



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年啤酒市场分析与发展趋势 研究报告

## 一、调研说明

《2008年啤酒市场分析与发展趋势研究报告》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/56463.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

### 第一章 中国啤酒行业外部环境分析 1

#### 第一节 2007年上半年经济运行情况分析 1

##### 一、总体情况 1

##### 二、农业生产 1

##### 三、工业生产 2

##### 四、固定资产投资 2

##### 五、国内市场销售 3

##### 六、市场价格 3

##### 七、对外贸易 3

##### 八、城乡居民收入 4

### 第二章 中国啤酒行业政策环境 5

#### 一、《酒类流通管理办法》：禁向未成年人卖酒 5

#### 二、果啤归于啤酒仍要征消费税 7

### 第三章 中国啤酒行业技术环境 8

#### 第一节 国内啤酒行业技术动态 8

##### 一、我国啤酒酿造技术获重大突破 8

##### 二、我国啤酒包装设备的技术创新 11

###### （一）三种不同的灌装形式 11

###### （二）目前国内啤酒灌装技术 12

###### （三）啤酒灌装设备技术创新的目标 14

#### 第二节 国外啤酒生产新技术 18

### 第四章 中国酒业发展现状 20

#### 一、影响中国酒业发展的主要因素分析 20

#### 二、我国酒业存在的主要问题 22

#### 三、中国酒业发展趋势分析 23

### 第五章 中国啤酒行业发展现状分析 24

#### 第一节 2006-2007年中国啤酒产量及各地区产量情况 24

##### 一、2007年全国啤酒产量增长情况 24

#### 第二节 2007年我国啤酒分地区产量 25

#### 第三节 2007年行业运行情况 27

- 一、2007年啤酒企业数量变化及趋势分析 27
- 二、2007年啤酒行业产值变化及趋势分析 27
- 三、2007年啤酒行业资本负债率变化及趋势分析 28
- 四、2007年啤酒企业成本费用利润率变化 28
- 第六章 啤酒行业地域分布统计 29
  - 第一节 2007北京啤酒行业 29
    - 一、规模 29
    - 一、产量 29
    - 二、进出口 29
  - 第二节 2007上海啤酒行业 31
    - 一、规模 31
    - 二、产量 31
    - 三、进出口 32
  - 第三节 2007广东啤酒行业 33
    - 一、规模 34
    - 二、产量 34
    - 三、进出口 34
- 第七章 2007啤酒行业进出口分析 37
  - 第一节 进口 37
  - 第二节 出口 38
  - 第三节 啤酒行业广告投放情况及分析 40
- 第八章 世界啤酒行业现状与发展分析 45
  - 第一节 世界啤酒市场分析 46
    - 一、美国 46
    - 二、日本 46
    - 三、欧盟 48
    - 四、其他地区 51
  - 第二节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析 52
    - 一、外资啤酒杀回中国的四大变招 52
    - 二、比利时英特布鲁啤酒 59
    - 三、嘉士伯啤酒 62
    - 四、百威啤酒 65

五、喜力啤酒	67
六、贝克啤酒	71
第九章 啤酒关联产业与要素分析	72
第一节 中国啤酒主要原料市场分析	72
一、麦芽的需求与供给分析	72
二、啤麦生产分析	73
三、啤酒花供应分析	74
四、我国啤麦竞争乏力的原因分析	76
第二节 啤酒各式包装解析	77
一、不同包装的使用及利弊分析	77
二、啤酒包装的创新技术	80
第十章 华北地区	89
第一节 北京啤酒市场竞争与策略分析	89
第二节 天津啤酒市场竞争与策略分析	89
第三节 河北省啤酒市场竞争与策略	94
第四节 山西省啤酒市场竞争与策略分析	95
第十一章 东北地区	98
第一节 东北地区啤酒市场概况	98
第二节 辽宁啤酒市场竞争与策略分析	103
第三节 吉林啤酒市场竞争与策略分析	104
第十二章 华东地区	105
第一节 华东地区啤酒市场概况	105
第二节 上海啤酒市场竞争与策略分析	105
第三节 山东啤酒市场竞争与策略分析	112
第十三章 中南地区	114
第一节 广东啤酒市场竞争与策略分析	114
第二节 河南省啤酒市场竞争与策略分析	117
第三节 湖北省啤酒啤酒市场竞争与策略分析	122
第四节 广西省啤酒啤酒市场竞争与策略分析	124
一、市场成长性	124
二、竞争	125
三、渠道	126

四、消费习惯及对本地品牌的偏好	126
第十四章 西北地区	128
第十五章 中国啤酒消费者市场分析	132
第一节 如何认识啤酒的消费者	132
第二节 城市啤酒消费市场分析	137
第三节 农村啤酒市场分析	145
第十六章 中国啤酒营销策略分析	148
第一节 中国啤酒市场的主要问题	148
一、产品问题	148
二、价格体系问题	148
三、渠道网络问题	149
四、广告、促销问题	150
五、销售政策问题	150
六、市场管理问题	150
七、窜货问题	150
八、新开发市场问题	151
九、一部分经销商认为不赚钱	151
十、销售团队、人员素质还需要提升	151
第二节 中国啤酒营销网络创新与发展	152
第三节 中国啤酒营销渠道变革与发展	156
第四节 啤酒的乡镇营销策略	160
第五节 农村啤酒市场营销策略分析	165
一、产品策略	165
二、广告策略	166
三、价格策略	166
四、渠道策略	167
第六节 中小啤酒企业营销现状	167
第七节 案例分析	171
一、“三得利啤酒”上海成功上市	171
二、“零点啤酒”差异化营销	176
第十七章 中国啤酒行业竞争状况分析	180
第一节 中国啤酒竞争状况	180

一、中国啤酒业仍处于成长期	180
二、中国啤酒市场竞争充分	181
三、中国啤酒企业竞争的核心在市场整合能力	182
四、中国啤酒市场竞争的主战场是终端市场	185
第二节 啤酒市场竞争策略分析	186
一、现行竞争界面分析	186
二、惯性竞争思维制肘	188
三、新型竞争思维转型	189
第三节 2005年中国啤酒行业并购分析	192
第十八章 国内啤酒主要企业分析	205
第一节 青岛啤酒集团	205
一、公司情况	205
二、品牌运作	205
三、经营状况	207
第二节 燕京啤酒集团	211
一、公司情况	211
二、品牌运作	212
三、经营状况	213
第三节 华润啤酒集团	216
一、公司情况	216
二、经营状况	216
第四节 广东珠江啤酒集团	217
一、公司情况	217
二、品牌运作	218
三、经营状况	219
第五节 哈尔滨啤酒集团	220
一、公司情况	220
二、经营状况	221
第六节 深圳金威啤酒有限公司	222
一、公司情况	222
二、经营状况	224
第七节 惠泉啤酒集团股份有限公司	227

一、公司情况 227

二、经营状况 228

第八节 重庆啤酒(集团)有限责任公司 231

一、公司情况 231

二、经营状况 232

第九节 百威(武汉)国际啤酒有限公司 234

一、公司情况 234

第十九章 加入WTO对中国啤酒业的影响 237

一、有利因素 237

二、不利因素 238

第二十章 中国啤酒行业发展趋势分析 241

图表目录

图表 2007年上半年中国第一产业/第二产业/第三产业增长 1

图表 2007年上半年全国规模以上工业完成增加值 2

图表 2007年1-5月全国规模以上工业利润 2

图表 2007年上半年全社会固定资产投资 2

图表 2007年上半年社会消费品零售总额 3

图表 2007年上半年进出口总额 4

图表 2006年出台的酒类行业政策 5

图表 中外啤酒业技术水平比较图 22

图表 2007年8月啤酒产量 24

图表 2007年7月啤酒产量 24

图表 2007年6月啤酒产量 24

图表 2007年5月啤酒产量 24

图表 2007年4月啤酒产量 25

图表 2007年3月啤酒产量 25

图表 2007年2月啤酒产量 25

图表 2007年啤酒全国产量统计 25

图表 2007年啤酒北京产量统计 26

图表 2007年啤酒上海产量统计 26

图表 2007年啤酒广东产量统计 26

图表 2007年啤酒企业数量变化及趋势分析 27



图表 2007啤酒企业产值、利润、销售收入情况分析 27

图表 2007年啤酒企业资本负债率变化及趋势分析 28

图表 2007年啤酒企业资金利税率变化及趋势分析 28

图表 2007年啤酒企业成本费用利润率变化 28

图表 2007年啤酒行业人均销售率变化及趋势分析 28

图表 2007年啤酒企业产成品资金占用率变化 28

图表 2007年北京啤酒产值统计 29

图表 2007年9月北京啤酒产量统计 29

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒9月进出口统计 29

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒8月进出口统计 30

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒7月进出口统计 30

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒6月进出口统计 30

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒5月进出口统计 30

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒4月进出口统计 30

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒3月进出口统计 30

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒2月进出口统计 31

图表 2007年北京麦芽酿造啤酒1月进出口统计 31

图表 2007年上海啤酒产值统计 31

图表 2007年9月上海啤酒产量统计 31

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒9月进出口统计 32

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒8月进出口统计 32

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒7月进出口统计 32

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒6月进出口统计 32

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒5月进出口统计 32

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒4月进出口统计 33

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒3月进出口统计 33

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒2月进出口统计 33

图表 2007年上海麦芽酿造啤酒1月进出口统计 33

图表 2007年广东啤酒产值统计 34

图表 2007年9月广东啤酒产量统计 34

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒9月进出口统计 34

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒8月进出口统计 34

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒7月进出口统计 34

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒6月进出口统计 35

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒5月进出口统计 35

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒4月进出口统计 35

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒3月进出口统计 35

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒2月进出口统计 35

图表 2007年广东麦芽酿造啤酒1月进出口统计 36

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒9月进口统计 37

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒8月进口统计 37

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒7月进口统计 37

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒6月进口统计 37

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒5月进口统计 37

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒4月进口统计 38

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒3月进口统计 38

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒2月进口统计 38

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒1月进口统计 38

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒9月出口统计 38

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒8月出口统计 39

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒7月出口统计 39

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒6月出口统计 39

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒5月出口统计 39

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒4月出口统计 39

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒3月出口统计 40

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒2月出口统计 40

图表 2007年全国麦芽酿造啤酒1月出口统计 40

图表 2005-2006年啤酒行业广告投放TOP10品牌投放费用 41

图表 2005-2006年啤酒行业广告投放TOP10品牌投放结构 42

图表 啤酒行业广告投放额之TOP20热点频道（万元） 42

图表 啤酒行业电视广告投放时段、时长构成 44

图表 世界知名啤酒厂商 45

图表 2007年中国麦芽需求量预测 72

图表 2006年1-7月麦芽进口状况 72

图表 2006年国际麦芽价格状况 72

图表 2006年1-10月进口澳大利亚、加拿大、法国三国啤麦状况 74

图表 2005年我国啤酒花种植面积 75

图表 2005年国际啤酒花总产量 75

图表 2005年全球啤酒花产量前三名国家产量及所占比率 75

图表 啤酒消费者对产品的认识过程： 133

图表 啤酒消费场所归类 134

图表 同档次啤酒消费场所比例需求变化 135

图表 消费者在不同消费场所选择品牌的行为特点 135

图表 国内啤酒品牌消费者口味定位。 136

图表 20城市居民每周饮用啤酒量（罐装） 138

图表 20城市居民每周饮用啤酒量（瓶装） 138

图表 20城市居民每周饮用啤酒量（扎啤） 139

图表 全国及地方啤酒品牌前三位 139

图表 不同收入消费者的品牌偏好度 141

图表 20城市全国性啤酒品牌忠诚度 141

图表 20城市啤酒消费者品牌观 142

图表 20城市啤酒品牌渗透率 143

图表 四城市最经常饮用的啤酒品牌比例 143

图表 2007年上半年青岛啤酒获利能力分析 207

图表 2007年上半年青岛啤酒经营能力分析 207

图表 2007年上半年青岛啤酒偿债能力分析 208

图表 2007年上半年青岛啤酒资本结构分析 208

图表 2007年上半年青岛啤酒发展能力分析 208

图表 2007年上半年青岛啤酒现金流量分析 209

图表 2007年上半年燕京啤酒获利能力分析 213

图表 2007年上半年燕京啤酒经营能力分析 214

图表 2007年上半年燕京啤酒偿债能力分析 214

图表 2007年上半年燕京啤酒资本结构分析 214

图表 2007年上半年燕京啤酒发展能力分析 215

图表 2007年上半年燕京啤酒现金流量分析 215

图表 2005年华润啤酒与青岛啤酒销量比较 216

图表 2005年华润雪花牌啤酒销量 217  
图表 2005年华润牌啤酒营业额及增长情况 217  
图表 2005年华润牌啤酒盈利及增长情况 217  
图表 2006年9月珠江啤酒产量和销售量增长状况 219  
图表 2006年9月珠江啤酒库存量状况 219  
图表 2006年珠啤集团啤酒产销量状况 220  
图表 2006年珠啤集团啤酒利税、利润状况 220  
图表 2005年哈尔滨啤酒集团“大哈啤”销量状况 222  
图表 2005年哈尔滨啤酒集团营业收入状况 222  
图表 2006年金威啤酒销量比较 224  
图表 2007年上半年惠泉啤酒获利能力分析 228  
图表 2007年上半年惠泉啤酒经营能力分析 229  
图表 2007年上半年惠泉啤酒偿债能力分析 229  
图表 2007年上半年惠泉啤酒资本结构分析 230  
图表 2007年上半年惠泉啤酒发展能力分析 230  
图表 2007年上半年惠泉啤酒现金流量分析 230  
图表 2007年上半年重庆啤酒获利能力分析 232  
图表 2007年上半年重庆啤酒经营能力分析 232  
图表 2007年上半年重庆啤酒偿债能力分析 233  
图表 2007年上半年重庆啤酒资本结构分析 233  
图表 2007年上半年重庆啤酒发展能力分析 233  
图表 2007年上半年重庆啤酒现金流量分析 234  
图表 2005年百威武汉工厂啤酒产量状况 235

A004

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56463.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。