

2007年中国啤酒市场调查报告

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年中国啤酒市场调查报告》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/X05043J6X5.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年中国[b]啤酒[/b]市场调查报告 内容介绍：[/b]

[b]第一部分 行业篇[/b]

[b]第一章 中国啤酒发展历程

二、中国啤酒市场分析

一、欧洲

二、非洲

三、亚洲

四、北美和南美洲

五、太平洋地区

第二节 2006年世界啤酒品牌进军中国市场状况分析

一、安海斯—布斯联姻青啤

二、南非SAB集团假手华润啤酒

三、英特布鲁以资本借珠啤登陆

四、英特布鲁收购浙江 " 开开 "

五、英日啤酒虎视眈眈不甘落后

六、苏格兰纽卡斯尔啤酒集团在中国的扩张

七、蓝剑结盟世界第五大啤酒厂

八、SAB入主哈啤

[b]第三章 啤酒关联产业分析[/b]

第一节 中国酒业分析

一、中国酒业发展的主要因素分析

三、中国酒业发展预测

四、中国酒业发展趋势分析

五、我国酒业存在的主要问题

第二节 中国啤酒主要原料行业竞争分析[/b]

第一节 中国啤酒竞争形式分析

一、价格竞争

三、品牌竞争

四、广告竞争

第二节 中国啤酒竞争特点分析

一、中国啤酒业仍处于成长期

二、中国啤酒行业并购分析

一、行业并购现状分析

二、并购成功因素分析

三、行业并购前景

第四节 我国啤酒行业三个梯队

二、二线品牌加速扩张

三、上市公司业绩增长

四、品质和渠道决定未来业绩

五、2003年洋啤竞争策略转变

六、区域性争夺战升级

七、啤酒厂业外淘金

[b]第四部分 企业篇[/b]

[b]第八章 中国啤酒领先企业分析[/b]

第一节 青岛啤酒集团

一、公司基本情况

二、青岛啤酒发展历程

三、青岛啤酒的产品系列

四、青岛啤酒的资本运作分析

五、青岛啤酒扩张的主要经验

六、青岛啤酒品牌运作分析

七、青啤2005-2006年经营状况分析

八、青啤成功经验分析及未来发展战略

第二节 燕京啤酒集团

一、公司发展历程

二、燕京啤酒的资本运作分析

三、燕京啤酒的品牌战略分析

四、燕京啤酒2005-2006年经营状况分析

第三节 华润啤酒集团

一、发展历程与现状

二、华润啤酒的技术状况分析

三、华润的资本运作分析

四、华润啤酒的品牌运作分析

五、华润啤酒的核心竞争力分析

第四节 广东珠江啤酒集团

一、企业发展历程

二、珠江啤酒资本运作分析

三、珠江啤酒上市分析

四、2005-2006年经营状况分析

五、珠啤成功因素分析

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、企业发展历程

二、上市分析

三、2005-2006年经营状况分析

四、发展动态分析

第六节 重庆啤酒集团

一、企业发展历程

二、2005-2006年经营状况分析

三、上市分析

四、动态分析

第七节 福建省惠泉啤酒集团股份有限公司

一、企业发展历程

二、2005-2006年经营状况分析

三、上市分析

四、惠泉啤酒SWOT分析

五、发展动态分析

[b]第五部分策略篇[/b]

[b]第九章 中国啤酒行业发展趋势分析[/b]

第一节 加入WTO对中国啤酒业的影响

一、有利影响

二、不利影响

三、中国啤酒业如何应对WTO的挑战

第二节 中国啤酒行业发展趋势分析

一、2007—2010年中国啤酒(啤酒市场分析)市场预测

- 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、独创 " 中国模式 " 行业格局
- 五.生产能力过剩，不比能力比效益
- 六、市场竞争将更加激烈
- 七、新技术将得到应用和推广，产品向多样化方向发展
- 八.注重装备和质量

[b]第十章 中国啤酒营销策略分析[/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、中国啤酒企业营销行为与观念分析

第二节 中国啤酒营销渠道分析

- 一、营销网络构建
- 二、营销网络存在的问题
- 三、制造企业和经销商之间的矛盾
- 四、啤酒经销商代理制与多渠道分销问题
- 五、深度分销问题

第三节 农村啤酒市场营销策略分析

- 一、产品策略
- 二、广告略
- 三、价格策略
- 四、渠道策略

第四节 中小啤酒企业的营销出路

- 一、中小啤酒企业面临的问题
- 二、中小啤酒企业的出路

三、中小啤酒企业市场竞争策略

四、2006年中小啤酒企业发展研讨会

第五节 案例分析

一、 " 三得利啤酒 " 上海成功上市分析

二、 " 零点啤酒 " 差异化营销

三、百威啤酒的广告策略

四、金太阳啤酒低成本营销

[b]第十一章 啤酒产业投资创新建议[/b]

第一节 产品创新：保健啤酒

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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pijiu/X05043J6X5.html>