



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年-2007年度中国啤酒 行业兼并重组决策分析市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年-2007年度中国啤酒行业兼并重组决策分析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/56555.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

2006年-2007年度中国啤酒行业兼并重组决策分析市场分析及发展趋势研究报告

目录

1 研究概述

1.1 研究背景

1.2 研究内容

1.3 研究方法

2 全球啤酒行业发展现状

2.1 全球啤酒行业发展特征

2.2 全球啤酒行业供求格局

2.2.1 全球啤酒行业生产格局分析

2.2.2 全球啤酒行业市场规模发展分析

2.2.3 全球啤酒行业市场需求趋势分析

2.3 全球啤酒行业竞争格局分析

2.3.1 全球啤酒行业竞争集中度分析

2.3.2 全球啤酒行业地区竞争格局分析

2.3.3 全球啤酒行业规模竞争格局分析

3 中国啤酒行业的现状分析

3.1 我国啤酒行业的现状特点

3.2 2005年中国啤酒行业投资现状分析

3.2.1 中国啤酒行业投资情况及特点分析

3.2.2 中国啤酒行业固定资产投资和收益情况分析

3.2.3 啤酒行业的市场定位及市场开发策略分析

3.3 中国啤酒行业供求关系分析

3.3.1 总体供给情况

3.3.1.1 我国啤酒行业产业投入产出规模

3.3.1.2 我国啤酒行业的生产集中度分析

3.3.2 需求规模情况

3.3.2.1 我国啤酒行业市场规模与需求特性分析

- 3.3.2.2 我国啤酒行业市场去求趋势分析
- 3.4 国内外资啤酒市场分析及发展趋势研究报告
 - 3.4.1 外资进入中国啤酒行业的特点和区域分布
 - 3.4.2 外资进入中国啤酒行业的主要模式分析
 - 3.4.3 外资啤酒行业在中国发展的战略分析
- 4 中国啤酒行业细分市场营销分析
 - 4.1 高档啤酒
 - 4.1.1 高档啤酒的渠道策略
 - 4.1.2 高档啤酒地差异化策略
 - 4.1.3 高档啤酒的目标策略
 - 4.1.4 高档啤酒的生命周期策略
 - 4.2 中档啤酒
 - 4.2.1 高档啤酒的渠道策略
 - 4.2.2 高档啤酒地差异化策略
 - 4.2.3 高档啤酒的目标策略
 - 4.2.4 高档啤酒的生命周期策略
 - 4.3 低档啤酒
 - 4.3.1 低档啤酒的渠道策略
 - 4.3.2 低档啤酒地差异化策略
 - 4.3.3 低档啤酒的目标策略
 - 4.3.4 低档啤酒的生命周期策略
- 5 中国啤酒行业投资政策环境分析
 - 5.1 宏观经济政策对啤酒行业的影响
 - 5.2 产业政策对啤酒行业影响
 - 5.2.1 市场准入政策
 - 5.2.2 监管体制
 - 5.2.3 商业改革
- 6 影响啤酒行业发展的战略因素分析
 - 6.1 啤酒行业发展的竞争风险分析
 - 6.1.1 啤酒行业的市场竞争力分析
 - 6.1.1.1 啤酒行业的市场竞争格局
 - 6.1.1.2 啤酒行业市场竞争优劣势分析

- 6.1.2 啤酒行业进入退出壁垒分析
 - 6.1.2.1 啤酒行业进入壁垒特性分析
 - 6.1.2.2 啤酒行业退出壁垒分析
- 6.1.3 我国啤酒行业开展业务的SWOT分析
- 6.2 中国啤酒行业发展存在的问题
- 7 中国啤酒行业兼并重组现状分析
 - 7.1 中国啤酒行业兼并重组背景分析
 - 7.2 中国啤酒行业兼并重组特点趋势分析
 - 7.3 中国啤酒行业兼并重组的障碍分析
 - 7.3.1 政策障碍
 - 7.3.2 资金障碍
 - 7.3.3 技术障碍
 - 7.3.4 组织结构障碍
- 8 国外啤酒行业兼并重组案例分析
 - 8.1 美国AB公司收购唐啤
 - 8.1.1 兼并重组背景与动机分析
 - 8.1.2 兼并重组过程分析
 - 8.1.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 8.1.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
 - 8.2 英博啤酒集团收购福建雪津啤酒
 - 8.2.1 兼并重组背景与动机分析
 - 8.2.2 兼并重组过程分析
 - 8.2.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 8.2.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
 - 8.3 苏格兰纽卡斯尔股份有限公司收购重庆啤酒部分股权
 - 8.3.1 兼并重组背景与动机分析
 - 8.3.2 兼并重组过程分析
 - 8.3.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 8.3.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
 - 8.4 喜力啤酒收购金威啤酒
 - 8.4.1 兼并重组背景与动机分析
 - 8.4.2 兼并重组过程分析

- 8.4.3 兼并重组方案与成败经验分析
- 8.4.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 8.5 丹麦嘉士伯收购昆明华狮啤酒有限公司全部股权
 - 8.5.1 兼并重组背景与动机分析
 - 8.5.2 兼并重组过程分析
 - 8.5.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 8.5.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 8.6 比利时英特布鲁收购美洲饮料
 - 8.6.1 兼并重组背景与动机分析
 - 8.6.2 兼并重组过程分析
 - 8.6.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 8.6.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 9 国外啤酒企业在中国的兼并重组趋势分析
 - 9.1 国外啤酒企业在中国的发展分析
 - 9.1.1 投资趋势
 - 9.1.2 投资区域
 - 9.1.3 投资特点
 - 9.1.4 投资产品结构
 - 9.1.5 市场表现
 - 9.2 英博啤酒集团在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.2.1 英博啤酒集团在中国投资情况
 - 9.2.2 英博啤酒集团核心竞争力分析
 - 9.2.3 英博啤酒集团投资与兼并重组趋势分析
 - 9.3 嘉士伯啤酒在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.3.1 嘉士伯啤酒在中国投资情况
 - 9.3.2 嘉士伯啤酒核心竞争力分析
 - 9.3.3 嘉士伯啤酒投资与兼并重组趋势分析
 - 9.4 喜力啤酒在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.4.1 喜力啤酒在中国投资情况
 - 9.4.2 喜力啤酒核心竞争力分析
 - 9.4.3 喜力啤酒投资与兼并重组趋势分析
 - 9.5 科罗纳在中国投资及兼并重组情况分析

- 9.5.1 科罗纳在中国投资情况
- 9.5.2 科罗纳核心竞争力分析
- 9.5.3 科罗纳投资与兼并重组趋势分析
- 9.6 安海斯-布希公司(A-B公司)在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.6.1 A-B公司在中国投资情况
 - 9.6.2 A-B公司核心竞争力分析
 - 9.6.3 A-B公司投资与兼并重组趋势分析
- 9.7 三得利在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.7.1 三得利中国投资情况
 - 9.7.2 三得利核心竞争力分析
 - 9.7.3 三得利投资与兼并重组趋势分析
- 9.8 朝日啤酒在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.8.1 朝日啤酒中国投资情况
 - 9.8.2 朝日啤酒核心竞争力分析
 - 9.8.3 朝日啤酒投资与兼并重组趋势分析
- 9.9 麒麟啤酒在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.9.1 麒麟啤酒中国投资情况
 - 9.9.2 麒麟啤酒核心竞争力分析
 - 9.9.3 麒麟啤酒投资与兼并重组趋势分析
- 9.10 苏格兰•纽卡斯尔公司在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.10.1 苏格兰•纽卡斯尔公司中国投资情况
 - 9.10.2 苏格兰•纽卡斯尔公司核心竞争力分析
 - 9.10.3 苏格兰•纽卡斯尔公司投资与兼并重组趋势分析
- 9.11 SAB公司在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.11.1 SAB公司中国投资情况
 - 9.11.2 SAB公司核心竞争力分析
 - 9.11.3 SAB公司投资与兼并重组趋势分析
- 9.12 苏格兰•纽卡斯尔公司在中国投资及兼并重组情况分析
 - 9.12.1 苏格兰•纽卡斯尔公司中国投资情况
 - 9.12.2 苏格兰•纽卡斯尔公司核心竞争力分析
 - 9.12.3 苏格兰•纽卡斯尔公司投资与兼并重组趋势分析
- 10 中国啤酒行业兼并重组案例分析

- 10.1 青岛啤酒收购宝啤
 - 10.1.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.1.2 兼并重组过程分析
 - 10.1.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.1.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.2 华润雪花啤酒(中国)有限公司收购阜阳雪地啤酒
 - 10.2.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.2.2 兼并重组过程分析
 - 10.2.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.2.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.3 华润啤酒收购澳大利亚师王啤酒中国业务
 - 10.3.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.3.2 兼并重组过程分析
 - 10.3.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.3.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.4 华润啤酒收购安徽龙津啤酒
 - 10.4.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.4.2 兼并重组过程分析
 - 10.4.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.4.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.5 燕京啤酒收购惠安惠泉啤酒
 - 10.5.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.5.2 兼并重组过程分析
 - 10.5.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.5.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.6 湖南重庆啤酒国人有限责任公司全资收购华人啤酒
 - 10.6.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.6.2 兼并重组过程分析
 - 10.6.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.6.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.7 燕京啤酒集团收购广西漓泉啤酒
 - 10.7.1 兼并重组背景与动机分析

- 10.7.2 兼并重组过程分析
- 10.7.3 兼并重组方案与成败经验分析
- 10.7.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 10.8 青岛啤酒收购北京五星和北京三环
 - 10.8.1 兼并重组背景与动机分析
 - 10.8.2 兼并重组过程分析
 - 10.8.3 兼并重组方案与成败经验分析
 - 10.8.4 兼并重组核心价值与整合战略分析
- 11 中国主要啤酒行业兼并重组主体竞争力分析
 - 11.1 青岛啤酒集团
 - 11.1.1 生产销售能力分析
 - 11.1.2 公司资本运营情况
 - 11.1.3 生产技术竞争力分析
 - 11.1.4 市场销售网络分析
 - 11.1.5 主要客户群体分析
 - 11.1.6 公司发展战略分析
 - 11.1.7 公司兼并重组趋势与可能性分析
 - 11.2 燕京啤酒集团
 - 11.2.1 生产销售能力分析
 - 11.2.2 公司资本运营情况
 - 11.2.3 生产技术竞争力分析
 - 11.2.4 市场销售网络分析
 - 11.2.5 主要客户群体分析
 - 11.2.6 公司发展战略分析
 - 11.2.7 公司兼并重组趋势与可能性分析
 - 11.3 华润啤酒集团
 - 11.3.1 生产销售能力分析
 - 11.3.2 公司资本运营情况
 - 11.3.3 生产技术竞争力分析
 - 11.3.4 市场销售网络分析
 - 11.3.5 主要客户群体分析
 - 11.3.6 公司发展战略分析

- 11.3.7 公司兼并重组趋势与可能性分析
- 11.4 哈尔滨啤酒有限公司
 - 11.4.1 生产销售能力分析
 - 11.4.2 公司资本运营情况
 - 11.4.3 生产技术竞争力分析
 - 11.4.4 市场销售网络分析
 - 11.4.5 主要客户群体分析
 - 11.4.6 公司发展战略分析
 - 11.4.7 公司兼并重组趋势与可能性分析
- 11.5 福建雪津啤酒集团公司
 - 11.5.1 生产销售能力分析
 - 11.5.2 公司资本运营情况
 - 11.5.3 生产技术竞争力分析
 - 11.5.4 市场销售网络分析
 - 11.5.5 主要客户群体分析
 - 11.5.6 公司发展战略分析
 - 11.5.7 公司兼并重组趋势与可能性分析
- 11.6 福建惠泉啤酒股份集团公司
 - 11.6.1 生产销售能力分析
 - 11.6.2 公司资本运营情况
 - 11.6.3 生产技术竞争力分析
 - 11.6.4 市场销售网络分析
 - 11.6.5 主要客户群体分析
 - 11.6.6 公司发展战略分析
 - 11.6.7 公司兼并重组趋势与可能性分析
- 11.7 广东珠江啤酒集团
 - 11.7.1 生产销售能力分析
 - 11.7.2 公司资本运营情况
 - 11.7.3 生产技术竞争力分析
 - 11.7.4 市场销售网络分析
 - 11.7.5 主要客户群体分析
 - 11.7.6 公司发展战略分析

11.7.7 公司兼并重组趋势与可能性分析

12 中国啤酒行业区域性兼并重组机会分析

12.1 环渤海经济区

12.1.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.1.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

12.2 长三角经济区

12.2.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.2.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

12.3 珠三角经济区

12.3.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.3.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

12.4 东北地区

12.4.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.4.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

12.5 华中地区

12.5.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.5.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

12.6 西南地区

12.6.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.6.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

12.7 西北地区

12.7.1 地区啤酒行业发展特征与竞争力分析

12.7.2 地区啤酒行业兼并重组可行性与趋势分析

13 中国啤酒行业专业性兼并重组机会分析

13.1 啤酒行业产业链分析

13.2 啤酒生产企业与上下游企业兼并重组机会分析

13.3 啤酒生产企业与其他行业之间的兼并重组机会分析

14 中国啤酒行业新进入者及潜在进入者对啤酒企业的兼并重组机会分析

14.1 新进入者的案例分析

14.2 潜在进入者的兼并重组机会分析

14.2.1 大型饮料公司通过并购啤酒生产企业进入啤酒行业可行性分析

14.2.2 大型矿泉水公司通过并购啤酒生产企业进入啤酒行业可行性分析

- 14.2.3 其他行业企业通过兼并重组啤酒生产企业进入啤酒行业的可行性分析
- 14.3 新进入者及潜在进入者对啤酒产业的影响分析
 - 14.3.1 对整个啤酒行业的影响
 - 14.3.2 对啤酒行业产业布局的影响
- 15 中国啤酒行业规模性兼并重组机会分析
 - 15.1 大型规模企业兼并重组机会分析
 - 15.1.1 华润啤酒
 - 15.1.2 燕京啤酒
 - 15.1.3 青岛啤酒
 - 15.2 中型规模企业兼并重组机会分析
 - 15.2.1 哈尔滨啤酒
 - 15.2.2 珠江啤酒
 - 15.2.3 重庆啤酒
 - 15.2.4 上海金啤
 - 15.3 小规模企业兼并重组趋势分析
- 16 中国啤酒行业兼并重组风险分析
 - 16.1 资产重组情况分析
 - 16.2 人事变动情况分析
 - 16.3 企业管理情况分析
 - 16.4 企业文化情况分析
 - 16.5 企业战略情况分析
- 17 中国啤酒行业兼并重组建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56555.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。