

2011-2015年啤酒行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2011-2015年啤酒行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/118308118308.html>

报告价格：电子版: 7800元 纸介版：8300元 电子和纸介版: 8800

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

2011年上半年，中国啤酒行业累计产量2350.19万千升，同比增长11.4%。其中6月份单月产量553.88万千升，同比增长12.4%。近年来，我国的啤酒市场并购之风大盛。2011年上半年，仅华润雪花、青岛啤酒和百威英博三家参与的大规模并购就达7起，涉及金额约26亿元人民币。而在从市场格局上看，中国啤酒市场的集中度持续提升。以实际销量份额推算，2010年行业前五大巨头（华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博、嘉士伯）的合计市场占有率已达73%。未来中国啤酒市场的寡头格局将会进一步加强，到2015年末，五大巨头将占据中国啤酒市场超过80%的份额。此外，西部地区将成为新的市场热点。西部市场的年均增长速度将在8%左右。预计到2015年，西部地区的啤酒销量将从目前的约680万千升提升至1000万千升，人均消费量将达到29升。在产能扩张的道路上，华润雪花领跑行业，凭借央企背景，并在强大的资金实力作为后盾下，华润雪花在2011年上半年的新建、扩建和并购活动频率之高为业界所瞩目。2010年，华润雪花以928万千升的销量巩固了中国啤酒行业市场占有率第一的位置，而2011年上半年的一系列高频率产能扩充动作可认为是其“先销量，后利润”发展思路的延续。而青岛啤酒明显加快了扩张的步伐，总体表现却是以新建扩建为主，收购较少。是由于目前中国啤酒行业可供收购的优质资源已不多，加之华润雪花等竞争对手在收购上表现的更为积极主动，也使得对被收购企业的竞争更为激烈。根据燕京啤酒的“十二五规划”，到2015年燕京啤酒产销量将达800万吨，这需要新增300万吨产能，其中200万吨产能靠改扩建原有生产线提升，另外100万吨将通过收购兼并的方式获得。2011年下半年燕京啤酒或许将有2-3次建新厂和收购等的产能扩充动作。

中国啤酒市场的集中度持续提升。以实际销量份额推算，2010年行业前五大巨头（华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博、嘉士伯）的合计市场占有率已达73%。截至2011年上半年，以省份为单位，华润雪花的主要优势区域在所有企业中数量最多，包括四川、辽宁、吉林、山西、江苏、浙江、安徽、湖北、贵州和天津等省份。青岛啤酒的优势区域则在山东、陕西和河北，另外其在广东的盈利水平也十分突出。百威英博的优势区域则为黑龙江和福建，分别是其主推全国品牌哈尔滨啤酒和重点品牌雪津啤酒的发源地，另外其在湖北也有较强的优势地位。燕京啤酒的优势区域包括北京、广西、内蒙古和湖南等，其中在北京和广西拥有绝对的优势。另一啤酒巨头嘉士伯则暂时在西部市场领先。多年抢市场的结果，中国啤酒市场已经形成了五大巨头各自垄断的优势市场。目前，全国范围内已几乎没有巨头尚未涉足的省份。激烈的竞争使得既有巨头的相互渗透成为趋势。今后五大企业（华润雪花、青岛啤酒、燕京啤酒、百威英博、嘉士伯）通过并购或新建工厂，进入相互的优势市场，将会使目前中国的啤酒市场破局，各品牌在原有处于垄断地位的地区的市场份额有可能降至50%以下。

近2个月啤酒行业表现出较强的旺季需求特征，4-5月产量持续快速增长。进口大麦价格继续维持上涨态势，整个啤酒行业的原料成本压力将在下半年逐渐体现。虽然在消费旺季各

啤酒企业对于提价都是慎之又慎，但是目前啤酒行业利润太低，2011年下半年整个啤酒行业都会进行提价。下半年非餐饮地区的主流价格将从现在的3元涨至4-5元，餐饮地区的价格会达到7-8元。2011年4月，在消费品价格一路攀高的情况下，发改委约谈各行业协会及企业代表，表达出稳定物价的决心。白酒行业的毛利率高达60%-80%，而啤酒企业一箱啤酒的净利润只有一块钱左右。对于可能导致提价的原因，企业均称是原材料价格的上涨压缩了企业的利润。我国啤酒产业链的短板就是主要原料的大麦依赖进口，国际市场的变动对整个国内啤酒行业都会产生极大影响。2010年11月起，大麦价格持续走高，到2011年3月，进口大麦价格同比上升43.5%。大麦价格的变化必将影响到2011年啤酒企业的盈利，所以必须重视生产成本大幅度升高的预期。原材料成本上升只是中国啤酒业涨价的一方面原因，更主要的原因是近五年刮起“血战到底”的竞争模式。企业所有的成本开支中，原材料成本、人力成本及通胀压力导致的成本不太多，但是砸在市场上的钱是一个天文数字。预计2011年下半年，啤酒行业总量升级空间不大，结构升级尚有空间。

本研究咨询报告，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、中国经济景气监测中心、中华全国商业信息中心及相关媒体的权威信息，对我国啤酒行业的发展情况、市场现状、行业前景、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地研究，并分析了啤酒原材料的发展趋势，对今后我国啤酒产业的发展方向做出了精确的预测。同时，本报告也针对啤酒产业的特点，从各个角度全面详实地进行了调研，在报告中汇集了大量、最新的第一手数据，并采用了时间序列分析、回归分析、相关性分析等计量经济模型进行统计及预测。本报告数据全面及时、图表丰富，既有深入的研究，又有直观的比较分析，为啤酒生产和相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 啤酒行业发展概述

第一节 啤酒的定义及分类

一、啤酒的定义

二、啤酒的分类

三、啤酒的特性

第二节 啤酒产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 啤酒行业发展成熟度分析

- 一、行业发展周期分析
- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球啤酒市场发展分析

第一节 2010年全球啤酒市场分析

- 一、2010年全球啤酒市场回顾
- 二、2010年全球啤酒市场环境
- 三、2010年全球啤酒销售分析
- 四、2010年全球啤酒市场规模

第二节 2011年全球啤酒市场分析

- 一、2011年全球啤酒需求分析
- 二、2011年全球啤酒市场规模
- 三、2011年全球啤酒品牌分析
- 四、2011年中外啤酒市场对比

第三节 主要国家地区啤酒市场分析

- 一、2010-2011年美国啤酒市场分析
- 二、2010-2011年欧洲啤酒市场分析
- 三、2010-2011年亚洲啤酒市场分析
- 四、2010-2011年日本啤酒市场分析
- 五、2010-2011年其他地区啤酒市场

第三章 我国啤酒行业发展现状

第一节 我国啤酒行业发展现状

- 一、啤酒行业品牌发展现状
- 二、啤酒行业消费市场现状
- 三、啤酒市场消费层次分析
- 四、我国啤酒市场走向分析

第二节 2009-2011年啤酒业发展情况分析

- 一、2009年啤酒行业发展情况分析
- 二、2010年啤酒行业发展情况分析
- 三、2011年啤酒行业发展特点分析
- 四、2011年1-8月啤酒行业发展情况

第三节 2010-2011年啤酒行业运行分析

- 一、2010-2011年啤酒业产销存运行分析
- 二、2010-2011年啤酒行业利润情况分析

三、2010-2011年啤酒行业发展周期分析

四、2011-2015年啤酒行业发展机遇分析

五、2011-2015年啤酒行业利润增速预测

第四章 我国啤酒市场发展研究

第一节 2010年我国啤酒市场发展研究

一、2010年1季度我国啤酒市场研究

二、2010年2季度我国啤酒市场研究

三、2010年3季度我国啤酒市场研究

四、2010年4季度我国啤酒市场研究

第二节 2011年我国啤酒市场情况

一、2011年1-8月我国啤酒产销情况

二、2011年1-8月我国啤酒市场价格情况

三、2011年1-8月重点城市啤酒市场发展情况

四、2011年1-8月我国啤酒市场发展情况

第三节 2011年我国啤酒市场结构和价格走势分析

一、2011年1-8月我国啤酒市场结构和价格走势概述

二、2011年1-8月我国啤酒市场结构分析

三、2011年1-8月我国啤酒市场价格走势分析

第四节 2011年我国啤酒业市场发展特点分析

一、2011年1-8月我国啤酒市场格局特点

二、2011年1-8月我国啤酒产品创新特点

三、2011年1-8月我国啤酒市场服务特点

四、2011年1-8月我国啤酒市场品牌特点

第五章 我国啤酒市场调查分析

第一节 2010年我国啤酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2011年1季度我国啤酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2011年上半年中国啤酒市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第六章 啤酒行业经济运行分析

第一节 2010-2011年啤酒产量分析

一、2010年啤酒产量分析

二、2011年1-8月啤酒产量分析

第二节 2010-2011年啤酒行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2010年啤酒行业主要经济指标分析

三、2011年1-8月啤酒行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国啤酒行业绩效分析

一、2010-2011年行业产销情况

二、2010-2011年行业规模情况

三、2010-2011年行业盈利能力

四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011年行业偿债能力分析

第七章 我国啤酒行业进出口分析

第一节 我国啤酒进口分析

一、2010年进口总量分析

二、2010年进口结构分析

三、2010年进口区域分析

第二节 我国啤酒出口分析

一、2010年出口总量分析

二、2010年出口结构分析

三、2010年出口区域分析

第三节 我国啤酒进出口预测

一、2011年1-8月进口分析

二、2011年1-8月出口分析

三、2011年啤酒进口预测

四、2011年啤酒出口预测

第八章 我国啤酒主要替代产品分析

第一节 白酒

一、2010-2011年行业产销情况分析

二、2010-2011年行业发展现状分析

三、2010-2011年市场需求情况分析

四、2010-2011年市场规模情况分析

五、2010-2011年行业竞争格局分析

六、2010-2011年消费者的偏好分析

七、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 葡萄酒

一、2010-2011年行业产销情况分析

二、2010-2011年行业发展现状分析

三、2010-2011年市场需求情况分析

四、2010-2011年市场规模情况分析

五、2010-2011年行业竞争格局分析

六、2010-2011年消费者的偏好分析

七、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 黄酒

一、2010-2011年行业产销情况分析

二、2010-2011年行业发展现状分析

三、2010-2011年市场需求情况分析

四、2010-2011年市场规模情况分析

五、2010-2011年行业竞争格局分析

六、2010-2011年消费者的偏好分析

七、2011-2015年行业发展趋势分析

第九章 啤酒区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第十章 中国啤酒行业消费市场分析

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 城市啤酒消费分析

一、啤酒消费特点与影响因素

二、城市啤酒消费分析

第三节 农村啤酒消费分析

一、农村市场特点

二、农村市场开拓

第四节 啤酒消费趋势分析

一、中国啤酒业面临消费升级

二、高端啤酒消费趋势

第十一章 我国啤酒行业营销策略分析

第一节 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给我们的启示
- 三、实现高效营销渠道模式的建议

第二节 高档啤酒市场营销分析

- 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

第三节 啤酒夜场营销策略分析

- 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

第四节 中国啤酒营销渠道变革与发展

- 一、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分析
- 三、中国啤酒营销渠道变革的方向与趋势分析

第五节 中国啤酒企业的营销宝典

- 一、网络建设
- 二、促销

第二部分 行业竞争格局

第十二章 啤酒行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国啤酒行业竞争格局综述

- 一、2010年啤酒行业集中度
- 二、2010年啤酒行业竞争程度
- 三、2010年啤酒企业与品牌数量
- 四、2010年啤酒行业竞争格局分析
- 第四节 2010-2011年啤酒行业竞争格局分析
 - 一、2010-2011年国内外啤酒竞争分析
 - 二、2010-2011年我国啤酒市场竞争分析
 - 三、2010-2011年我国啤酒市场集中度分析
 - 四、2011-2015年国内主要啤酒企业动向
 - 五、2011年国内啤酒拟在建项目分析
- 第十三章 啤酒企业竞争策略分析
 - 第一节 啤酒市场竞争策略分析
 - 一、2011年啤酒市场增长潜力分析
 - 二、2011年啤酒主要潜力品种分析
 - 三、现有啤酒产品竞争策略分析
 - 四、潜力啤酒品种竞争策略选择
 - 五、典型企业产品竞争策略分析
 - 第二节 啤酒企业竞争策略分析
 - 一、金融危机对啤酒行业竞争格局的影响
 - 二、金融危机后啤酒行业竞争格局的变化
 - 三、2011-2015年我国啤酒市场竞争趋势
 - 四、2011-2015年啤酒行业竞争格局展望
 - 五、2011-2015年啤酒行业竞争策略分析
 - 六、2011-2015年啤酒企业竞争策略分析
- 第十四章 主要啤酒企业竞争分析
 - 第一节 青岛啤酒股份有限公司
 - 一、企业概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、2010-2011年经营状况
 - 四、2011-2015年发展战略
 - 第二节 华润雪花啤酒（中国）有限公司
 - 一、企业概况
 - 二、竞争优势分析
 - 三、2010-2011年经营状况
 - 四、2011-2015年发展战略

第三节 北京燕京啤酒股份有限公司

一、企业概况 325

二、2009-2010年财务分析 326

三、2009-2010年经营状况 330

第四节 广东珠江啤酒集团有限公司 332

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 深圳金威啤酒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 重庆啤酒股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 金星啤酒集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 新疆啤酒花股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 啤酒行业发展趋势分析

第一节 我国啤酒行业前景与机遇分析

一、我国啤酒行业发展前景

二、我国啤酒发展机遇分析

三、2011年啤酒的发展机遇分析

四、金融危机对啤酒行业的影响分析

第二节 2011-2015年中国啤酒市场趋势分析

一、2010-2011年啤酒市场趋势总结

二、2011-2015年啤酒发展趋势分析

三、2011-2015年啤酒市场发展空间

四、2011-2015年啤酒产业政策趋向

五、2011-2015年啤酒技术革新趋势

六、2011-2015年啤酒价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十六章 未来啤酒行业发展预测

第一节 未来啤酒需求与消费预测

一、2011-2015年啤酒产品消费预测

二、2011-2015年啤酒市场规模预测

三、2011-2015年啤酒行业总产值预测

四、2011-2015年啤酒行业销售收入预测

五、2011-2015年啤酒行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国啤酒行业供需预测

一、2010-2015年中国啤酒供给预测

二、2011-2015年中国啤酒产量预测

三、2011-2015年中国啤酒需求预测

四、2011-2015年中国啤酒供需平衡预测

五、2011-2015年中国啤酒产品价格预测

六、2011-2015年主要啤酒产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 啤酒行业投资现状分析

第一节 2010年啤酒行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1-8月啤酒行业投资情况分析

- 一、2011年1-8月总体投资及结构
- 二、2011年1-8月投资规模情况
- 三、2011年1-8月投资增速情况
- 四、2011年1-8月分行业投资分析
- 五、2011年1-8月分地区投资分析
- 六、2011年1-8月外商投资情况

第十八章 啤酒行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年啤酒行业政策环境分析
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内啤酒技术现状
- 二、2011年啤酒技术发展分析
- 三、2011-2015年啤酒技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第十九章 啤酒行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2011年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2011年相关产业投资收益率比较

二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 啤酒行业投资效益分析

一、2010-2011年啤酒行业投资状况分析

二、2011-2015年啤酒行业投资效益分析

三、2011-2015年啤酒行业投资趋势预测

四、2011-2015年啤酒行业的投资方向

五、2011-2015年啤酒行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响啤酒行业发展的主要因素

一、2011-2015年影响啤酒行业运行的有利因素分析

二、2011-2015年影响啤酒行业运行的稳定因素分析

三、2011-2015年影响啤酒行业运行的不利因素分析

四、2011-2015年我国啤酒行业发展面临的挑战分析

五、2011-2015年我国啤酒行业发展面临的机遇分析

第五节 啤酒行业投资风险及控制策略分析

一、2011-2015年啤酒行业市场风险及控制策略

二、2011-2015年啤酒行业政策风险及控制策略

三、2011-2015年啤酒行业经营风险及控制策略

四、2011-2015年啤酒行业技术风险及控制策略

五、2011-2015年啤酒行业同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年啤酒行业其他风险及控制策略

第二十章 啤酒行业投资战略研究

第一节 啤酒行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国啤酒品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、啤酒实施品牌战略的意义

三、啤酒企业品牌的现状分析

四、我国啤酒企业的品牌战略

五、啤酒品牌战略管理的策略

第三节 啤酒行业投资战略研究

一、2011年酿酒行业投资战略

二、2011年啤酒行业投资战略

三、2011-2015年啤酒行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

第四节 中国啤酒企业投资建议

一、产品创新建议

二、营销手法创新建议

三、渠道创新建议

图表目录

图表：啤酒产业链分析

图表：国际啤酒市场规模

图表：国际啤酒生命周期

图表：2003-2010年中国啤酒行业市场规模

图表：2002-2010年全球啤酒产业市场规模

图表：2008-2010年啤酒重要数据指标比较

图表：2003-2010年中国啤酒行业销售情况分析

图表：2003-2010年中国啤酒行业利润情况分析

图表：2003-2010年中国啤酒行业资产情况分析

图表：2010-2011年中国啤酒发展能力分析

图表：2010-2011年中国啤酒竞争力分析

图表：2011-2015年中国啤酒产能预测

图表：2011-2015年中国啤酒消费量预测

图表：2011-2015年中国啤酒市场前景预测

图表：2011-2015年中国啤酒市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国啤酒发展前景预测

图表：2010年1-12月啤酒产量全国合计

图表：2010年1-12月啤酒产量北京市合计

图表：2010年1-12月啤酒产量天津市合计

图表：2010年1-12月啤酒产量河北省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量山西省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量吉林省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月啤酒产量上海市合计

图表：2010年1-12月啤酒产量江苏省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量浙江省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量安徽省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量福建省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量江西省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量山东省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量河南省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量湖北省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量湖南省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量广东省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量广西区合计

图表：2010年1-12月啤酒产量海南省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量重庆市合计

图表：2010年1-12月啤酒产量四川省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量贵州省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量云南省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量陕西省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量甘肃省合计

图表：2010年1-12月啤酒产量新疆区合计

图表：2010年1-12月啤酒产量内蒙古合计

图表：2011年1-8月啤酒产量全国合计

图表：2011年1-8月啤酒产量北京市合计

图表：2011年1-8月啤酒产量天津市合计

图表：2011年1-8月啤酒产量河北省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量山西省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量辽宁省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量吉林省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量黑龙江合计

图表：2011年1-8月啤酒产量上海市合计

图表：2011年1-8月啤酒产量江苏省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量浙江省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量安徽省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量福建省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量江西省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量山东省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量河南省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量湖北省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量湖南省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量广东省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量广西区合计

图表：2011年1-8月啤酒产量海南省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量重庆市合计

图表：2011年1-8月啤酒产量四川省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量贵州省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量云南省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量陕西省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量甘肃省合计

图表：2011年1-8月啤酒产量新疆区合计

图表：2011年1-8月啤酒产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标天津市合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标河北省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标山西省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标吉林省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标上海市合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标江苏省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标浙江省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标安徽省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标福建省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标江西省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标山东省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标河南省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标湖北省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标湖南省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标广东省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标广西区合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标海南省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标重庆市合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标四川省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标贵州省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标云南省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标陕西省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标青海省合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2010年1-12月啤酒行业经济指标新疆区合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标全国合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标北京市合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标天津市合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标河北省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标山西省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标吉林省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标上海市合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标江苏省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标浙江省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标安徽省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标福建省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标江西省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标山东省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标河南省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标湖北省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标湖南省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标广东省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标广西区合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标海南省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标重庆市合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标四川省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标贵州省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标云南省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标陕西省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标青海省合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-8月啤酒行业经济指标新疆区合计

图表：2010年1-12月啤酒进口数据

图表：2010年1季度啤酒进口数据

图表：2010年1月啤酒进口数据

图表：2010年2月啤酒进口数据

图表：2010年3月啤酒进口数据

图表：2010年2季度啤酒进口数据

图表：2010年4月啤酒进口数据

图表：2010年5月啤酒进口数据

图表：2010年6月啤酒进口数据

图表：2010年3季度啤酒进口数据

图表：2010年7月啤酒进口数据

图表：2010年8月啤酒进口数据

图表：2010年9月啤酒进口数据

图表：2010年4季度啤酒进口数据

图表：2010年10月啤酒进口数据

图表：2010年11月啤酒进口数据

图表：2010年12月啤酒进口数据

图表：2010年1-12月啤酒出口数据

图表：2010年1季度啤酒出口数据

图表：2010年1月啤酒出口数据

图表：2010年2月啤酒出口数据

图表：2010年3月啤酒出口数据

图表：2010年2季度啤酒出口数据

图表：2010年4月啤酒出口数据

图表：2010年5月啤酒出口数据

图表：2010年6月啤酒出口数据

- 图表：2010年3季度啤酒出口数据
- 图表：2010年7月啤酒出口数据
- 图表：2010年8月啤酒出口数据
- 图表：2010年9月啤酒出口数据
- 图表：2010年4季度啤酒出口数据
- 图表：2010年10月啤酒出口数据
- 图表：2010年11月啤酒出口数据
- 图表：2010年12月啤酒出口数据
- 图表：2011年1-8月啤酒进口数据
- 图表：2011年1季度啤酒进口数据
- 图表：2011年1月啤酒进口数据
- 图表：2011年2月啤酒进口数据
- 图表：2011年3月啤酒进口数据
- 图表：2011年2季度啤酒进口数据
- 图表：2011年4月啤酒进口数据
- 图表：2011年5月啤酒进口数据
- 图表：2011年1-8月啤酒出口数据
- 图表：2011年1季度啤酒出口数据
- 图表：2011年1月啤酒出口数据
- 图表：2011年2月啤酒出口数据
- 图表：2011年3月啤酒出口数据
- 图表：2011年2季度啤酒出口数据
- 图表：2011年4月啤酒出口数据
- 图表：2011年5月啤酒出口数据
- 图表：啤酒市场调查对象情况分析
- 图表：啤酒消费者消费习惯调查
- 图表：消费者对啤酒产品价格认同情况调查分析
- 图表：消费者购买渠道情况调查分析
- 图表：啤酒消费者品牌状况调查分析
- 图表：2010-2011年中国消费者啤酒品牌构成
- 图表：啤酒消费者性别比例
- 图表：啤酒消费者年龄分布
- 图表：啤酒消费者购买频率分析
- 图表：啤酒消费者购买啤酒的规格
- 图表：啤酒消费者购买啤酒消费金额

图表：消费者啤酒功能关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiulei/118308118308.html>