

2007-2008年中国啤酒重点企业（含外资）状况及市场竞争研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2008年中国啤酒重点企业（含外资）状况及市场竞争研究报告》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.abaogao.com/b/pijiu/E17161ESAS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2007-2008年中国啤酒重点企业（含外资）状况及市场竞争研究报告 内容介绍：[/b]

我们目前国内的主要啤酒厂商，分别是青岛啤酒、华润雪花、燕京啤酒以及一些由地产强势品牌所组成的第二集团军如哈啤、珠啤、重啤、金威、河南金星等，外资主要是SAB参股了华润雪花雪花、AB参股了青啤、英博在东南形成了强势区域。

中国啤酒企业并购大势已去，新建工厂成为扩展的新趋势，但整体上是产能过剩。中国目前尚有500多家啤酒企业，其中年产量少于10万吨的小型企业占了60%，依靠地方政府的支持和近一两年行业的复苏，近几年这些企业淘汰速度不会太快，这些分散各地的区域型企业很可能再次成为外资各大巨头垂涎的对象，而内资啤酒企业更愿意选择新建。这些小企业因有等待时机被并购的想法，其为保住市场份额而战动机很强，局部地区竞争仍不可避免将会较激烈。国外资本巨鳄如英博、嘉士伯、喜力、纽卡斯特等第二次携巨资转土重来，国内中小啤酒企业战略纵深有限，品牌影响不大，营销资源匮乏，在激烈的市场竞争中越来越难生存下去，这将加速了企业的并购、停产，有利于行业集中度的提高。

中国啤酒发展环境及发展指标[/b]

第一节 1993-2006年我国啤酒供应量波动情况

第二节 目前我国各种酒的竞争状况分析

一、啤酒行业在制酒行业中的地位变化

1.2006-2007年白酒行业经济运行状况分析

2.2006-2007年啤酒行业经济运行状况分析

3.2006-2007年葡萄酒行业经济运行状况分析

4.2006-2007年黄酒行业经济运行状况分析

二、啤酒行业年度重要经济指标

三、啤酒行业总体财务分析

第三节 中国啤酒行业供需状况分析及预测[/b]

第一节 中国啤酒行业竞争状况分析[/b]

第一节 中国啤酒行业重点区域分析[/b]

第一节 中国啤酒行业系统风险分析[/b]

第一节 啤酒行业生命周期分析

一、近期走势产业基本走势评价

二、基于人均消费量的判断

三、行业周期阶段的判断

四、产业短、中、长期预测

第二节 啤酒行业稳定性分析及风险评估

一、啤酒行业供给能力增长性分析

二、啤酒行业成长的稳定性评价

[b]第十章 啤酒行业供给风险分析[/b]

第一节 啤酒行业生产要素变化机会和风险

一、产业原材料供应能力及价格变化影响评估

二、资本变化影响评估

三、人力技术资源变化影响评估

第二节 行业竞争风险

一、地方保护主义

二、行业存在不理性竞争

三、新产品的推出竞争风险

第三节 行业内企业的整合带来的机会与风险

一、未来竞争的主体是几大集团

二、啤酒市场产业整合

三、啤酒产品品牌整合

第四节 行业销售风险

一、五种营销模式优缺

二、营销模式发展趋势

[b]第十一章 中国主要啤酒厂商分析[/b]

第一节 目前国内啤酒主要厂商经营状况分析

一、管理的模式分析

二、品牌的模式分析

三、营销的模式分析

四、主要企业的综合评价

第二节 企业价值链的分析

一、啤酒行业的产业价值链分析

二、市场通路分析

1.消费者购买啤酒时主要考虑因素

2.消费者购买动机分析

3.饮用场合分布

4.渠道分布

5.各档次啤酒分布

三、消费者消费行为及厂商所能做工作分析

第三节 主要啤酒厂商（含外资）生产行为分析

一、啤酒主要企业产量利用情况

二、啤酒主要企业供应能力情况

第四节 主要啤酒厂商（含外资）市场行为分析

一、主要啤酒厂商营销策略分析

二、2002-2006年中国主要企业市场占有率

第五节 主要啤酒厂商啤酒价格和企业盈利状况分析

一、1995-2006年中国啤酒行业外资集团分析[/b]

第一节 中资集团

第二节 外资集团

一、全球竞争中啤酒集团

二、外资啤酒两次登陆我国市场

第三节 外资啤酒集团对市场的影响

一、外资啤酒带来资本、管理和技术

二、外资主导的啤酒市场竞争

[b]第十三章 啤酒行业需求风险分析[/b]

第一节 产业需求潜力分析

第二节 啤酒市场增长地区结构分析

第三节 啤酒替代性产业简析

[b]第十四章 啤酒行业财务风险分析[/b]

第一节 近几年行业成本费用情况

第二节 啤酒行业经济效益风险分析

第三节 啤酒行业资产安全风险分析

第四节 啤酒行业增值能力风险分析

[b]第十五章 啤酒行业机会与投资风险分析[/b]

第一节 投资风险建议

一、在产业整合中把握机会

二、不同省区的竞争风险不同

第二节 经营风险建议

- 一、城市和农村经营策略
- 二、注意不同地区的消费习惯
- 三、注意地方行政保护力量
- 四、业务整合任重道远
- 五、注意产品的性价比

[b]附表：[/b]

1993-2006年我国啤酒供应量波动情况 万吨

1995-2006年中国啤酒工业产量 万吨

1994-2006年中国啤酒产量和GDP的相关性

2003-2006年中国酒制造行业增长变化

2003-2006年我国白酒、啤酒、葡萄酒销售均价波动图

1992-2005年我国城镇居民全年购买酒总量上升

酒类上市企业实际所得税率

啤酒行业清洁生产技术要求具体指标汇总

啤酒企业技术要求指标达标测定

啤酒企业达标情况统计

2006年我国啤酒，白酒和葡萄酒行业盈利对比

2006年白酒行业经济运行状况表

2006年啤酒行业经济运行状况表

2006年葡萄酒行业经济运行状况表

2006年1-12月我国啤酒产量月度比较 单位：千升

2006年1-12月我国啤酒产值月度比较 单位：千升

2000-2006我国每吨啤酒收入和利润情况

2000-2006我国每吨啤酒利润情况

2006年啤酒行业成本费用增长情况

2006年中国啤酒市场占有率

1995-2006年中国啤酒行业及青岛啤酒吨酒价格

1995-2006年中国啤酒行业及青岛啤酒吨酒利润比较

2003-2006年中国啤酒行业销售收入及利润

2003-2006年啤酒行业净资产收益率及销售费用率

2003-2006年青岛、燕京和华润销售均价

2002-2006年青岛、燕京啤酒高档酒所占利润总额

2002-2006年青岛啤酒各类产品出厂价格

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/E17161ESAS.html>