



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年中国啤酒市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2005年中国啤酒市场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/42972.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

【描述】 2004年是中国加入WTO后经济稳定发展的一年，在国民经济发展、人均消费水平提高的大好形势下，中国啤酒工业也取得了较好的成绩。2004年我国啤酒总产量为2910万吨,比上年同期增长了15.2%。2004年，全国啤酒工业总产值、产品销售收入和利税总额分别为646亿元、624亿元和140亿元，比上年同期分别增长了15%、17.6%和16.7%。

2004年啤酒行业走出了近年来行业整体效益连续下降的低谷，产销总量、产品盈利率、资产偿债率以及市场竞争力均首度出现强劲恢复性增长，取得近六年的最好业绩。啤酒企业集团化、规模化的速度继续加快，全国啤酒企业数量不断减少，企业规模不断扩大。资本并购不断上演，使啤酒行业集中度得到了很好的提升，行业龙头效应日渐明显，啤酒行业市场竞争结构进一步得到调整优化。从产品结构上看，淡爽型啤酒逐渐成为主流，这也与近年来国内不断成熟的消费趋势相吻合。

2005年随着我国啤酒市场竞争愈来愈激烈，进入强势品牌日渐一统天下的大竞合新时代，深度分销必然成为2005年中国啤酒市场营销的一个主趋势、主旋律，这也是终端制胜、终端为王的时代必然要求。

据预测，2005年中国啤酒业仍将保持8%左右的增长速度，这是建立在中国经济的良好表现和市场消费需求的有效放大以及企业产能的快速增长的坚实基础之上的。

本研究报告依据国家统计局、国家海关总署、国家经贸委、国务院发展研究中心、国家信息中心、中国食品工业协会以及啤酒行业专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合我公司对重点区域市场的最新调研数据资料，在大量的数据和分析的基础上，对我国啤酒行业生产销售现状、主要品牌及市场占有率、主要制造商及其市场占有率、市场的竞争状况、进出品形势以及未来市场发展变化作了全方位的剖析，针对整个啤酒行业及啤酒企业提出了大量的建设性的建议和发展方案。全面分析了行业竞争状况。是啤酒生产企业、科研单位、销售企业准确了解啤酒行业发展动态，把握市场机会，作出正确的企业定位和明确企业发展方向不可多得的精品。

【目录】第一章

2004-2005年中国啤酒行业相关定义及发展环境分析 第一节 中国啤酒行业相关定义分析

一、中国啤酒发展历程

二、啤酒的分类

三、中国啤酒行业发展特点分析

三、啤酒生产技术分析

第二节 2004-2005年中国宏观经济环境分析

一、2004年我国经济总体运行状分析

二、2005年我国经济发展走势预测

第三节 2004年中国人口统计及居民收入分析 第二章 2001-2003年中国啤酒行业发展回顾

第一节 2001-2003年中国啤酒行业生产情况

第二节 2001-2003年中国啤酒行业经济效益情况

第三节 2001-2003年中国啤酒行业结构分析

一、地区结构分析

二、所有制结构分析 第三章 2004年中国啤酒行业发展现状及2005年预测分析 第一节 2004年中国啤酒行业总体情况分析

第二节 2004年中国啤酒行业各项经济指标分析

一、工业总产值情况

二、企业评价指标

三、企业盈亏情况

四、资产负债情况

五、产销存情况

六、财务费用情况

第三节 2005年中国啤酒行业发展预测分析 第四章 中国啤酒行业进出口分析 第一节 啤酒进出口情况

第二节 2004年我国啤酒出口情况

一、总体出口情况

二、地区出口情况 第五章 2004年中国啤酒行业区域市场发展分析 第一节 华北地区啤酒市场分析

第二节 华中地区啤酒市场分析

第三节 华东地区啤酒市场分析

第四节 华南地区啤酒市场分析

第五节 西南地区啤酒市场分析

第六节 西北地区啤酒市场分析

第七节 东北啤酒市场分析 第六章 中国啤酒行业消费及销售渠道分析 第一节 城市啤酒消费分析

一、啤酒消费特点与影响因素

二、城市啤酒消费分析

第二节 农村啤酒市场分析

一、农村市场特点

二、农村市场开拓

第三节 啤酒市场销售网络存在的问题

第四节 啤酒销售网络的构建 第七章 中国啤酒行业原料市场分析 第一节 麦芽的需求与供给情况

第二节 2003-2004年国内啤麦生产及发展状况

第三节 啤酒花供应现状及其发展策略 第八章 中国啤酒业并购分析 第一节 行业并购现状

第二节 行业并购分析

一、资本实力与资本运营能力

二、品牌影响力

三、管理与人才 第九章 中国啤酒业竞争格局分析 第一节 中国啤酒市场竞争特点分析

一、竞争者层次明显化

二、竞争行为的多样化、高层次化

三、竞争秩序的规范化

四、竞争程度的激烈化

第二节 中国啤酒市场竞争形式分析

一、价格竞争

二、产品竞争

三、品牌竞争

四、广告竞争

第三节 中国啤酒市场主要竞争者竞争行为的演化方向

一、巨型啤酒企业竞争行为的演化方向

二、大型啤酒企业竞争行为的演化方向

三、中小啤酒企业竞争行为的演化方向

四、国外资本竞争行为的演化方向

第四节 中国啤酒业竞争格局发展趋势分析

一、中国啤酒产业未来的竞争格局分析

二、中国啤酒业未来的竞争焦点 第十章 中国啤酒业主要企业分析 第一节 青岛啤酒集团

第二节 燕京啤酒集团

第三节 华润啤酒

第四节 广东珠江啤酒集团

第五节 河南金星啤酒集团有限公司

第六节 哈尔滨啤酒集团

第七节 深圳金威啤酒有限公司

第八节 惠泉啤酒集团股份有限公司

第九节 重庆啤酒(集团)有限责任公司

第十节 金狮啤酒集团 第十一章 啤酒行业发展趋势分析 第一节 世界啤酒市场发展趋势

第二节 中国啤酒行业的发展趋势

- 一、生产产量将进一步增长
 - 二、啤酒行业整合进程进一步加快
 - 三、企业体制向股份制发展
 - 四、企业规模两极分化
 - 五、生产能力过剩
 - 六、市场竞争将更加激烈
 - 七、新技术将得到应用和推广，产品向多样化方向发展
 - 八、注重装备和质量
- 部分图表目录 图表 2005年1-3月啤酒产量

图表 2004年1-12月啤酒产量

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1-12月啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月啤酒制造累计产品销售收入

图表 2004年1-12月啤酒制造累计负债合计

图表 2004年1-12月啤酒制造累计利润总额

图表 2004年1-12月啤酒制造累计资产总计

图表 2004年1-12月啤酒制造累计产品销售成本

图表 2004年1-12月啤酒制造累计全部从业人员平均人数

图表 2004年1-12月啤酒制造累计企业单位数

图表 2004年1-12月啤酒制造累计亏损企业单位数

图表 2004年1-12月啤酒制造累计亏损企业亏损总额

图表 2004年企业评价指标

图表 2004年企业盈亏情况表

图表 2004年啤酒资产负债表

图表 2004年啤酒产销存情况表

图表 2004年啤酒财务费用情况表

图表 2004年啤酒北京市合计

图表 2004年啤酒安徽省合计

图表 2004年啤酒福建省合计

图表 2004年啤酒甘肃省合计

图表 2004年啤酒广东省合计

图表 2004年啤酒广西区合计

图表 2004年啤酒贵州省合计

图表 2004年啤酒海南省合计

图表 2004年啤酒河北省合计

图表 2004年啤酒河南省合计

图表 2004年啤酒黑龙江合计

图表 2004年啤酒湖北省合计

图表 2004年啤酒湖南省合计

图表 2004年啤酒吉林省合计

图表 2004年啤酒江苏省合计

图表 2004年啤酒江西省合计

图表 2004年啤酒辽宁省合计

图表 2004年啤酒内蒙古合计

图表 2004年啤酒宁夏区合计

图表 2004年啤酒青海省合计

图表 2004年啤酒山东省合计

图表 2004年啤酒山西省合计

图表 2004年啤酒陕西省合计

图表 2004年啤酒上海市合计

图表 2004年啤酒四川省合计

图表 2004年啤酒天津市合计

图表 2004年啤酒新疆区合计

图表 2004年啤酒云南省合计

图表 2004年啤酒浙江省合计

图表 2004年12月啤酒制造收入前十家企业

图表 2004年1-12月全国全部企业啤酒制造合计

图表 2004年1-12月大型企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月中型企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月小型企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月国有企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月集体企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月股份制企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月股份合作企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月私营企业啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月北京啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月山东啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月广东啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月黑龙江啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月福建啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月上海啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月湖北啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月河南啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月江苏啤酒制造各项统计指标

图表 2004年1-12月浙江啤酒制造各项统计指标

图表 我国各历史时期的啤酒产量

图表 我国建国后的主要年份的啤酒产量

图表 2004年人口主要构成情况（单位：万人）

图表 2004年青岛啤酒主营业务收入和利润分地区的构成情况 图表 2002-2004年 青岛啤酒主要会计数据和财务指标

图表 燕京啤酒1982 - 2004销售收入增长柱形图

图表 燕京啤酒1980-2004产销量增长柱形图

图表 1996-2004年燕京啤酒品牌价值柱形图

图表 1996-2004年燕京啤酒利税总额柱形图

图表 燕京啤酒市场占有率图表

图表 2004年燕京啤酒会计数据

图表 2004年燕京啤酒主营业务啤酒的分地区情况

图表 全国品牌啤酒市场一览表

图表 青岛、燕京、华润啤酒全国分布图

图表 全国市场啤酒品牌综合占有率情况

图表 城市啤酒消费品牌观

图表 不同收入消费者的品牌偏好度

图表 城市居民每周饮用啤酒量

图表 啤酒消费与收入水平的关系统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42972.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。