

# 2011-2015年中国啤酒行业 深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国啤酒行业深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yanjiu1101/R818941A3T.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-01-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国啤酒行业深度调研与投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国啤酒产业市场运行环境、世界啤酒行业运行状况等，接着分析了中国啤酒产业运行的现状，然后介绍了中国啤酒行业市场竞争格局。随后，报告对中国啤酒行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国啤酒行业发展趋势与投资预测。您若想对啤酒产业有个系统的了解或者想投资啤酒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

啤酒是人类最古老的酒精饮料，是水和茶之后世界上消耗量排名第三的饮料。啤酒于二十世纪初传入中国，属外来酒种。在2009年，亚洲的啤酒产量约5867万升，首次超越欧洲，成为全球最大的啤酒生产地。

行业增速放缓，我国人均啤酒消费量已经与世界人均消费水平相当。但啤酒行业存在着地区发展不平衡的情况，我国与发达国家相比，人均消费量还有很大的提升空间。我国不同地区差异也较大，地区发展的不平衡为行业发展提供了空间。

## 第一章 2010年中国啤酒产业市场运行环境分析

### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 2010年中国啤酒行业政策环境分析

- 一、啤酒业国家产业政策支持
- 二、啤酒生产许可证审查细则
- 三、酒类广告管理办法
- 四、酒类流通管理办法

### 第三节 2010年中国啤酒行业社会环境分析

## 第二章 2010年世界啤酒行业运行状况分析

### 第一节 2010年世界啤酒产业运行概况

- 一、全球经济现状对啤酒业的影响分析

二、世界啤酒兼并与重组对中国的影响

三、全球啤酒制造业巨头抢进中国市场

第二节 2010年世界啤酒市场运行探析

一、世界啤酒生产量统计

二、世界品牌啤酒消费情况

三、啤酒消费量增长全球酒花紧缺

四、世界啤酒新产品市场运行分析

五、世界啤酒贸易动态分析

第三节 2010年世界主要地区及国家啤酒行业运营情况分析

一、欧洲

1、欧洲啤酒市场销售情况

2、啤酒价格波动及影响分析

二、美国啤酒

1、美国啤酒生产与消费

2、美国啤酒包装探讨

3、美国啤酒酿造商承受涨价压力

三、德国开发健康啤酒抢攻女性市场

四、其他

一、日本啤酒出货量分析

二、加拿大啤酒业发展状况

三、墨西哥啤酒的发展概况

四、香港啤酒商反对取消啤酒税

第四节 2011-2015年世界啤酒行业发展趋势分析

第三章 2010年中国啤酒产业运行形势透析

第一节 2010年中国啤酒制造业运行总况

一、中国啤酒业呼唤转变增长方式

二、中国啤酒业兼并与重组新格局呈现

三、中国啤酒业逆市扩张显生机

四、中国啤酒业装备制造使用现状

五、中国啤酒制造业与污水处理

第二节 近三年中国啤酒行业的利润分析

- 一、啤酒行业三种盈利模式
- 二、产能过剩使我国啤酒企业利润走低
- 三、制约啤酒市场利润提升的其他因素
- 四、提升啤酒企业利润的发展策略

### 第三节 2010年外资进入对中国啤酒企业应冲击

- 一、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较
- 二、中国啤酒企业面临的外资冲击
- 三、中国啤酒企业的突围措施
- 四、中国啤企的国际化道路发展对策

### 第四节 2010年中国啤酒行业存在的问题及其对策

- 一、中国啤酒业存在的十问题
- 二、我国啤酒业产品结构有待改善
- 三、中国啤酒业国际化战略探讨
- 四、啤酒业应当加速向果汁纯生方向发展

## 第四章 2008-2010年中国啤酒制造行业主要数据监测分析

### 第一节 2008-2010年中国啤酒制造行业总体数据分析

- 一、2008年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国啤酒制造行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2008-2010年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2008年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2009年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2010年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2008-2010年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2008年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2009年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2010年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 2008-2010年中国啤酒产量统计分析

### 第一节 2008-2009年全国啤酒产量分析

### 第二节 2010年1-5月全国及主要省份啤酒产量分析

### 第三节 2010年1-5月啤酒产量集中度分析

## 第六章 2010年中国啤酒市场消费形势分析

### 第一节 2010年中国啤酒市场现状综述

#### 一、我国啤酒市场平稳发展

#### 二、我国啤酒市场进入价格提升周期

### 第二节 2010年中国城市啤酒市场运行动态分析

#### 一、城市啤酒市场特点

#### 二、城市啤酒市场网络构成

#### 三、沿海及一线大城市啤酒消费市场有所萎缩

#### 四、燕京啤酒五大重点市场增长延续

#### 五、啤酒城市高效渠道模式的建立与发展

#### 六、城市社区啤酒市场开发策略

### 第三节 2010年中国农村啤酒市场运行态势分析

#### 一、农村啤酒市场特点

#### 二、国内农村啤酒市场潜力巨大

#### 三、啤酒拓展农村市场之五攻略

### 第四节 2010年中国中高档啤酒市场运行走势分析

#### 一、中高档啤酒成为啤酒市场利润引擎

#### 二、中高档啤酒终端市场秩序混乱

#### 三、中高档啤酒市场终端竞争带来的后果

#### 四、规范中高档啤酒终端市场的对策

## 第七章 2010年中国啤酒消费者与经销商运行模式分析

### 第一节 啤酒消费者分析

#### 一、啤酒消费者对产品的认知过程

#### 二、啤酒消费者的消费场所

#### 三、影响啤酒消费者消费选择的因素

#### 四、啤酒消费者的惯性消费

### 第二节 啤酒经销商分析

#### 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 2010年中国啤酒品牌及市场运营调查分析

### 第一节 2010年中国啤酒品牌发展分析

一、中国啤酒品牌发展剖析

二、中国区域啤酒品牌的发展

三、解析啤酒无品牌观念现象

四、中国啤酒品牌发展中的问题及策略

### 第二节 2010年中国啤酒行业营销分析

一、中国啤酒营销总体概况

二、中国啤酒文化营销分析

三、啤酒夜场营销分析

四、中国啤酒行业分众营销分析

五、中国啤酒品牌广告策略简析

### 第三节 2010年中国啤酒消费者分析

一、啤酒消费者对产品的认知过程

二、啤酒消费者的消费场所

三、影响啤酒消费者消费选择的因素

四、啤酒消费者的惯性消费

## 第九章 2010年中国啤酒制造行业区域格局分析

### 第一节 2010年华北地区啤酒制造行业分析

一、区域市场供需情况分析

二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

三、区域啤酒制造在全国的地位分析

四、发展前景预测

### 第二节 2010年东北地区啤酒制造行业分析

一、区域市场供需情况分析

二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

三、区域啤酒制造在全国的地位分析

#### 四、发展前景预测

#### 第三节 2010年华东地区啤酒制造行业分析

##### 一、区域市场供需情况分析

##### 二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

##### 三、区域啤酒制造在全国的地位分析

#### 四、发展前景预测

#### 第四节 2010年华中地区啤酒制造行业分析

##### 一、区域市场供需情况分析

##### 二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

##### 三、区域啤酒制造在全国的地位分析

#### 四、发展前景预测

#### 第五节 2010年华南地区啤酒制造行业分析

##### 一、区域市场供需情况分析

##### 二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

##### 三、区域啤酒制造在全国的地位分析

#### 四、发展前景预测

#### 第六节 2010年西北地区啤酒制造行业分析

##### 一、区域市场供需情况分析

##### 二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

##### 三、区域啤酒制造在全国的地位分析

#### 四、发展前景预测

#### 第七节 2010年西南地区啤酒制造行业分析

##### 一、区域市场供需情况分析

##### 二、区域内竞争企业数量及主要经济指标分析

##### 三、区域啤酒制造在全国的地位分析

#### 四、发展前景预测

### 第十章 2010年中国啤酒行业市场竞争格局分析

#### 第一节 2010年中国啤酒行业竞争现状分析

##### 一、啤酒行业步入理性竞争时代

##### 二、我国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析

##### 三、啤酒产业竞争大战正酣竞合大戏上演



#### 四、啤酒厂商竞争力的要素

##### 1、品牌塑造

##### 2、运作能力

#### 五、中国啤酒业寡头割据初定

#### 第二节 2010年速度管理提高啤酒企业竞争能力

##### 一、速度管理在啤酒企业运用的要点

##### 二、探讨啤酒企业的速度管理模式

#### 第三节 2010年中国啤酒产业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、生产企业的集中分布

#### 第四节 2011-2015年中国啤酒行业竞争趋势分析

### 第十一章 2010年国际啤酒巨头企业运营情况分析

#### 第一节 SABMILLER

##### 一、公司概况

##### 二、产品市场竞争力分析

##### 三、公司产品在华销售情况分析

##### 四、公司国际化发展战略

#### 第二节 英博啤酒集团

##### 一、公司概况

##### 二、产品市场竞争力分析

##### 三、公司产品在华销售情况分析

##### 四、公司国际化发展战略

#### 第三节 A-B公司 ( ANHEUSER -BUSCH )

##### 一、公司概况

##### 二、产品市场竞争力分析

##### 三、公司产品在华销售情况分析

##### 四、公司国际化发展战略

#### 第四节 喜力啤酒公司 ( HEINEKEN N.V. )

##### 一、公司概况

##### 二、产品市场竞争力分析

##### 三、公司产品在华销售情况分析

## 四、公司国际化发展战略

### 第十二章 2010年中国啤酒行业上市企业竞争力与关键性数据分析

#### 第一节 青岛啤酒

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

##### 七、公司产品定位高端，无需形成太多优势区域就可获取高额的利润

#### 第二节 燕京啤酒

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

##### 七、公司一直是实行“主+副品牌”(燕京+惠泉、漓泉、雪鹿)的发展战略

#### 第三节 重庆啤酒

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

##### 六、企业成长能力分析

#### 第四节 惠泉啤酒

##### 一、企业概况

##### 二、企业主要经济指标分析

##### 三、企业盈利能力分析

##### 四、企业偿债能力分析

##### 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第五节 兰州黄河

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第六节 啤酒花

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第七节 雪花啤酒

#### 一、企业概况

#### 二、企业动态分析

#### 三、品牌竞争力分析

#### 四、企业三大发展优势

## 第十三章 2011-2015年中国啤酒行业发展趋势与投资预测分析

### 第一节 2011-2015年中国啤酒行业发展前景分析

#### 一、未来我国啤酒业增长潜力地区

#### 二、2011-2015年中国啤酒行业预测分析

### 第二节 2011-2015年中国啤酒业细分产品发展前景及预测

#### 一、高度啤酒市场发展潜力巨大

#### 二、2011-2015年高端啤酒市场潜力无限

#### 三、功能啤酒开发前景看好

#### 四、风味啤酒具有广阔的发展空间

### 第三节 2011-2015年中国啤酒行业投资机会分析

#### 一、广东佛山啤酒市场掀起投资热潮

## 二、啤酒业投资机会来临

### 第四节2011-2015年中国啤酒行业投资风险分析

### 第五节 专家投资建议

#### 图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：青岛啤酒主要经济指标走势图

图表：青岛啤酒经营收入走势图

图表：青岛啤酒盈利指标走势图

图表：青岛啤酒负债情况图

图表：青岛啤酒负债指标走势图

图表：青岛啤酒运营能力指标走势图

图表：青岛啤酒成长能力指标走势图

图表：燕京啤酒主要经济指标走势图

图表：燕京啤酒经营收入走势图

图表：燕京啤酒盈利指标走势图

图表：燕京啤酒负债情况图

图表：燕京啤酒负债指标走势图

图表：燕京啤酒运营能力指标走势图

图表：燕京啤酒成长能力指标走势图

图表：重庆啤酒主要经济指标走势图

图表：重庆啤酒经营收入走势图

图表：重庆啤酒盈利指标走势图

图表：重庆啤酒负债情况图

图表：重庆啤酒负债指标走势图

图表：重庆啤酒运营能力指标走势图  
图表：重庆啤酒成长能力指标走势图  
图表：惠泉啤酒主要经济指标走势图  
图表：惠泉啤酒经营收入走势图  
图表：惠泉啤酒盈利指标走势图  
图表：惠泉啤酒负债情况图  
图表：惠泉啤酒负债指标走势图  
图表：惠泉啤酒运营能力指标走势图  
图表：惠泉啤酒成长能力指标走势图  
图表：兰州黄河主要经济指标走势图  
图表：兰州黄河经营收入走势图  
图表：兰州黄河盈利指标走势图  
图表：兰州黄河负债情况图  
图表：兰州黄河负债指标走势图  
图表：兰州黄河运营能力指标走势图  
图表：兰州黄河成长能力指标走势图  
图表：啤酒花主要经济指标走势图  
图表：啤酒花经营收入走势图  
图表：啤酒花盈利指标走势图  
图表：啤酒花负债情况图  
图表：啤酒花负债指标走势图  
图表：啤酒花运营能力指标走势图  
图表：啤酒花成长能力指标走势图  
图表：2011-2015年中国啤酒制造行业产能预测  
图表：2011-2015年中国啤酒制造行业消费量预测

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1101/R818941A3T.html>