

2007年中国啤酒市场研究报告

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《2007年中国啤酒市场研究报告》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/fangzhi/2871228712.html>

报告价格：电子版: 6200元 纸介版：6700元 电子和纸介版: 7200

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

引言2006年我国啤酒产量实现3515.15万吨，比2005年初报数增加453.59万吨，增长14.82%。其中19个省市的啤酒产量增长15%以上，广东、山东、浙江、河南、黑龙江、辽宁6个省市产量超过200万吨。2006年我国啤酒工业整体情况表现为：产量持续大幅攀升，连续5年居世界首位；产品结构进一步优化，销售收入增幅略高于产量增幅；市场整合得到加强，品牌、服务成为市场竞争的关键点；行业经济指标有升有降，总体效益稳步上扬；资金投入力度持续走高，新建项目不断上马；健康、环保、节能成为新风尚，行业综合管理水平逐步提高。中国啤酒业处于高速成长期和成熟期的临界点。随着我国成为世界第一大啤酒生产国和消费市场，外资开始加大对我国市场的投资力度。SAB、AB、英特布鲁、嘉士伯、苏格兰·纽卡斯尔等企业的纷至沓来，几乎全球所有知名啤酒商都在我国拥有了一席之地。2006年我国啤酒行业并购再度趋热，啤酒行业新一轮整合态势又开始兴起，并以国际国内大企业之间的并购整合和大型企业的全国布局调整为主。不过，在行业大规模收购兼并展开之后，必然带出可兼并对象的减少以及收购成本提高。此外，越来越多的啤酒企业赞同这样的观点，即从2006年开始我国啤酒行业步入“利润时代”。经历过大规模价格竞争的中国啤酒业，目前已经基本上从这个低谷走了出来。无论是大集团还是小企业，都已经意识到低价竞争的危害。从全行业来看，2007年整个啤酒市场将进一步规范，各大企业纷纷以利润最大化为目标，这一转变将直接导致行业整体利润水平的提高。本预测报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国石油市场的供给与需求状况、竞争格局、进出口情况等进行了分析，并对国际石油市场、国际石油石化企业经验及加入WTO后中国石油市场变化等方面进行了深入探讨。是石油生产、经营企业以及相关企业和单位、计划投资于石油的企业和个人等准确了解目前中国石油市场发展动态，把握石油行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品!

录第一章

2006-2007年中国啤酒行业发展环境分析	第一节	2006-2007年中国宏观经济环境分析
一、2006年我国经济运行态势分析		二、2007年我国经济展望
		第二节
2006-2007年中国啤酒原料市场分析	一、	麦芽的需求与供给情况
	二、	2006—2007年我国啤
麦市场状况	(一)	2006年我国啤麦市场状况分析
	(二)	我国啤麦市场2007年预测
	(三)	发展国产啤酒大麦的对策措施
	三、	啤酒花供应现状及其发展策略
		第三节
中国制酒饮料行业2006		年运行情况
		一、
		总体运行情况
二、		财务状况分析
三、		投资情况分析
		第二章
		中国啤酒行业发展状况回顾
		第一节
中国啤酒行业相关领域分析	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
	四、	啤酒生产技术分析
		五、
		啤酒包装市场分析
六、		世界啤酒市场发展现状
		第二节
		中国啤酒行业历史现状分析
一、		2001-2004年中国啤酒行业生产情况
	二、	2001-2004年中国啤酒行业经济效益情况

三、2005年中国啤酒工业运行概况 第三章 2006-2007年中国啤酒行业发展状况分析 第一节 2006-2007年中国啤酒行业总体情况分析 一、2006年行业整体发展情况
(一) 产量持续大幅攀升 (二) 销售收入增长近两成 (三) 行业经济指标有升有降
(四) 资金投入力度持续走高 (五) 啤酒进出口顺差加大 (六) 进口原料价格略升
二、2006-2007年中国啤酒行业动态 (一) 营销动态 (二) 产业重组动态 (三) 投资动态
(四) 行业管理动态 第二节 2006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 2007年一季度整体发展情况 一、啤酒产量的地区分布情况 二、部分经济指标 第四章
2006-2007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
一、北京啤酒市场分析 二、天津啤酒市场分析 三、河北啤酒市场分析
四、山西啤酒市场分析 五、内蒙古啤酒市场分析 第二节 华中地区啤酒市场分析
一、河南啤酒市场分析 二、湖北啤酒市场分析 三、湖南啤酒市场分析 第三节
华东地区啤酒市场分析 一、上海啤酒市场分析 (一) 上海啤酒市场概况
(二) 上海啤酒生产厂家及品牌分析 (三) 2006年上海啤酒产量
(四) 2006年上海啤酒制造业经济指标 二、江苏啤酒市场分析
(一) 2006年苏南啤酒市场概况 (二) 苏南啤酒生产厂家及品牌分析
(三) 2006年江苏啤酒产量 (四) 2006年江苏啤酒制造业经济指标 三、浙江啤酒市场分析
四、江西啤酒市场分析 五、安徽啤酒市场分析 六、山东啤酒市场分析
七、福建啤酒市场分析 第四节 华南地区啤酒市场分析 一、广东啤酒市场分析
(一) 广东啤酒市场呈现三大趋势 (二) 2006年广东啤酒产量
(三) 2006年广东啤酒制造业经济指标 二、广西啤酒市场分析 三、海南啤酒市场分析
第五节 西南地区啤酒市场分析 一、啤酒业西南会战 (一) 重庆啤酒股改
(二) 其他啤酒势力抢滩四川 (三) 各路势力加码西南市场的原因分析
二、四川啤酒市场分析 三、贵州啤酒市场分析 四、云南啤酒市场分析
五、重庆啤酒市场分析 第六节 西北地区啤酒市场分析 一、陕西啤酒市场分析
二、宁夏啤酒市场分析 三、甘肃啤酒市场分析 四、新疆啤酒市场分析 第七节
东北啤酒市场分析 一、辽宁啤酒市场分析 二、吉林啤酒市场分析 三、黑龙江啤酒市场分析
第五章 2006-2007年中国啤酒行业进出口分析 第一节 近年我国啤酒总体进出口情况分析
一、上世纪末的进出口情况 二、2001-2006年我国啤酒进出口情况 第二节
2006—2007年我国啤酒出口情况分析 一、总体出口情况 二、地区出口情况 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
(一) 加强营销网络建设 (二) 注重啤酒产品的多样性 (三) 加强消费的引导宣传
(四) 突出产品实用性
(五) 注重季节性消费 (六) 化解啤酒销售政策对农村市场开发带来的不利 第三节

啤酒市场销售网络存在的问题

二、各级经销商素质低、经营意识落后

四、网络之间的冲突严重，网络稳定性下降 五、网络控制难度增大，网络成本增加 第四节

啤酒销售网络的构建

二、加强价格控制，保持经销商应有的利润

四、加强区域市场管理，减少网络冲突

第七章 2006-2007年中国啤酒业竞争格局分析 第一节 中国啤酒行业2006年竞争格局分析

一、第一梯队

主要竞争行为与手段分析

(三) 价格策略的运用

(二) 品牌竞争现状

(二) 广告投入特点与趋势

一、第一梯队啤酒企业竞争行为分析

(二) 继续依靠品牌与资本取得发展

(四) 文化经营将成为重点

(一) 第二梯队的集体崛起

分析(一) 走特色化经营的道路

之路(四) 与大型企业合作，走联合发展之路

(一) 美国AB，与青、哈强强联合

(三) 嘉士伯力拓中国西部啤酒市场

(六) 日本麒麟立足中国富庶地区

一、赢利风险：输血式的国际化不能长久

三、策略风险：重经营轻战略的弊端 第五节 中国啤酒业竞争格局及竞争行为发展趋势分析

一、中国啤酒产业未来的竞争格局及竞争行为分析

(一) 资本竞争 (二) 品牌竞争 (三) 工艺技术竞争

2006-2007年中国啤酒业兼并与收购分析 第一节

一、产品的规模效应比较明显

四、市场集中度高 五、品牌忠诚度不高 第二节

一、1994-2004年我国啤酒行业并购状况分析

(二) 燕京啤酒的并购战略分析

(四) 第二梯队的并购战略分析

二、2006年我国啤酒行业并购再度趋热 (一) 新一轮整合又兴起 (二) 行业增长呈现强势

(三) 外资收购意在控股 三、2006年重大并购案例分析 (一) 福建雪津啤酒转让案分析

(二) 喜力加入英博对燕京的收购战 第三节 企业并购行为对我国啤酒行业的影响分析

一、提升啤酒行业集中度

二、有效调整啤酒行业竞争结构

第四节 企业并购后的整合分析

一、经销商积极性不高，经营份额小

三、价格秩序混乱，利润率降低

一、提高企业的信用度，增强现有经销商的信心

三、提高经销商竞争意识和开拓市场能力

五、选择理想的网络组合，充分开发市场资源

二、第二梯队

(一) 价格战之利 (二) 价格战之弊

(一) 全国品牌总体情况

(一) 广告投放情况

中国啤酒市场主要竞争者竞争行为分析

(一) 强强联合将成为规模扩张的主要模式

(三) 与国际资本合作，走国际化道路

二、第二梯队啤酒企业竞争行为分析

(二) 第二梯队的发展趋势分析

三、中小啤酒企业竞争行为分析

四、国外资本竞争行为分析

(二) SAB，大手笔收购中国啤酒企业

(五) 荷兰喜力布局苏、粤

中国啤酒企业的国际化风险

二、品牌风险：面临两大品牌瓶颈

二、中国啤酒业未来的竞争焦点

(四) 市场份额竞争 第八章

啤酒行业生产与销售特点分析

三、销售区域性非常强

三、销售区域性非常强

我国啤酒行业兼并与收购现状

(一) 青岛啤酒的并购战略分析

(三) 华润集团的并购战略分析

(五) 外资啤酒的并购战略分析

(二) 新一轮整合又兴起 (二) 行业增长呈现强势

(一) 福建雪津啤酒转让案分析

企业并购行为对我国啤酒行业的影响分析

企业并购后的整合分析

一、并购战不能取代品牌战 二、后规模竞争下的品牌战略模式 (一)“区域强势品牌全国品牌”整合策略 (二)品牌价值收割集中战略的整合策略 (三)品牌战略与集团战略并驾战略 三、品牌管理的基本策略模式 (一)个别品牌策略 (二)一元化品牌策略 (三)大品牌小品牌策略 (四)多元化品牌策略 第五节 青岛啤酒的并购案例分析 一、基于成本优势的并购策略分析 二、并购后的品牌策略分析 三、并购的局限性分析 第九章 中国啤酒业主要企业分析 第一节 第一梯队啤酒企业分析 一、青岛啤酒集团 (一)公司简介与发展历程 (二)青岛啤酒的产品系列 (三)青岛啤酒2006年经营状况分析 (四)青岛啤酒的发展战略支点—SCM平台 (五)青岛啤酒2007年新动向 二、燕京啤酒集团 (一)公司简介与发展历程 (二)燕京啤酒重要经济指标 (三)燕京啤酒的动向分析 三、华润啤酒集团 (一)公司简介与发展历程 (二)成功秘诀分析 第二节 第二梯队部分啤酒企业分析 一、金星啤酒集团 (一)公司简介与发展历程 (二)金星的成功秘诀分析 (三)金星啤酒未来动向分析 二、燕京惠泉啤酒 (一)公司简介与发展历程 (二)未来经营状况预测 三、广东珠江啤酒集团 (一)公司简介与发展历程 (二)经营情况 四、哈尔滨啤酒集团 (一)公司简介与发展历程 (二)哈啤的全国性品牌定位 五、深圳金威啤酒有限公司 (一)公司简介与发展历程 (三)金威啤酒未来动向 六、重庆啤酒(集团)有限责任公司 (一)公司简介与发展历程 (二)经营情况 (三)重庆啤酒前景预测 部分图表目录 图表：2006年我国制酒饮料业工业总产值增长情况 图表：2006年我国制酒饮料业产品销售收入增长情况 图表：2006年我国制酒饮料业利润总额增长情况 图表：2006年我国制酒饮料行业投资增长情况 图表：2005年我国啤酒制造业产销状况 图表：2006年我国各省市啤酒产量及增速情况 图表：2006年我国各月啤酒产量及增速情况 图表：2006年我国各省市啤酒销售收入及增长情况 图表：2006年我国各省市啤酒制造业累计利润总额 图表：2006年我国啤酒制造业投资情况 图表：2006年我国啤酒制造业累计工业总产值及增长情况 图表：2006年啤酒制造累计全部从业人员平均人数及增长情况 图表：2006年我国啤酒制造业亏损情况 图表：2006年我国啤酒制造业资产与负债情况 图表：2006年啤酒制造业产销情况 图表：2006年啤酒制造业累计产品销售、管理及财务费用 图表：2007年一季度各省啤酒产量及增速情况 图表：2007年一季度啤酒制造业工业总产值及企业数量状况 图表：2006年北京啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年北京啤酒制造业各项经济指标 图表：2006年天津啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年河北啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年山西啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年内蒙古啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年河南啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年河南啤酒制造业各项经济指标 图表：2006年湖北啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年湖北啤酒制造业各项经济指标 图表：2006年湖南啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年上海啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：2006年上海啤酒制造业主要经济指标 图表：2006年江苏啤酒制造业累计产量及增长情况 图表：200

6年江苏啤酒制造业主要经济指标图表：2006年浙江省啤酒制造业累计产量及增长情况图表
：2006年浙江啤酒制造业主要经济指标图表：2006年江西啤酒制造业累计产量及增长情况
图表：2006年安徽啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年山东啤酒制造业累计产量
及增长情况图表：2006年山东啤酒制造业主要经济指标图表：2006年福建啤酒制造业累计
产量及增长情况图表：2006年福建啤酒制造业主要经济指标图表：2006年广东啤酒制造业
累计产量及增长情况图表：2006年广东啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年广西
啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年海南啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2
006年四川啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年四川啤酒制造业主要经济指标图表
：2006年贵州啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年云南啤酒制造业累计产量及增
长情况图表：2006年重庆啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年重庆啤酒制造业主
要经济指标图表：2006年陕西啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年甘肃啤酒制造
业累计产量及增长情况图表：2006年新疆啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年辽
宁啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年辽宁啤酒制造业主要经济指标图表：2006
年吉林啤酒制造业累计产量及增长情况图表：2006年黑龙江啤酒制造业累计产量及增长情
况图表：2006年黑龙江啤酒制造业累计产量及增长情况图表：1997—2006年我国啤酒进出
口情况图表：2006年1月—2007年2月全国啤酒分月出口情况图表：2006年全国各省市啤酒
分季度出口量情况图表：2006—2007年全国各省市啤酒分季度出口额情况图表：啤酒消费
与收入水平的关系统计图表：城市居民每周饮用啤酒量图表：2006年中国啤酒品牌根据地
示意图图表：AB 1993-2005年华投资进程表图表：SAB 2001-2004年在华投资进程表图表
：2003-2005年嘉士伯在华投资进程表图表：2002-2005年英博在华投资进程表图表：2005
年中国十大啤酒品牌排行榜图表：2006年度青岛啤酒股份有限公司业绩指标图表：燕京啤
酒1980-2004产销量增长柱形图图表：燕京啤酒1982 - 2004销售收入增长柱形图图表：200
5-2006年燕京啤酒股份有限公司业绩指标图表：2006年燕京啤酒股份有限公司主营业务分
地区情况表图表：惠泉啤酒公司2006年度经营业绩指标图表：重庆啤酒(集团)有限责任公
司2006年度经营业绩指标

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2871228712.html>