

# 2007-2008年中国啤酒市场 调查与投资咨询研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2007-2008年中国啤酒市场调查与投资咨询研究报告》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/S57750JCOI.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[b]啤酒[/b]市场调查与投资咨询研究报告 内容介绍：[/b]

我国啤酒产量已连续4年保持世界第一，是世界上啤酒市场增长最快的地区之一。2006年我国啤酒产量为3515万千升，同比增长14.7%；全行业规模以上企业实现销售收入838.8亿元，同比增长16.37%，利润总额36.76亿元。目前中国啤酒行业概述

一、欧洲

二、美洲

三、亚洲

四、非洲

第二节 中国啤酒发展的主要因素分析

五、中国酒业存在的主要问题

六、中国酒业发展趋势分析

第四节 啤酒行业发展趋势分析

一、生产产量将进一步增长

二、啤酒行业整合进程进一步加快

三、企业体制向股份制发展

四、企业规模两极分化

五、由产能竞争转向效益竞争

六、市场竞争将更加激烈

七、产品趋向多样化

八、注重设备水平和原料质量

第五节 啤酒行业现存问题探讨

一、啤酒业共性问题研究

二、啤酒花产业的机遇、问题与对策

三、啤酒业竞争时代

四、国产啤酒机械发展现状及存在的问题

五、啤酒业原料问题

六、啤酒物流

七、啤酒业双重分销

八、中国啤酒品牌广告策略

九、啤酒行业弊病分析

## [b]第二章 啤酒关联产业分析[/b]

### 第一节 中国啤酒主要原料供应分析

- 一、麦芽的需求与供给分析
- 二、国内啤麦生产及发展状况
- 三、啤麦竞争乏力的原因分析
- 五、啤酒花行业发展形势

### 第二节 中国啤酒包装发展前景分析

- 一、美国高档啤酒概述
- 二、中国高档啤酒发展策略分析

## [b]第八章 六大区域啤酒产业概况[/b]

### 第一节 华东地区啤酒产业

- 一、华东地区啤酒市场综述及市场潜力预测
- 二、华东各省市2001-2006年产量变化分析

### 第二节 中南地区啤酒产业

- 一、中南地区啤酒市场综述及市场潜力预测
- 二、中南各省市2001-2006年产量变化分析

### 第三节 东北地区啤酒产业

- 一、东北地区啤酒市场综述及市场潜力预测
- 二、东北各省2001-2006年产量变化分析

### 第四节 华北地区啤酒产业

- 一、华北地区啤酒市场综述及市场潜力预测
- 二、华北各省(市、区)2001-2006年产量变化分析

### 第五节 西南地区啤酒产业

- 一、西南地区啤酒市场综述及市场潜力预测
- 二、西南各省区2001-2006年啤酒产量变化分析

### 第六节 西北地区啤酒产业

- 一、西北地区啤酒市场综述及市场潜力预测
- 二、西北各省区2001-2005年啤酒产量变化分析

## [b]第九章 重点地区啤酒市场分析[/b]

### 第一节 广东省啤酒市场分析

- 一、广东省啤酒市场概述
- 二、2004-2006年广东省啤酒行业运行情况分析

- 三、广州市啤酒消费者研究
- 四、深圳市啤酒消费者研究
- 五、2004-2006年广东省啤酒生产企业经营概况
- 六、2004-2006年广东省啤酒进出口情况
- 第二节 山东省啤酒市场分析
  - 一、山东省啤酒市场概述
  - 二、2004-2006年山东省啤酒行业运行情况分析
  - 三、2004-2006年山东省啤酒生产企业经营概况
  - 四、2004-2006年山东省啤酒出口情况
- 第三节 北京市啤酒市场分析
  - 一、2006年京城啤酒大战将更激烈
  - 二、2004-2006年北京市啤酒行业运行情况分析
  - 三、北京市啤酒消费者分析
  - 四、2004-2006年北京市主要啤酒生产企业经营概况
- 第四节 上海市啤酒市场分析
  - 一、上海市啤酒市场概述
  - 二、2004-2006年上海市啤酒行业运行情况分析
  - 三、上海市啤酒消费者研究
  - 四、2004-2006年上海市啤酒生产企业经营概况
- 第五节 江苏省啤酒市场分析
  - 一、2004-2006年江苏省啤酒行业运行情况分析
  - 二、南京市啤酒消费者分析
  - 三、2004-2006年江苏省啤酒生产企业经营概况
- 第六节 安徽省啤酒市场分析
  - 一、安徽省啤酒市场概述
  - 二、2004-2006年安徽省啤酒行业运行情况分析
  - 三、2004-2006年安徽省啤酒生产企业经营概况
- 第七节 四川省啤酒市场分析
  - 一、2004-2006年四川省啤酒行业运行情况分析
  - 二、成都市啤酒消费者分析
  - 三、2004-2006年四川省啤酒生产企业经营概况
- 第八节 重庆市啤酒市场分析

- 一、2004-2006年重庆市啤酒行业运行情况分析
- 二、重庆市啤酒消费者分析
- 三、2004-2005年重庆市啤酒生产企业经营概况

#### 第九节 陕西省啤酒市场分析

- 一、陕西省啤酒市场概述
- 二、2004-2006年陕西省啤酒行业运行情况分析
- 三、西安市啤酒消费者分析
- 四、2004-2005年陕西省啤酒生产企业经营概况

#### 第十节 辽宁啤酒市场分析

- 一、2004-2006年辽宁省啤酒行业运行情况分析
- 二、沈阳市啤酒消费者研究
- 三、大连市啤酒市场分析
- 四、2004-2005年辽宁省啤酒生产企业经营概况

### [b]第十章 中国主要啤酒企业分析[/b]

#### 第一节 青岛啤酒集团

- 一、青岛啤酒基本情况
- 二、青岛啤酒发展历程
- 三、青岛啤酒资本运作分析
- 四、2004-2005年青岛啤酒经营情况分析
- 五、2002-2006年青岛啤酒财务情况
- 六、青岛啤酒成功经验分析及未来发展战略
- 七、青岛啤酒集团SWOT分析

#### 第二节 燕京啤酒集团

- 一、燕京啤酒基本情况
- 二、燕京啤酒发展历程
- 三、燕京啤酒子公司分析
- 四、燕京啤酒的扩张
- 五、2002-2006年燕京啤酒经营状况分析

#### 六 惠泉啤酒股份有限公司

- 七、燕京啤酒集团SWOT分析

#### 第三节 华润雪花啤酒公司

- 一、华润啤酒基本情况

- 二、华润啤酒的技术状况分析
- 三、华润啤酒的扩张情况分析
- 四、华润啤酒的市场运作分析
- 五、华润啤酒核心竞争力分析
- 六、2003-2005年华润啤酒主要子公司产量

#### 第四节 珠江啤酒集团

- 一、珠江啤酒公司简介
- 二、2003-2005年珠江啤酒主要子公司产量
- 三、珠江啤酒联手英博集团
- 四、珠啤成功因素分析

#### 第五节 金星啤酒集团有限公司

- 一、公司的基本情况
- 二、金星的市场策略
- 三、金星的扩张之路
- 四、2003-2005年金星啤酒子公司产量
- 五、公司的发展战略

#### 第六节 哈尔滨啤酒集团

- 一、哈尔滨啤酒概况
- 二、哈啤集团发展历程
- 三、公司的主要投资情况
- 四、哈啤的市场策略分析

#### 第七节 重庆啤酒股份有限公司

- 一、重庆啤酒概况
- 二、重庆啤酒的经营范围
- 三、重庆啤酒经营情况分析

#### 第八节 百威（武汉）国际啤酒有限公司

- 一、百威（武汉）国际啤酒有限公司概况
- 二、2003-2005年经营概况

#### 第九节 金威啤酒有限公司

- 一、金威啤酒公司的基本情况
- 二、金威公司经营情况
- 三、2003-2005年金威主要生产厂家产量

## [b]第十一章 啤酒营销策略分析[/b]

### 第一节 中国啤酒实操营销策略探析

一、价格策略

二、回款策略

三、促销策略

四、返利策略

五、传播策略

六、发展策略

七、服务策略

八、信息策略

九、营销行为与观念分析

### 第二节 中国啤酒营销模式分析

一、目前啤酒营销的重要模式

二、啤酒营销的发展趋势

三、深度分销问题

### 第三节 开拓城市市场的策略

一、城市啤酒市场特点

二、城市市场的网络结构

三、开拓城市餐饮、娱乐等啤酒市场

四、案例分析

### 第四节 农村啤酒市场营销策略分析

一、产品策略

二、广告策略

三、价格策略

四、渠道策略

### 第五节 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

## [b]第十二章 啤酒行业相关政策分析[/b]

### 第一节 破除地方保护主义的政策分析

一、反封锁的斗争



## 二、破除封锁的方式

### 第二节 定额用水的影响分析

### 第三节 《酒类流通管理办法》颁布实施

### 第四节 酿酒行业政策分析

## [b]第十三章 啤酒产业投资创新建议[/b]

### 第一节 产品创新

#### 一、产生的原因

#### 二、当前现状

#### 三、可行性分析

### 第二节 管理创新建议

#### 一、管理现状

#### 二、管理创新策略

### 第三节 生产技术创新

#### 一、世界新生产技术的借鉴

#### 二、啤酒生产的纯生化管理

#### 三、啤酒生产应用酶制剂研究

## [b]第十四章 中国啤酒的国际化分析[/b]

### 第一节 跨国经营的必要性

#### 一、中国啤酒业跨国经营的优势

#### 二、中国啤酒行业跨国经营的劣势

#### 三、中国啤酒行业走跨国经营的必要性

### 第二节 中国啤酒国际化战略建议

#### 一、中国啤酒国际化的背景

#### 二、原料策略

#### 三、兼并与收购战略

#### 四、人才战略

#### 五、市场细分策略

#### 六、国际市场开发策略建议

### 第三节 中国啤酒国际化战略案例分析

#### 一、啤酒行业整合趋势分析

#### 二、华南啤酒市场呈现三大趋势

#### 三、华宝信托外资啤酒并购案

四、跨国并购与中国啤酒行业福利效应的实证分析

五、华润雪花并购案例

六、青啤海外代理机制

附录一、“规模以上企业”的具体范围

附录二、2005年啤酒制造行业销售收入前五十位企业基本指标

图表目录

图表 1 1997—2002年东欧啤酒市场规模

图表 2 2001年东欧啤酒市场份额

图表 3 1995与1999年亚洲部分地区啤酒人均消费对比

图表 4 1949-2006年中国啤酒产量变化图

图表 5 1999~2005年中国啤酒业销售收入表

图表 6 1999~2006年中国啤酒行业利润变化表

图表 7 1999~2006年中国啤酒销售费用情况

图表 8 中外啤酒业技术水平比较

图表 9 2005-2006年中国三大酒类销售收入-成本对比图

图表 10 中国三大酒类2003—2006年毛利率对比分析

图表 11 2005-2006年中国三大酒业资产-负债对比图

图表 12 2002-2004年三大酒类人均消费量变化图

图表 13 入世后酒业的关税变化

图表 14 2000-2004年葡萄酒进出口量值图

图表 15 2001-2006年中国啤酒企业数量变化图

图表 16 2001-2006年中国啤酒产量变化图

图表 17 2001-2006年中国啤酒行业销售收入变化图

图表 18 2001-2006年中国啤酒行业利润总额变化图

图表 19 2001-2006年中国啤酒行业利润率变化图

图表 20 2005年中国啤酒月度产量变化图

图表 21 2005年中国各省(市、自治区)啤酒产量一览表

图表 22 2004-2006年各省(市、自治区)啤酒销售收入统计表

图表 23 2004年各省(市、自治区)啤酒利润总额统计表

图表 24 2005年各省(市、自治区)啤酒利润总额统计表

图表 25 2006年各省(市、自治区)啤酒利润总额统计表

图表 26 2004年啤酒制造业销售收入前十家企业运行情况

图表 27 2005年啤酒制造业销售收入前十家企业运行情况

图表 28 2006年啤酒制造业销售收入前十家企业运行情况

图表 29 2006-2008年中国啤酒产量预测计算数据表

图表 30 2006-2008年中国啤酒产量预测

图表 31 2001-2006年啤酒进出口数量、金额、均价变化表

图表 32 2001-2006年啤酒贸易顺差变化表

图表 33 2001-2006年中国啤酒(啤酒进口数据)进口情况表

图表 34 2001-2006年中国啤酒(啤酒进口数据)进口数量变化图

图表 35 2001-2006年中国啤酒(啤酒进口数据)进口金额变化图

图表 36 2001-2006年中国啤酒(啤酒进口数据)进口均价变化图

图表 37 2005年中国进口啤酒来源统计表

图表 38 2006年中国进口啤酒主要来源统计表

图表 39 2005年中国进口啤酒主要来源数量、金额比例图

图表 40 2005年各省市进口啤酒统计表

图表 41 2005年主要省市进口啤酒数量、金额比例图

图表 42 2001-2006年中国啤酒(啤酒出口数据)出口情况分析

图表 43 2001-2006年中国啤酒(啤酒出口数据)出口数量变化图

图表 44 2001-2005年中国啤酒(啤酒出口数据)出口金额变化图

图表 45 2001-2006年中国啤酒(啤酒出口数据)出口均价变化图

图表 46 2005年中国啤酒(啤酒出口数据)出口国家/地区统计表

图表 47 2006年中国啤酒主要(啤酒主要出口数据)出口国家/地区统计表

图表 48 2005年中国啤酒(啤酒出口数据)出口主要国家/地区数量、金额比例图

图表 49 2005年各省市啤酒出口统计表

图表 50 2005年主要省市啤酒出口数量、金额比例图

图表 51 中国十大城市不同收入水平消费者啤酒饮用频率表：

图表 52 中国十大城市不同收入水平消费者啤酒包装偏好表：

图表 53 中国十大城市各年龄段消费者啤酒饮用频率表：

图表 54 中国十大城市各年龄段消费者啤酒包装形式偏好分析表

图表 55 中国十大城市啤酒食用频率对比表

图表 56 中国十大城市啤酒食用场合对比表

图表 57 中国十大城市啤酒消费者最常饮用品牌比例列表

图表 58 中国十大城市啤酒消费者价格影响度对比图

图表 59 中国十大城市啤酒消费者品牌影响度对比图

图表 60 中国十大城市啤酒消费者包装影响度对比图

图表 61 2002年中国啤酒名牌产品公示名单

图表 62 中国各档次啤酒的划分标准

图表 63 2005年中国啤酒(啤酒市场分析)市场各档次比例图

图表 64 美国不同档次啤酒产品档次分布图

图表 65 美国不同档次啤酒产品结构发展趋势预测图

图表 66 2000-2005年中国人均GDP变化趋势图

图表 67 2000-2004年中国人均啤酒消费量变化趋势图

图表 68 十大城市啤酒消费者购买因素对比图

图表 69 中国不同档次啤酒产品结构发展趋势预测图

图表 70 2004年华东区啤酒市场综合数据表

图表 71 2001—2006年中国华东地区各省市啤酒产量情况一览表

图表 72 2001—2006年中国华东地区各省市啤酒产量增长情况趋势图

图表 73 2004年华东区啤酒市场综合数据表

图表 74 2001—2006年中国中南地区各省市啤酒产量一览表

图表 75 2001—2006年中国中南地区各省市啤酒产量增长情况趋势图

图表 76 2004年东北区啤酒市场综合数据表

图表 77 2001—2005年中国东北地区各省啤酒产量一览表

图表 78 2001—2005年中国东北地区各省啤酒产量增长趋势图

图表 79 2004年东北区啤酒市场综合数据表

图表 80 2001—2006年华北地区各省啤酒产量一览表

图表 81 2001—2006年华北地区各省啤酒产量变化情况趋势图

图表 82 2004年西南区啤酒市场综合数据表

图表 83 2001—2006年中国西南地区各省市啤酒产量一览表

图表 84 2001—2006年中国西南地区各省市啤酒产量增长趋势图

图表 85 2004年西北区啤酒市场综合数据表

图表 86 2001—2005年中国西北各省市啤酒产量情况一览表

图表 87 2001—2005年中国西北各省市啤酒产量增长趋势图

图表 88 2004-2006年广东省啤酒行业运行情况一览表

图表 89 广州消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 90 广州消费者选择啤酒的标准

图表 91 广州消费者最常使用的品牌

图表 92 广州不同年龄段消费者的口味偏好

图表 93 广州不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 94 广州不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 95 广州不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 96 广州不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 97 广州不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 98 广州重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 99 广州重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 100 广州重度消费者选择啤酒的标准

图表 101 深圳消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 102 深圳消费者选择啤酒的标准

图表 103 深圳消费者最常使用的品牌

图表 104 深圳不同年龄段消费者的口味偏好

图表 105 深圳不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 106 深圳不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 107 深圳不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 108 深圳不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 109 深圳不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 110 深圳州重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 111 深圳重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 112 深圳重度消费者选择啤酒的标准

图表 113 2004-2006广东省主要啤酒生产企业产量

图表 114 2004-2006广东省主要啤酒生产企业经营状况

图表 115 广东省其他啤酒生产企业一览表

图表 116 2004年广东省啤酒出口地区汇总表

图表 117 2005年广东省啤酒出口地区汇总表

图表 118 2006年广东省啤酒出口主要地区汇总表

图表 119 2004-2006年山东省啤酒行业运行情况一览表

图表 120 2004-2006年山东省主要啤酒生产企业基本情况统计表

图表 121 山东省其他啤酒生产企业一览表

图表 122 2004年山东省啤酒出口主要国家情况

图表 123 2005-2006年山东省啤酒出口主要国家情况

图表 124 2004-2006年北京市啤酒行业运行情况一览表

图表 125 北京消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 126 北京不同年龄段消费者的口味偏好

图表 127 北京不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 128 北京消费者选择啤酒的标准

图表 129 北京消费者最常使用的品牌

图表 130 北京不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 131 北京不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 132 北京不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 133 北京不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 134 北京重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 135 北京重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 136 北京重度消费者选择啤酒的标准

图表 137 2004-2006北京市主要啤酒生产企业基本情况统计表

图表 138 2004-2006年上海市啤酒行业运行情况一览表

图表 139 上海消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 140 上海消费者选择啤酒的标准

图表 141 上海消费者最常使用的品牌

图表 142 上海不同年龄段消费者的口味偏好

图表 143 上海不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 144 上海不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 145 上海不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 146 上海不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 147 上海不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 148 上海重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 149 上海重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 150 上海重度消费者选择啤酒的标准

图表 151 2004-2006年上海市啤酒生产企业基本情况统计表

图表 152 2004-2006年江苏省啤酒行业运行情况一览表

图表 153 南京消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 154 南京不同年龄段消费者的口味偏好

图表 155 南京不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 156 南京消费者选择啤酒的标准

图表 157 南京消费者最常使用的品牌

图表 158 南京不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 159 南京不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 160 南京不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 161 南京不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 162 南京市重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 163 南京重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 164 南京重度消费者选择啤酒的标准

图表 165 2004-2006年山东省主要啤酒生产企业基本情况统计表

图表 166 2004-2006年安徽省啤酒行业运行情况一览表

图表 167 2004-2006年安徽省主要啤酒生产企业基本情况统计表

图表 168 安徽省其他啤酒生产企业一览表

图表 169 2004-2006年四川省啤酒行业运行情况一览表

图表 170 成都消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 171 成都消费者选择啤酒的标准

图表 172 成都消费者最常使用的品牌

图表 173 成都不同年龄段消费者的口味偏好

图表 174 成都不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 175 成都不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 176 成都不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 177 成都不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 178 成都不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 179 成都市重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 180 成都重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 181 成都重度消费者选择啤酒的标准

图表 182 2004-2006年四川省主要啤酒生产企业基本情况统计表

图表 183 四川省其他啤酒生产企业一览表

图表 184 2004-2006年重庆市啤酒行业运行情况一览表

图表 185 重庆消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 186 重庆不同年龄段消费者的口味偏好

图表 187 重庆不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 188 重庆消费者选择啤酒的标准

图表 189 重庆消费者最常使用的品牌

图表 190 重庆不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 191 重庆不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 192 重庆不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 193 重庆不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 194 重庆市重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 195 重庆都重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 196 重庆重度消费者选择啤酒的标准

图表 197 2004-2005年重庆市啤酒生产企业基本情况统计表

图表 198 2004-2006年陕西啤酒行业运行情况一览表

图表 199 西安消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 200 西安消费者选择啤酒的标准

图表 201 西安消费者最常使用的品牌

图表 202 西安不同年龄段消费者的口味偏好

图表 203 西安不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 204 西安不同年龄段消费者最常选择的包装形式

图表 205 西安不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 206 西安不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 207 西安不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 208 西安市重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 209 西安重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 210 西安重度消费者选择啤酒的标准

图表 211 2004-2005年陕西省主要啤酒企业基本情况统计表

图表 212 2004-2006年辽宁省啤酒行业运行情况一览表

图表 213 沈阳消费者最近三个月内饮用频率分布图

图表 214 沈阳不同年龄段消费者的口味偏好

图表 215 沈阳不同收入水平消费者最喜欢的啤酒口味

图表 216 沈阳消费者选择啤酒的标准

图表 217 沈阳消费者最常使用的品牌

图表 218 沈阳不同年龄段消费者最常选择的包装形式



图表 219 沈阳不同收入水平消费者最常选择的包装形式

图表 220 沈阳不同年龄段啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 221 沈阳不同收入水平啤酒消费者最主要的饮用场合

图表 222 沈阳市重度消费者不同年龄段的分布情况

图表 223 沈阳重度消费者不同收入水平的分布情况

图表 224 沈阳重度消费者选择啤酒的标准

图表 225 2004-2005年辽宁省主要啤酒生产企业基本情况统计表

图表 226 辽宁省其他啤酒生产企业一览表

图表 227 1999-2006青岛啤酒产量变化图

图表 228 2004-青岛啤酒子公司一览表

图表 229 青岛啤酒主要子公司经营指标统计表

图表 230 青岛啤酒2004-2005年主营业务分地区情况表

图表 231 青岛啤酒（600600）2002-2005年资产负债表

图表 232 青岛啤酒（600600）2006年资产负债表

图表 233 青岛啤酒（600600）2002年-2005年利润表

图表 234 青岛啤酒（600600）2005-2006年经营业绩

图表 235 1998-2006年燕京啤酒产量变化图

图表 236 燕京啤酒2003年盈利最多的三家子公司基本情况

图表 237 燕京啤酒2004年盈利最多的三家子公司基本情况

图表 238 近年燕京收购兼并的啤酒企业

图表 239 燕京啤酒集团2003年在各地市场占有情况

图表 240 燕京啤酒2002-2005资产负债表

图表 241 燕京啤酒2002-2005三季度利润表

图表 242 2004-2005年燕京啤酒销售收入利润率等经营情况一览表

图表 243 2005年上半年燕京啤酒主要地区地区销售收入情况一览表

图表 244 惠泉啤酒2004年利润总额及构成

图表 245 2002-2005年惠泉啤酒主要会计数据和财务指标摘要

图表 246 华润啤酒主要子公司2003-2005年产量统计表

图表 247 珠江啤酒主要子公司2003-2005年产量统计表

图表 248 金星啤酒主要子公司2003-2005年产量统计表

图表 249 哈尔滨啤酒主要投资情况表

图表 250 重庆啤酒长期股权投资明戏表

图表 251 重庆啤酒2002-2005年主要会计数据和财务指标

图表 252 2003-2005年百威啤酒基本指标统计表

图表 253 2003-2005年金威啤酒主要生产厂家产量

图表 254 2005年啤酒制造行业销售收入前五十位企业基本  
指标一览表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/S57750JCOI.html>