关键成功因素（KSF）相匹配	14
2、形成最佳协同化效应，建立优势竞争地位	16
3、建立有利的市场结构	18
第三节 啤酒市场操作的六大要点分析	18
第四节 啤酒生产技术简介	21
第五节 中国啤酒行业生产主要问题	22
第二章 世界啤酒行业发展分析	32
第一节 世界啤酒发展历史	32
第二节 世界啤酒面临品牌挑战	34
一、创新立品牌	34
二、新兴市场成焦点	34
三、印度、俄罗斯仍需努力	35
四、艰难时期将至	35
第三节 世界啤酒市场消费现状分析	36
一、欧洲	36
二、非洲	37
三、亚洲	37
四、北美和南美洲	38
五、太平洋地区	38

第四节 东欧啤酒市场分析	40
一、市场规模	40
二、市场份额	40
第五节 日本啤酒市场产量及销售情况与包装现状分析	41
第三章 中国啤酒行业原料市场分析	43
第一节 麦芽的需求与供给情况	43
第二节 国内啤麦生产及发展状况	43
第三节 啤酒花供应现状及其发展策略	45
第四节 啤酒业七成原料靠进口年耗资3.5亿元	48
第四章 2004-2006年中国啤酒行业发展状况分析	51
第一节 2004年中国啤酒行业总体情况分析	51
第二节 2004年中国啤酒行业各项经济指标分析	56
一、工业总产值情况	56
二、企业评价指标	58
三、企业盈亏情况	61
四、资产负债情况	63
五、产销存情况	65
六、财务费用情况	67
第三节 2005年中国啤酒制造业主要经济指标分析	70
一、行业规模	74
二、行业效益	79
三、其他指标	86
第四节 2005年1-12月啤酒制造分经济类型主要经济指标	94
一、2005年1-12月啤酒制造国有企业经济指标	94
二、2005年1-12月啤酒制造集体企业经济指标	95
三、2005年1-12月啤酒制造股份合作企业经济指标	96
四、2005年1-12月啤酒制造股份制企业经济指标	98
五、2005年1-12月啤酒制造私营企业经济指标	99
六、2005年1-12月啤酒制造外商和港澳台投资企业经济指标	101
第五节 2005年2-12月啤酒制造收入前十家企业情况	102

第六节 2006年啤酒业八大特点分析	107
一、资产重组是主旋律	107
二、外资收购持续加剧	107
三、小、散、弱、差状况难从根本上改变	108
四、进入品牌争霸时期	108
五、企业集团化、产量规模化、品牌集约化、新品系列化是竞争之本	108
六、建设节约型企业成行业共识	109
七、进入微利时代	109
八、产量继续稳步上升	110
第七节 2006年啤酒制造经济指标	110
第八节 2006年2-9月啤酒制造收入前十家企业情况	160
第五章 中国啤酒行业进出口分析	164
第一节 啤酒进口情况	164
第二节 2004年我国啤酒出口情况	165
一、总体出口情况	165
二、地区出口情况	166
第三节 2005年我国啤酒出口情况	167
一、出口数量	167
二、出口总值	169
第六章 2004-2006年中国啤酒行业区域市场发展分析	171
第一节 华北地区啤酒市场分析	171
一、华北啤酒市场发展环境分析	171
二、华北啤酒市场存在问题	175
三、北京啤酒市场分析	178
四、2004-2006年华北地区各省市啤酒数据分析	182
五、产品发展趋势分析	195
六、竞争形势分析	196
第二节 华中地区啤酒市场分析	196
第三节 华东地区啤酒市场分析	207
第四节 华南地区啤酒市场分析	231

第五节 西南地区啤酒市场分析	241
第六节 西北地区啤酒市场分析	250
第七节 东北啤酒市场分析	263
第七章 中国啤酒行业消费及销售网络分析	272
第一节 城市啤酒消费分析	272
一、啤酒消费特点与影响因素	272
二、城市啤酒消费分析	273
第二节 农村啤酒市场分析	278
一、农村市场特点	278
二、农村市场开拓	278
第三节 啤酒市场销售网络存在的问题	281
第四节 啤酒销售网络的构建	282
第五节 啤酒企业如何有效控制终端	284
第八章 中国啤酒业营销分析	290
第一节 中国啤酒营销渠道变革与发展分析	290
一、目前啤酒营销渠道的现状与存在的问题	290
二、中国啤酒营销渠道变革的推动力分析	290
三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势分析	291
第二节 中国啤酒市场运作营销分析	293
第三节 高档啤酒市场营销分析	297
一、高档啤酒的渠道策略	297
二、高档啤酒地差异化策略	298
三、高档啤酒的目标策略	298
四、高档啤酒的生命周期策略	298
五、高档啤酒的渠道设计	298
第四节 农村啤酒市场的营销策略	299
一、产品策略	300
二、广告策略	300
三、价格策略	301
四、渠道策略	301

第九章 中国啤酒市场品牌分析	303
第一节 品牌格局分析	303
一、品牌发展阶段	303
二、品牌特征	304
三、企业并购行为对品牌格局的影响	307
第二节 品牌战略和策略	307
一、品牌发展战略	307
二、品牌的推广策略	308
第三节 国内啤酒行业的品牌“真相”	310
第四节 啤酒市场营销中的品牌战略分析	312
一、实施中国啤酒品牌战略的重要意义分析	312
二、实施啤酒品牌发展战略的策略	314
第五节 三大啤酒品牌策略分析	317
第六节 品牌发展趋势	318
一、品牌集中度依然较为分散	318
二、品牌档次定位趋向模糊	318
三、区域品牌忠诚度将有所下降	318
四、品牌价值的提升将取决于品牌的“文化含量”	319
第十章 中国啤酒业并购分析	320
第一节 行业并购现状	320
第二节 行业并购分析	321
一、资本实力与资本运营能力	321
二、品牌影响力	322
三、管理与人才	322
第三节 啤酒市场进入并购时代	322
第四节 啤酒业：“并购”之后是“竞合”	323
一、啤酒业迎来竞合时代	323
二、水到渠成的选择	324
三、“竞合”席卷整个行业	324
四、启动“竞合”的钥匙	325

第五节 啤酒业外资伺机并购中国啤酒市场	326
第六节 华润啤酒并购与整合战略解析	327
第十一章 中国啤酒业竞争格局分析	330
第一节 啤酒业走向垄断竞争	330
第二节 中国啤酒市场竞争特点分析	330
一、竞争者层次明显化	330
二、竞争行为的多样化、高层次化	331
三、竞争秩序的规范化	331
四、竞争程度的激烈化	331
第三节 中国啤酒市场竞争形式分析	331
一、价格竞争	331
二、产品竞争	335
三、品牌竞争	337
四、广告竞争	339
第四节 啤酒业形成新的竞争格局	342
第五节 中国啤酒业逐渐形成寡头竞争	343
第六节 啤酒市场品牌竞争取代价格竞争	347
一、啤酒大战势在必行	347
二、低价——不是取胜的法宝	349
三、品牌意识---才是企业应培养的	350
四、全国性品牌少得可怜	351
五、企业集团化、产品个性化是趋势	352
六、地域品牌力不从心	353
七、时尚将引领消费	353
第七节 中国啤酒市场主要竞争者竞争行为的演化方向	354
一、巨型啤酒企业竞争行为的演化方向	354
二、大型啤酒企业竞争行为的演化方向	356
三、中小啤酒企业竞争行为的演化方向	357
四、国外资本竞争行为的演化方向	358
第八节 啤酒市场竞争策略分析	359
一、现行竞争界面分析	359

二、惯性竞争思维制肘	360
三、新型竞争思维转型	362
第九节 正确认识我国啤酒市场竞争	364
一、正确认识我国啤酒市场竞争所产生的影响	365
二、正确引导和规范啤酒市场竞争的有效对策	366
第十节 中国啤酒业竞争格局发展趋势分析	369
一、中国啤酒产业未来的竞争格局分析	369
二、中国啤酒业未来的竞争焦点	372
第十二章 中国啤酒业主要企业分析	374
第一节 青岛啤酒集团	374
第二节 燕京啤酒集团	388
第三节 华润啤酒	404
第四节 广东珠江啤酒集团	412
第五节 河南金星啤酒集团有限公司	414
第六节 哈尔滨啤酒集团	422
第七节 深圳金威啤酒有限公司	426
第八节 惠泉啤酒集团股份有限公司	429
第九节 重庆啤酒(集团)有限责任公司	432
第十节 金狮啤酒集团	433
第十三章 啤酒行业发展趋势分析	435
第一节 世界啤酒市场发展趋势	435
第二节 中国啤酒行业的发展趋势	437
一、生产产量将进一步增长	437
二、啤酒行业整合进程进一步加快	437
三、企业体制向股份制发展	437
四、企业规模两极分化	438
五、生产能力过剩	438
六、市场竞争将更加激烈	438
七、新技术将得到应用和推广,产品向多样化方向发展	439
八、注重装备和质量	439

部分图表目录

图表 2006年2月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年2月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年2月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年2月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年3月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年3月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年3月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年3月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年4月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年4月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年4月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年4月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年5月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年5月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年5月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年5月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年6月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年6月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年6月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年6月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年7月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年7月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年7月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年7月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年8月全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2006年8月全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2006年8月全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2006年8月全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2006年2月啤酒制造收入前十家企业

图表 2006年3月啤酒制造收入前十家企业

图表 2006年4月啤酒制造收入前十家企业
图表 2006年5月啤酒制造收入前十家企业
图表 2006年6月啤酒制造收入前十家企业
图表 2006年7月啤酒制造收入前十家企业
图表 2006年8月啤酒制造收入前十家企业
图表 2006年9月啤酒制造收入前十家企业
图表 2006年2-9月北京啤酒合计
图表 2006年2-9月天津啤酒合计
图表 2006年2-9月河北啤酒合计
图表 2006年2-9月山西省啤酒合计
图表 2006年2-9月内蒙古啤酒合计
图表 2006年2-9月河南省啤酒合计
图表 2006年2-9月湖北啤酒合计
图表 2006年2-9月湖南啤酒合计
图表 2006年2-9月上海啤酒合计
图表 2006年2-9月江苏啤酒合计
图表 2006年2-9月浙江啤酒合计
图表 2006年2-9月江西啤酒合计
图表 2006年2-9月安徽啤酒合计
图表 2006年2-9月山东啤酒合计
图表 2006年2-9月福建啤酒合计
图表 2006年2-9月广东啤酒合计
图表 2006年2-9月广西啤酒合计
图表 2006年2-9月海南啤酒合计
图表 2006年2-9月重庆啤酒合计
图表 2006年2-9月四川啤酒合计
图表 2006年2-9月贵州啤酒合计
图表 2006年2-9月云南啤酒合计
图表 2006年2-9月陕西啤酒合计
图表 2006年2-9月宁夏啤酒合计
图表 2006年2-9月甘肃啤酒合计
图表 2006年2-9月新疆啤酒合计

图表 2006年2-9月辽宁啤酒合计

图表 2006年2-9月吉林啤酒合计

图表 2006年2-9月黑龙江啤酒合计

图表 2005年12月份全国啤酒制造业经济指标（1）

图表 2005年12月份全国啤酒制造业经济指标（2）

图表 2005年12月份全国啤酒制造业经济指标（3）

图表 2005年12月份全国啤酒制造业经济指标（4）

图表 2005年1-12月啤酒制造国有企业经济指标

图表 2005年1-12月啤酒制造集体企业经济指标

图表 2005年1-12月啤酒制造股份合作企业经济指标

图表 2005年1-12月啤酒制造股份制企业经济指标

图表 2005年1-12月啤酒制造私营企业经济指标

图表 2005年1-12月啤酒制造外商和港澳台投资企业经济指标

图表 2005年2月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年3月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年4月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年5月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年6月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年7月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年8月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年9月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年10月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年11月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年12月啤酒制造收入前十家企业

图表 2005年1-12月啤酒制造累计工业总产值（当年价格）

图表 2005年1-12月啤酒制造累计企业单位数单位

图表 2005年1-12月啤酒制造累计全部从业人员平均人数

图表 2005年1-12月啤酒制造累计资产总计

图表 2005年1-12月啤酒制造累计负债总计

图表 2005年1-12月啤酒制造累计产品销售收入

图表 2005年1-12月啤酒制造累计产品销售成本

图表 2005年1-12月啤酒制造累计产品销售费用

图表 2005年1-12月啤酒制造累计利润总额

图表 2005年1-12月啤酒制造累计产成品

图表 2005年1-12月啤酒制造累计管理费用

图表 2005年1-12月啤酒制造累计财务费用

图表 2005年1-12月啤酒制造累计亏损企业单位数

图表 2005年1-12月啤酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2005年1-12月啤酒制造产值利税率

图表 2005年1-12月啤酒制造资产负债率

图表 2005年1-12月啤酒制造资金利润率

图表 2005年1-12月啤酒制造成本费用利润率

图表 2005年1-12月啤酒制造产成品资金占用率

图表 2005年1-12月啤酒制造人均销售率

图表 1997-2010年全国啤酒产销量

图表 1999-2010年华北区域啤酒产销量

图表 2005年北京啤酒合计

图表 2005年天津啤酒合计

图表 2005年河北啤酒合计

图表 2005年山西啤酒合计

图表 2005年内蒙古啤酒合计

图表 2005年河南省啤酒合计

图表 2005年湖北啤酒合计

图表 2005年湖南啤酒合计

图表 2005年上海啤酒合计

图表 2005年江苏啤酒合计

图表 2005年浙江啤酒合计

图表 2005年江西啤酒合计

图表 2005年安徽啤酒合计

图表 2005年山东啤酒合计

图表 2005年福建啤酒合计

图表 2005年广东啤酒合计

图表 2005年广西啤酒合计

图表 2005年海南啤酒合计

图表 2005年四川啤酒合计

图表 2005年贵州啤酒合计

图表 2005年云南啤酒合计

图表 2005年陕西啤酒合计

图表 2005年宁夏啤酒合计

图表 2005年甘肃啤酒合计

图表 2005年新疆啤酒合计

图表 2005年辽宁啤酒合计

图表 2005年吉林啤酒合计

图表 2005年黑龙江啤酒合计

图表 2005年1-12月北京市啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月天津市啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月河北省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月山西省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月内蒙古啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月河南省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月湖北省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月湖南省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月上海市啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月江苏省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月浙江省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月江西省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月安徽省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月山东省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月福建省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月广东省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月广西啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月海南省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月四川省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月贵州省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月云南省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月陕西省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月宁夏啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月甘肃省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月新疆啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月辽宁省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月吉林省啤酒制造主要经济指标

图表 2005年1-12月黑龙江省啤酒制造主要经济指标

图表 2004年啤酒全国合计

图表 2004年中国啤酒各省市产量

图表 2004年啤酒制造累计工业总产值（当年价格）

图表 2004年啤酒制造累计工业总产值（当年价格）比上年同期增长

图表 2004年啤酒制造累计全部从业人员平均人数

图表 2004年啤酒制造累计产品销售成本

图表 2004年啤酒制造累计利润总额

图表 2004年啤酒制造累计亏损企业单位数

图表 2004年啤酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2004年啤酒制造累计资产总计

图表 2004年啤酒制造累计负债合计

图表 2004年啤酒制造累计产成品

图表 2004年啤酒制造累计产品销售收入

图表 2004年啤酒制造累计产品销售费用

图表 2004年啤酒制造累计财务费用

图表 2004年啤酒制造累计管理费用

图表 2004年啤酒出口数量表

图表 2004年啤酒出口总值

图表 2004年全国各省市出口总值累计

图表 2004年北京啤酒合计

图表 2004年天津啤酒合计

图表 2004年河北啤酒啤酒合计

图表 2004年山西啤酒合计

图表 2004年内蒙古啤酒合计

图表 2004年河南省啤酒合计

图表 2004年湖北啤酒合计

图表 2004年湖南啤酒合计
图表 2004年上海啤酒合计
图表 2004年江苏啤酒合计
图表 2004年浙江啤酒合计
图表 2004年江西啤酒合计
图表 2004年安徽啤酒合计
图表 2004年山东啤酒合计
图表 2004年福建啤酒合计
图表 2004年广东啤酒合计
图表 2004年广西啤酒合计
图表 2004年海南啤酒合计
图表 2004年四川啤酒合计
图表 2004年贵州啤酒合计
图表 2004年云南啤酒合计
图表 2004年陕西啤酒合计
图表 2004年宁夏啤酒合计
图表 2004年甘肃啤酒合计
图表 2004年新疆啤酒合计
图表 2004年辽宁啤酒合计
图表 2004年吉林啤酒合计
图表 2004年黑龙江啤酒合计
图表 啤酒消费与收入水平的关系统计
图表 城市居民每周饮用啤酒量
图表 城市啤酒消费品牌观
图表 城市啤酒品牌渗透率
图表 全国市场啤酒品牌综合占有率情况
图表 全国啤酒市场品牌渗透率（1）
图表 全国啤酒市场品牌渗透率（2）
图表 全国啤酒区域市场品牌占有率
图表 啤酒品牌的忠诚度
图表 青岛、燕京、华润啤酒全国分布图
图表 全国品牌啤酒市场一览表

图表 20城市居民每周饮用啤酒量

图表 全国及地方啤酒品牌前三位

图表 20城市全国性啤酒品牌忠诚度

图表 不同收入的啤酒消费者对品牌偏好度

图表 20城市啤酒消费者品牌观

图表 20城市啤酒品牌渗透率图表 四城市最经常饮用的啤酒品牌比例

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42770.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。