



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国啤酒行业市场 调研与发展趋势报告

一、调研说明

《2009-2010年中国啤酒行业市场调研与发展趋势报告》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/99606.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

引言

2008年我国啤酒产量完成4103.09万kL，比上年同期（调整数）增长5.46%（如按当年公布数3931.37万kL计算为4.37%），净增长171.72万kL。结束了连续三年10%以上大幅增长的势头，增幅回落。

从啤酒工业总产值（现价）比较看，2008年完成1141.19亿，比上年（调整数）增长13.20%（按当年公布数计算为10.67%）。产值增长率远高于产量增长率，说明产品价值和价格的变化符合市场发展形势。各省市中啤酒产量超过100万kL的省市和上年持平，仍为15个。

2008年我国经济增长减速，企业盈利能力下降已成共识，啤酒行业也不可能独善其身。利税总额实现208.17亿元，比上年微增0.29%，kL啤酒利税则比上年降低3.91%。其中利润总额降低6.09%，而税金总额增长2.97%；kL啤酒利润降低9.97%，kL啤酒税金降低1.34%。亏损企业亏损额增长13.05%，应收账款净额增长12.40%，产成品存货增长2.41%。数据显示出，2008年我国啤酒行业经济指标降低较为明显，盈利水平下滑有目共睹。

2008年我国啤酒出口量和出口额再创新高，出口啤酒24.16万KL，是进口量的8.6倍，由于出口单价低，出口额仅为进口额的3.5倍。出口单价提高8.50%，有提高趋势，但低于行业平均售价增幅。进口啤酒2.81万kL，进口平均价格增长5.09%，增幅小于出口单价。

2009年至2012年，啤酒行业面临着较好的发展机遇：国民经济持续快速发展和城市化水平的提高，给行业发展创造了巨大的需求空间；西部大开发、振兴东北地区等老工业基地、促进中部崛起和建设社会主义新农村等重大发展战略，为啤酒行业创造了新的发展机遇；全球经济和区域经济一体化进程的加快，为中国啤酒行业在更大范围内配置资源、开拓市场创造了条件。

未来啤酒市场的发展前景依然看好。国内油价下调提高行业盈利空间；2008年11月国家提出的四万亿拉动内需计划及扩大内需十条政策将对啤酒行业产生有利影响，等等利好因素成为拉动啤酒市场发展的强劲动力。

本报告依据国家统计局、国资委、国家信息中心、国务院发展研究中心、酿酒协会、啤酒分会、国家海关总署、国民经济景气监测中心等提供的大量资料，对我国啤酒市场的发展环境、竞争行业、发展现状、重点企业、竞争格局、发展趋势及战略等进行了深入。在对我国啤酒行业整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量方法对我国啤酒行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录

第一章 2008-2009年世界啤酒行业发展现状

第一节 世界啤酒发展历程

第二节 世界桶装啤酒市场发展现状

第三节 2008-2009年世界啤酒市场消费现状

一、2008年匈牙利啤酒销售

二、2008年捷克啤酒产量及出口

三、2008年奥地利啤酒销量

四、日本四大啤酒巨头营业利润

五、2009年2月英国啤酒大麦用量

六、欧洲啤酒美国市场遭遇危机

第四节 世界啤酒面临品牌挑战

一、创新立品牌

二、新兴市场成焦点

三、印度、俄罗斯仍需努力

四、艰难时期将至

第二章 2008-2009年中国啤酒行业发展环境

第一节 2008-2009年我国经济运行情况

一、2008年我国经济运行情况

二、2009年我国经济运行情况

第二节 中国啤酒行业政策环境

一、食品安全体系完善

二、《反垄断法》制订

三、《酒类流通管理办法》：禁向未成年人卖酒

四、果啤归于啤酒仍要征消费税

第三节 中国啤酒行业技术环境

一、国内啤酒行业技术动态

二、国外啤酒生产新技术

第三章 2008-2009年中国啤酒生产要素与关联产业

第一节 中国啤酒主要原料市场

一、2008年玉门将建成全国最大啤酒原料基地

二、2008年啤酒制造原料暴涨迫使产品提价

三、《啤酒小麦芽》国家标准通过审定

四、我国啤酒大麦应走产业化经营道路

五、中国啤酒大麦产业五年发展

六、啤酒花产业的机遇、问题与对策

第二节 中国国产啤酒机械发展现状

一、灌装机贴标机吹瓶机技术水平飞速提升

二、我国啤酒装备目前存在的问题

三、国产啤酒装备已赢得国内企业青睐

第三节 啤酒包装发展

一、啤酒包装发展现状与趋势

二、啤酒行业聚焦环保包装新技术

三、西得乐将推出新型啤酒包装生产线

四、未来啤酒纸箱包装的发展趋势

五、啤酒瓶包装制胜终端市场策略

第四章 2008-2009年中国啤酒行业发展现状

第一节 金融危机对啤酒行业影响

一、危机来袭整合步伐放缓

二、消费量持续增长成机遇

三、金融危机对低价的啤酒快速消费品影响

四、危机"倒逼"啤酒企业做"加减法"

五、啤酒企业危机下发布增长战略

第二节 2008年啤酒行业发展

一、2008年啤酒行业进入奥运时代

二、2008年啤酒行业成本压力

三、2008年我国啤酒市场特点

四、2008年啤酒行业增长方式

五、2008年我国啤酒价格走势

六、2008年啤酒重点公司前景预测

第三节 2008年中国区域啤酒市场

一、2008年北京啤酒市场

- 二、2008年上海啤酒市场
- 三、2008年湖北啤酒市场
- 四、2008年河南啤酒市场
- 五、2008年杭州啤酒市场
- 六、2008年兰州啤酒市场
- 七、2008年合肥啤酒市场
- 八、2008年烟台啤酒市场
- 九、2008年广东啤酒市场
- 十、2008年辽宁啤酒市场

第四节 2009年我国啤酒市场发展

- 一、2009年啤酒销量
- 二、2009年啤酒产能
- 三、2009年啤酒营销再升级
- 四、2009年外资介入将成趋势

第五节 2008-2009年年我国啤酒进出口情况

- 一、2008年我国啤酒进出口数据统计
- 二、2009年我国啤酒进出口数据统计
- 三、燕京(莱州)HB啤酒出口俄罗斯
- 四、武威啤酒麦芽出口实现零突破

第六节 啤酒行业优化结构

- 一、啤酒供大于求
- 二、优化产品结构应成竞争优势所在

第七节 啤酒企业的成本

- 一、三流企业眼中的成本：生产
- 二、二流企业眼中的成本：市场
- 三、一流企业眼中的成本：资本整合

第八节 啤酒业利润结构及提升策略

- 一、啤酒行业步入微利时代
- 二、啤酒行业步入微利时代的根本因素
- 三、啤酒行业利润结构
- 四、啤酒行业微利时代的利润提升策略

第九节 果汁啤酒发展前景

- 一、口味多样，受消费者青睐
- 二、符合消费趋势，发展前景广阔
- 三、标准缺失，产品差异大

第五章 2008-2009年啤酒相关竞争行业发展

第一节 白酒行业

- 一、2008-2009年白酒行业运行情况
- 二、2008-2009年我国白酒产量
- 三、白酒业发展现状及预测

第二节 葡萄酒行业

- 一、2008年葡萄酒行业运行
- 二、2008-2009年我国葡萄酒产量
- 三、我国葡萄酒产业发展的优劣势

第三节 黄酒行业

- 一、2008年黄酒行业发展
- 二、2008-2009年黄酒产量情况
- 三、2009年黄酒行业发展

第六章 中国啤酒消费者

第一节 啤酒消费者行为调查

- 一、经常饮用啤酒的场合
- 二、啤酒的购买的地点
- 三、饮用啤酒的地点
- 四、啤酒的购买习惯
- 五、消费者喝啤酒主要考虑的因素
- 六、啤酒特色新品的选择
- 七、消费者注重的啤酒感观指标
- 八、啤酒品牌的认知途径
- 九、消费者所喜欢的促销方式
- 十、消费者经常看的中央电视台节目
- 十一、消费者经常看的报纸版面
- 十二、经销啤酒品牌/品种的理由
- 十三、最有效的广告手段

第二节 城市啤酒消费

一、啤酒消费特点与影响因素

二、城市啤酒消费

第三节 农村啤酒市场

一、农村市场特点

二、农村市场开拓

第四节 啤酒消费趋势

一、中国啤酒业面临消费升级

二、高端啤酒消费趋势

第七章 中国啤酒业营销

第一节 2008奥运啤酒四巨头营销

一、百威争夺曝光率

二、燕京青岛"本土保卫战"

三、华润声音不容忽视

第二节 啤酒企业城市市场渠道高效模式

一、传统营销渠道模式影响营销绩效

二、顶新集团营销渠道模式的启示

三、实现高效营销渠道模式的建议

第三节 高档啤酒市场营销

一、高档啤酒的渠道策略

二、高档啤酒地差异化策略

三、高档啤酒的目标策略

四、高档啤酒的生命周期策略

五、高档啤酒的渠道设计

第四节 啤酒夜场营销策略

一、啤酒夜场终端的分类

二、啤酒夜场市场特点

三、啤酒夜场营销策略

第五节 中国啤酒营销渠道变革与发展

一、目前啤酒营销渠道的现状与存在的问题

二、中国啤酒营销渠道变革的推动力

三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势

第五节 啤酒经销商

- 一、个体啤酒经销商模式
- 二、公司化啤酒经销商模式
- 三、国内啤酒经销商面临的主要问题
- 四、啤酒经销商发展重在创新
- 五、提高经销商素质的有效途径

第八章 2008-2009年中国啤酒制造业综合运行数据

第一节 2008-2009年中国啤酒制造业产销情况

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业产成品
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业工业总产值
- 三、2008-2009年中国啤酒制造业产品销售收入

第二节 2008-2009年中国啤酒制造业成本费用情况

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业销售成本
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业销售费用
- 三、2008-2009年中国啤酒制造业管理费用
- 四、2008-2009年中国啤酒制造业财务费用

第三节 2008-2009年中国啤酒制造业资产负债情况

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业资产总计
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业负债合计
- 三、2008-2009年中国啤酒制造业资本负债率
- 四、2008-2009年中国啤酒制造业保值增值率

第四节 2008-2009年中国啤酒制造业行业规模情况

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业企业单位数
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业全部从业人员平均人数

第五节 2008-2009年中国啤酒制造业行业效益情况

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业利润总额
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业产值利税率
- 三、2008-2009年中国啤酒制造业成本费用利润率
- 四、2008-2009年中国啤酒制造业资金利润率
- 五、2008-2009年中国啤酒制造业产成品资金占用率

第六节 2008-2009年中国啤酒制造业亏损情况

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业亏损单位数
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业亏损企业亏损总额

第七节 2008-2009年中国啤酒制造业不同规模企业主要经济指标

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业大型企业主要经济指标
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业中型企业主要经济指标
- 三、2008-2009年中国啤酒制造业小型企业主要经济指标

第八节 2008-2009年中国啤酒制造业不同经济类型企业主要经济指标

- 一、2008-2009年中国啤酒制造业国有企业主要经济指标
- 二、2008-2009年中国啤酒制造业集体企业主要经济指标
- 三、2008-2009年中国啤酒制造业股份合作企业主要经济指标
- 四、2008-2009年中国啤酒制造业股份制企业主要经济指标
- 五、2008-2009年中国啤酒制造业私营企业主要经济指标
- 六、2008-2009年中国啤酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标
- 七、2008-2009年中国啤酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

第九节 2008-2009年啤酒制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

- 一、2006年啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
- 二、2007年啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

第九章 2008-2009年中国啤酒行业区域市场产量及主要经济指标

第一节 2008-2009年华北地区啤酒市场

- 一、北京
- 二、天津
- 三、河北
- 四、山西
- 五、内蒙古

第二节 2008-2009年华中地区啤酒市场

- 一、河南
- 二、湖北
- 三、湖南

第三节 2008-2009年华东地区啤酒市场

- 一、长三角啤酒市场局势

二、上海

三、江苏

四、浙江

五、江西

六、安徽

七、山东

八、福建

第四节 2008-2009年华南地区啤酒市场

一、2007年华南啤酒市场

二、华南啤酒市场发展趋势

三、广东

四、广西

五、海南

第五节 2008-2009年西南地区啤酒市场

一、重庆

二、四川

三、贵州

四、云南

第六节 2008-2009年西北地区啤酒市场

一、陕西

二、宁夏

三、甘肃

四、新疆

第七节 2008-2009年东北啤酒市场

一、辽宁

二、吉林

三、黑龙江

第十章 国外啤酒企业在中国的发展

第一节 英博啤酒集团

一、进入中国概况

二、英博公司在华布局

三、财务

第二节 安海斯—布希公司

一、进入中国概况

二、AB公司在华并购

第三节 嘉士伯

一、进出中国概况

二、嘉士伯在华布局

三、嘉士伯曲线入股重啤

第四节 喜力啤酒

一、进入中国概况

二、财务

第五节 三得利

一、进入中国概况

二、在华营销

第十一章 国内啤酒业部分企业简介

第一节 青岛啤酒集团

一、公司简介

二、2008-2009年财务

三、2009年发展预测

四、青岛原生啤酒的战略

第二节 燕京啤酒集团

一、公司简介

二、公司发展历程

三、2008-2009年财务

四、2009年发展预测

五、进入发展新阶段

六、惠泉啤酒股份有限公司

第三节 华润啤酒

一、公司简介

二、发展历程

三、2008-2009年财务

四、扩张战略

第四节 广东珠江啤酒集团

一、公司简介

二、珠江啤酒产能

三、全国布局

第五节 河南金星啤酒集团有限公司

一、公司简介

二、从农村包围城市

三、营销战略创新

第六节 哈尔滨啤酒集团

一、公司简介

二、发展历程

三、哈尔滨啤酒生产能力

第七节 重庆啤酒(集团)有限责任公司

一、公司简介

二、2008-2009年财务

三、重庆啤酒产能扩充

第十二章 啤酒行业并购与扩张情况

第一节 2008年啤酒行业整合现状

一、融资：兵马未动，粮草先行

二、转向：应对危机

三、成本压力下整合已开始

四、外资势力掀波澜

五、收购路线有启发

第二节 啤酒业并购成本

一、自建为主

二、并购成本

三、新格局

第三节 从L啤酒看区域啤酒品牌扩张

一、案例：某区域啤酒品牌扩张的困境

二、L啤酒走入困境的原因

三、L啤酒的战略选择

第四节 中外啤酒厂商新一轮并购

一、外资掀起新一轮并购潮

二、本土品牌"跑马圈地"，加快整合

三、啤酒业开放机遇与挑战并存

第五节 国内啤酒业酝酿大整合

一、青岛啤酒：半年扩产能百万吨

二、燕京啤酒：入川淘金

三、金星啤酒：空降高管筹谋上市

第十三章 中国啤酒业竞争格局

第一节 2008年啤酒市场竞争

一、2008年啤酒销售旺季竞争加剧

二、2008年夏啤酒市场竞争点

三、2008年啤酒行业渠道竞争

四、2008年国际巨头力拓中国市场

五、啤酒企业竞争力的要素

第二节 2009年中国啤酒业界竞争焦点

一、核心市场与非核心市场之间的PK

二、品牌开拓与资本开拓之间的PK

三、单引擎与双引擎之间的PK

四、现在的占有和未来的占有之间的PK

五、制造占有与服务占有之间的PK

六、新业态模式与老业态模式之间的PK

七、质量占有与文化占有之间的PK

八、在线攻略与不在线攻略之间的PK

第三节 中国啤酒市场竞争特点

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

第四节 中国啤酒市场竞争者主体竞争行为预测

- 一、巨型啤酒企业竞争行为
- 二、大型啤酒企业竞争行为
- 三、中小啤酒企业竞争行为
- 四、国外资本竞争行为

第五节 中高档啤酒终端市场的竞争现状

- 一、终端竞争日益激烈
- 二、中高档啤酒终端市场秩序较为混乱
- 三、终端恶性竞争造成了极其严重的后果

第六节 中国啤酒业竞争格局发展趋势

- 一、中国啤酒产业未来的竞争格局
- 二、中国啤酒产业未来的竞争焦点

第十四章 啤酒行业市场投资

第一节 啤酒行业投资机会

- 一、并购整合仍将不断进行
- 二、市场需求依然旺盛

第二节 啤酒产业投资风险

- 一、啤酒西进面临三大风险
- 二、中国啤酒企业的国际化风险

第三节 啤酒业投资

- 一、外资加大对中国啤酒市场的投资力度
- 二、广东佛山啤酒市场掀起投资热潮
- 三、2009年啤酒业投资机会来临

第十五章 啤酒行业发展趋势及战略

第一节 中国啤酒行业的发展趋势

- 一、国啤酒产业行业结构的变化
- 二、中国啤酒产业市场结构的变化
- 三、企业间竞争焦点的变化

第二节 啤酒行业渠道壁垒的破解策略

- 一、传统流通渠道壁垒破解策略
- 二、餐饮终端渠道壁垒破解策略

三、零售终端壁垒破解策略

第三节 啤酒企业振兴与突围之路

一、产品创新

二、营销创新

三、管理创新

第四节 啤酒行业微利时代的利润提升策略

一、成本优势策略

二、产品结构优化策略

三、积极实施品牌营销战略

第五节 我国区域啤酒品牌发展策略

一、我国区域品牌啤酒的现状

二、中国啤酒区域品牌发展策略

部分图表目录

图表 2009年啤酒产量

图表 2009年中国啤酒制造业产成品

图表 2009年中国啤酒制造业工业总产值

图表 2009年中国啤酒制造业产品销售收入

图表 2009年中国啤酒制造业销售成本

图表 2009年中国啤酒制造业销售费用

图表 2009年中国啤酒制造业管理费用

图表 2009年中国啤酒制造业财务费用

图表 2009年中国啤酒制造业资产总计

图表 2009年中国啤酒制造业负债合计

图表 2009年中国啤酒制造业资本负债率

图表 2009年中国啤酒制造业保值增值率

图表 2009年中国啤酒制造业企业单位数

图表 2009年中国啤酒制造业全部从业人员平均人数

图表 2009年中国啤酒制造业利润总额

图表 2009年中国啤酒制造业产值利税率

图表 2009年中国啤酒制造业成本费用利润率

图表 2009年中国啤酒制造业资金利润率

图表 2009年中国啤酒制造业产成品资金占用率

图表 2009年中国啤酒制造业亏损单位数

图表 2009年中国啤酒制造业亏损企业亏损总额

图表 2009年中国啤酒制造业大型企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业中型企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业小型企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业国有企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业集体企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业股份合作企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业股份制企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业私营企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2009年中国啤酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

图表 2009年北京市啤酒产量合计

图表 2009年北京市啤酒制造主要经济指标

图表 2009年天津市啤酒产量合计

图表 2009年天津市啤酒制造主要经济指标

图表 2009年河北省啤酒产量合计

图表 2009年河北啤酒制造主要经济指标

图表 2009年山西省啤酒产量合计

图表 2009年山西啤酒制造主要经济指标

图表 2009年内蒙古啤酒产量合计

图表 2009年内蒙古啤酒制造主要经济指标

图表 2009年河南省啤酒产量合计

图表 2009年河南啤酒制造主要经济指标

图表 2009年湖北省啤酒合计

图表 2009年湖北省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年湖南省啤酒产量合计

图表 2009年湖南省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年上海啤酒产量合计

图表 2009年上海市啤酒制造主要经济指标

图表 2009年江苏啤酒产量合计

图表 2009年江苏省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年浙江啤酒产量合计

图表 2009年浙江省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年江西啤酒产量合计

图表 2009年江西省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年啤酒安徽产量合计

图表 2009年安徽省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年山东啤酒产量合计

图表 2009年山东省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年福建啤酒产量合计

图表 2009年福建省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年广东啤酒产量合计

图表 2009年广东省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年广西啤酒产量合计

图表 2009年广西啤酒制造主要经济指标

图表 2009年海南啤酒产量合计

图表 2009年海南省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年啤酒重庆产量合计

图表 2009年重庆啤酒制造主要经济指标

图表 2009年啤酒四川省产量合计

图表 2009年四川省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年贵州啤酒产量合计

图表 2009年贵州省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年云南啤酒产量合计

图表 2009年云南省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年陕西啤酒产量合计

图表 2009年陕西省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年宁夏啤酒产量合计

图表 2009年宁夏啤酒制造主要经济指标

图表 2009年甘肃啤酒产量合计

图表 2009年甘肃省啤酒制造主要经济指标

图表 2009年啤酒新疆产量合计

图表 2009年新疆啤酒制造主要经济指标
图表 2009年辽宁啤酒产量合计
图表 2009年辽宁省啤酒制造主要经济指标
图表 2009年吉林啤酒产量合计
图表 2009年吉林省啤酒制造主要经济指标
图表 2009年黑龙江啤酒产量合计
图表 2009年黑龙江省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年啤酒产量
图表 2008年中国啤酒制造业产成品
图表 2008年中国啤酒制造业工业总产值
图表 2008年中国啤酒制造业产品销售收入
图表 2008年中国啤酒制造业销售成本
图表 2008年中国啤酒制造业销售费用
图表 2008年中国啤酒制造业管理费用
图表 2008年中国啤酒制造业财务费用
图表 2008年中国啤酒制造业资产总计
图表 2008年中国啤酒制造业负债合计
图表 2008年中国啤酒制造业资本负债率
图表 2008年中国啤酒制造业保值增值率
图表 2008年中国啤酒制造业企业单位数
图表 2008年中国啤酒制造业全部从业人员平均人数
图表 2008年中国啤酒制造业利润总额
图表 2008年中国啤酒制造业产值利税率
图表 2008年中国啤酒制造业成本费用利润率
图表 2008年中国啤酒制造业资金利润率
图表 2008年中国啤酒制造业产成品资金占用率
图表 2008年中国啤酒制造业亏损单位数
图表 2008年中国啤酒制造业亏损企业亏损总额
图表 2008年中国啤酒制造业大型企业主要经济指标
图表 2008年中国啤酒制造业中型企业主要经济指标
图表 2008年中国啤酒制造业小型企业主要经济指标
图表 2008年中国啤酒制造业国有企业主要经济指标

图表 2008年中国啤酒制造业集体企业主要经济指标

图表 2008年中国啤酒制造业股份合作企业主要经济指标

图表 2008年中国啤酒制造业股份制企业主要经济指标

图表 2008年中国啤酒制造业私营企业主要经济指标

图表 2008年中国啤酒制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标

图表 2008年中国啤酒制造业其它经济类型企业主要经济指标

图表 2008年2月啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年5月啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年8月啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年11月啤酒制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2008年北京市啤酒产量合计

图表 2008年北京市啤酒制造主要经济指标

图表 2008年天津市啤酒产量合计

图表 2008年天津市啤酒制造主要经济指标

图表 2008年河北省啤酒产量合计

图表 2008年河北啤酒制造主要经济指标

图表 2008年山西省啤酒产量合计

图表 2008年山西啤酒制造主要经济指标

图表 2008年内蒙古啤酒产量合计

图表 2008年内蒙古啤酒制造主要经济指标

图表 2008年河南省啤酒产量合计

图表 2008年河南啤酒制造主要经济指标

图表 2008年湖北省啤酒合计

图表 2008年湖北省啤酒制造主要经济指标

图表 2008年湖南啤酒产量合计

图表 2008年湖南省啤酒制造主要经济指标

图表 2008年上海啤酒产量合计

图表 2008年上海市啤酒制造主要经济指标

图表 2008年江苏啤酒产量合计

图表 2008年江苏省啤酒制造主要经济指标

图表 2008年浙江啤酒产量合计

图表 2008年浙江省啤酒制造主要经济指标

图表 2008年江西啤酒产量合计
图表 2008年江西省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年啤酒安徽产量合计
图表 2008年安徽省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年山东啤酒产量合计
图表 2008年山东省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年福建啤酒产量合计
图表 2008年福建省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年广东啤酒产量合计
图表 2008年广东省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年广西啤酒产量合计
图表 2008年广西啤酒制造主要经济指标
图表 2008年海南啤酒产量合计
图表 2008年海南省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年啤酒重庆产量合计
图表 2008年重庆啤酒制造主要经济指标
图表 2008年啤酒四川省产量合计
图表 2008年四川省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年贵州啤酒产量合计
图表 2008年贵州省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年云南啤酒产量合计
图表 2008年云南省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年陕西啤酒产量合计
图表 2008年陕西省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年宁夏啤酒产量合计
图表 2008年宁夏啤酒制造主要经济指标
图表 2008年甘肃啤酒产量合计
图表 2008年甘肃省啤酒制造主要经济指标
图表 2008年啤酒新疆产量合计
图表 2008年新疆啤酒制造主要经济指标
图表 2008年辽宁啤酒产量合计
图表 2008年辽宁省啤酒制造主要经济指标

图表 2008年吉林啤酒产量合计

图表 2008年吉林省啤酒制造主要经济指标

图表 2008年黑龙江啤酒产量合计

图表 2008年黑龙江省啤酒制造主要经济指标

图表 略…

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99606.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。