



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006年中国啤酒市场研究预测报告 告

# 一、调研说明

《2006年中国啤酒市场研究预测报告》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/42952.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

第一部分 行业环境 第一章 中国啤酒行业外部环境分析 第一节 2004-2005中国国民经济运行情况 一、2004年中国国民经济运行情况 二、2005年中国国民经济运行情况 第二节 2006年中国国民经济运行预测 第二章 2004-2005中国啤酒行业政策环境 一、啤酒包装标签政策将在欧盟国家实施 二、果啤归于啤酒仍要征消费税 第三章 2004-2005中国啤酒行业技术环境 第一节 国内啤酒行业技术动态 一、中国啤酒行业走进绿色GDP时代 二、我国目前啤酒技术装备的发展有待于技术创新 第二节 国外啤酒生产新技术 第二部分 行业现状 第一章 2004-2005中国酒业发展现状 一、影响中国酒业发展的主要因素分析 二、我国酒业存在的主要问题 三、中国酒业发展趋势分析 第一节 中国三大酒业2003-2004市场表现比较分析 38 第二节 中国三大酒业发展特点分析 一、白酒市场 二、啤酒市场 三、葡萄酒市场 第二章 中国啤酒行业发展现状分析 第一节 2004—2005年中国啤酒产量及各地区产量情况 一、2004—2005年中国啤酒产量增长情况 二、中国啤酒分地区产量情况分析 第二节 2004 ~ 2005年中国啤酒经营状况分析 一、2004年我国啤酒行业运营情况 二、2005年我国啤酒行业运营情况 三、2004 ~ 2005年中国啤酒企业状况分析 第三节 2003-2004年我国啤酒行业广告投放情况及分析 一、2003年广告投放情况与分析 二、2004年2-4月广告投放情况与分析 第四节 2006年中国啤酒行业发展趋势分析 一、2006年啤酒行业增长速度预测 二、资本的力量继续驱动啤酒行业整合 三、2006年啤酒市场竞争的焦点和区域 第三章 世界啤酒行业现状与发展分析 第一节 世界啤酒市场分析 104 一、美国 二、日本 三、欧盟 四、其他地区 第二节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析 一、外资啤酒杀回中国的四大变招 二、比利时英特布鲁啤酒 三、嘉士伯啤酒 四、百威啤酒 五、喜力啤酒 六、贝克啤酒 七、其它品牌 第四章 啤酒关联产业与要素分析 第一节 中国啤酒主要原料市场分析 一、麦芽的需求与供给分析 二、啤麦生产分析 三、啤酒花供应分析 四、我国啤买竞争乏力的原因分析 第三节 啤酒各式包装解析 一、不同包装的使用分析 二、不同包装形式的利弊分析 三、国外啤酒的包装情况分析 第五章 中国啤酒进出口状况分析 第一节 中国啤酒进出口发展分析 第二节 2004-2005我国啤酒进口情况分析 一、2003年我国啤酒的出口总体情况 二、2003年各月我国啤酒的出口及其地区分布情况 第三节 2004-2005年我国啤酒的出口情况 一、2003年我国啤酒的出口总体情况 二、2003年各月我国啤酒的出口及其地区分布情况 第四节 我国啤酒出口主要地区 一、山东省 二、广东省 三、北京市 第三部分 区域市场 第一章 2004-2005中国啤酒市场情况分析 第一节 2004年我国不同规模啤酒企业运行情况分析 第二节 2004年我国啤酒行业不同类型企业情况分析 第二章 华北地区 第一节 华北地区啤酒产业概况 一、华北地区啤酒市场容量 二、华北地区啤酒产销能力 三、华北地区啤酒生产企业 第二节 北京啤酒市场分析 一、市场现状分析 二、2004年北京市啤酒生产企业经

营情况分析 三、2004-2005年北京市啤酒生产企业情况统计 四、消费者的品牌偏好分析 五、啤酒消费行为和消费习惯分析 第三节 华北地区其它省（市）啤酒生产格局 一、2004-2005年天津市啤酒生产企业情况统计 二、2004-2005年河北省啤酒生产企业情况统计 三、2004-2005年山西省啤酒生产企业情况统计 第三章 东北地区 第一节 东北地区啤酒市场概况 一、东北地区啤酒市场容量 二、东北地区啤酒市场格局 三、东北地区啤酒生产企业 四、辽宁啤酒市场分析 第四章 华东地区 第一节 华东地区啤酒市场概况 一、华东地区啤酒市场容量 二、华东地区啤酒生产企业格局 第二节 上海啤酒市场分析 第三节 安徽啤酒市场分析 第四节 山东啤酒市场分析 第五节 华东地区其他省份啤酒生产格局 第五章 中南地区 第一节 中南地区啤酒市场概况 第二节 广东啤酒市场分析 一、广东省啤酒市场概况 二、广东省啤酒企业经营情况分析 三、广东省啤酒生产企业情况统计 四、深圳啤酒市场分析 第三节 中南地区其他省份啤酒生产格局 一、河南省啤酒生产企业情况统计 二、湖北省啤酒生产企业情况统计 三、广西省啤酒生产企业情况统计 第六章 西北地区 第四部分 消费者及营销策略 第一章 中国啤酒消费者市场分析 第一节 啤酒消费者行为分析 第二节 城市啤酒消费市场分析 一、城市啤酒消费特点与影响因素 二、城市啤酒消费市场分析 第三节 农村啤酒市场分析 第二章 中国啤酒营销策略分析 第一节 我国啤酒营销中的主要问题 一、价格体系问题 二、渠道网络问题 三、广告、促销问题 四、销售政策问题 五、市场管理问题 六、窜货问题 七、利润问题 八、销售团队、人员素质问题 第二节 中国啤酒实操营销策略探析 一、价格策略 二、回款策略 三、促销策略 四、返利策略 五、传播策略 六、发展策略 七、服务策略 八、信息策略 九、中国啤酒企业营销行为与观念分析 第三节 中国啤酒营销渠道分析 一、营销网络构建 二、营销网络存在的问题 三、制造企业和经销商之间的矛盾 四、啤酒经销商代理制与多渠道分销问题 五、深度分销问题 第四节 农村啤酒市场营销策略分析 一、产品策略 二、广告策略 三、价格策略 四、渠道策略 第五节 中小啤酒企业的营销出路 一、中小啤酒企业面临的问题 二、中小啤酒企业的出路 第六节 案例分析 一、“三得利啤酒”上海成功上市 二、“零点啤酒”差异化营销 三、百威啤酒的广告策略 四、金太阳啤酒低成本营销 3 第五部分 行业竞争 第一章 中国啤酒行业竞争状况分析 第一节 中外啤酒竞争状况分析 一、中国啤酒业仍处于成长期 二、中国啤酒市场竞争充分 三、竞争变化 第二节 中国啤酒行业并购分析 一、行业并购现状分析 二、并购成功因素分析 三、行业并购前景 第二章 国内啤酒主要企业分析 第一节 青岛啤酒集团 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第二节 燕京啤酒集团 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第三节 华润啤酒集团简介 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第四节 广东珠江啤酒集团 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第五节 河南金星啤酒集团有限公司 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第七节 哈尔滨啤酒集团 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第八节 深圳金威啤酒有限公司 一、公司情况 二、品牌

运作 三、经营状况 第九节 惠泉啤酒集团股份有限公司 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第十节 重庆啤酒(集团)有限责任公司 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第十二节 金狮啤酒集团 349 一、集团的基本情况 349 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第十三节 百威(武汉)国际啤酒有限公司 352 一、公司情况 二、品牌运作 三、经营状况 第四部分 行业趋势 第一章 中国啤酒行业发展趋势分析 第一节 加入WTO对中国啤酒业的影响 第二节 中国啤酒行业发展趋势分析 第二章 啤酒产业投资创新建议 图表目录 图表 1 我国各历史时期啤酒产量表 图表 2 啤酒产量变化图 图表 4 不同性质啤酒企业各项经营指标分析表 图表 11 国内十大啤酒生产商生产情况 图表 12 北京市各月啤酒产量合计 图表 13 河北省各月啤酒产量合计 图表 14 福建省啤酒产量统计 图表 15 河南省啤酒产量统计 图表 16 重庆市啤酒产量统计 图表 17 黑龙江省啤酒产量统计 图表 18 浙江省啤酒产量统计 图表 19 新疆啤酒产量统计 图表 20 湖北省啤酒产量统计 图表 21 安徽省啤酒产量统计 图表 22 上海市啤酒产量统计 图表 27 我国啤酒业销售收入表 图表 28 我国啤酒行业利润变化表 图表 29 我国啤酒业销售利润率 图表 30 中国啤酒销售费用情况 图表 31 上市啤酒公司经营指标 图表 32 中外啤酒业技术水平比较 图表 33 2004年我国三大酒类销售收入-成本对比图 图表 34 我国三大酒类2003—2004年毛利率对比分析 图表 35 我国三大酒类2001-2004年主要经营指标分析表 图表 36 我国三大酒类2001-2004啤酒销售收入对比图 图表 37 我国三大酒类2001-2004啤酒销售利润总额对比图 图表 39 入世后酒业的关税变化 图表 41 2000—2004年中国啤酒产量增长情况一览表 图表 42 2000—2004年中国啤酒产量增长情况趋势图 图表 43 2000—2004年华北地区各省啤酒产量一览表 图表 44 2000—2004年华北地区各省啤酒产量增长情况趋势图 图表 45 2000—2004年中国东北地区各省啤酒产量一览表 图表 46 2000—2004年中国东北地区各省啤酒产量增长趋势图 图表 47 2000—2004年中国华东地区各省市啤酒产量情况一览表 图表 48 2000—2004年中国华东地区各省市啤酒产量增长情况趋势图 图表 52 2000—2004年中国西南地区各省市啤酒产量增长趋势图 图表 53 2000—2004年中国西北各省市啤酒产量情况一览表 图表 54 2000—2004年中国西北各省市啤酒产量增长趋势图 图表 55 2001年12月啤酒制造业销售收入前十家企业 图表 56 2001年全国啤酒利税指标分析表 图表 59 2002年啤酒产量超过100万吨的地区 图表 60 2002年销售收入3亿元以上啤酒企业 图表 61 2002年利税总额亿元以上啤酒企业 图表 62 2002年12月啤酒制造业销售收入前十家企业 图表 63 2003年各月我国啤酒产量表 图表 74 2004年12月啤酒制造销售收入前十家企业 图表 75 2004年中国啤酒行业分季度运营情况一览表 图表 76 2001—2004年中国啤酒行业销售收入变化情况趋势图 图表 77 2001-2004年中国啤酒行业利润总额变化情况趋势图 图表 89 2004年2月全国啤酒平面媒体广告投放排行榜 图表 90 2004年3月全国啤酒平面媒体广告投放排行榜 图表 91 2004年4月全国啤酒平面媒体广告投放排行榜 图表 92 2005年中国啤酒产量增长情况趋势预测图 图表 93 1997—2002年东欧啤酒市场规模 图表 94

2001年东欧啤酒市场份额 图表 95 2004—2006年东欧啤酒市场前景预测 图表 96 1995与1999年亚洲部分地区啤酒人均消费对比 图表 97 世界主要啤酒生产企业产量 图表 98 我国目前大麦产区及啤麦产量概况 图表 106 1998年~2000年啤酒出口主要国家和地区 图表 131 北京消费者最常喝的啤酒品牌占有率 图表 132 不同年龄最经常喝的啤酒品牌 图表 133 消费者认为最好的品牌 图表 134 不同品牌的转移/忠诚矩阵 图表 135 消费者喜欢的包装类型 图表 136 消费者饮酒场所的选择 图表 137 消费者每次饮用的瓶数 图表 138 不同饮酒频率的消费者每次的饮用瓶数 图表 139 不同性别每次饮用的瓶数 图表 140 消费者每月在啤酒上的花费 图表 141 2002年天津市啤酒生产企业资产与生产能力统计表 图表 142 2003年天津市啤酒生产企业资产、销售收入、利润总额一览表 图表 143 2002年河北省啤酒生产企业资产与生产能力统计表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42952.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。