

# 2007-2008年中国啤酒行业 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2007-2008年中国啤酒行业研究发展分析报告》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.cction.com/report/200806/1477.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 第一章、啤酒行业相关概述

#### 第一节、啤酒行业基本知识简介

一、啤酒的定义

二、啤酒的分类

三、饮用啤酒须知

四、啤酒生产流程

五、啤酒工业应用酶制剂简介

#### 第二节、啤酒工业与废水

一、啤酒工业废水污染源探究

二、啤酒工业废水的特征分析

三、啤酒工业废水污染强度分析

四、啤酒工业废水处理方法介绍

#### 第三节、啤酒工业清洁生产技术

一、啤酒清洁生产简述

二、清洁生产技术五要求

三、清洁生产技术的基本方法

### 第二章、世界啤酒行业发展分析

#### 第一节、世界啤酒发展概述

一、世界啤酒发展简史

二、世界名牌啤酒简介

三、世界啤酒行业发展特点

四、世界十大啤酒企业

#### 第二节、欧洲啤酒行业发展分析

一、欧洲啤酒业简况

二、德国啤酒

三、比利时啤酒

四、荷兰啤酒

#### 第三节、美洲啤酒行业发展分析

一、美国啤酒

二、墨西哥啤酒

### 三、巴西啤酒

#### 第四节、亚洲啤酒行业发展分析

##### 一、日本啤酒

##### 二、印度啤酒

##### 三、香港啤酒

### 第三章、中国啤酒行业发展分析

#### 第一节、中国啤酒业发展历程

##### 一、中国啤酒发展简史

##### 二、新中国的啤酒工业发展总况

##### 三、中国啤酒产业周期阶段分析

#### 第二节、中国啤酒行业发展状况分析

##### 一、中国啤酒行业发展的特点

##### 二、中国啤酒业经济特征分析

##### 三、2005年度中国啤酒工业分析

##### 四、外资对我国啤酒工业发展的作用分析

#### 第三节、中国啤酒业的并购分析

##### 一、中国啤酒业的并购概况

##### 二、啤酒业在资本并购中的变化情况

##### 三、啤酒业在资本并购中未变化的情况

#### 第四节、2004-2006年啤酒产量数据分析

##### 一、2004年啤酒产量分析

##### 二、2005年啤酒产量分析

##### 三、2006年啤酒产量分析

#### 第五节、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、中国啤酒对外扩张存在的问题

##### 三、中国啤酒业国际化战略探讨

##### 四、应对外资弊端的策略

### 第四章、中国啤酒制造行业工业统计数据分析

#### 第一节、2004-2006年中国啤酒制造全部企业工业统计数据分析

- 一、2004年1-12月中国啤酒制造全部企业工业统计数据分
- 二、2005年1-12月中国啤酒制造全部企业工业统计数据分
- 三、2006年1-12月中国啤酒制造全部企业工业统计数据分
- 第二节、2005-2006年中国不同所有制啤酒制造企业工业统计数据分
- 一、2005年1-12月中国不同所有制啤酒企业工业统计数据分
- 二、2006年1-12月中国不同所有制啤酒企业工业统计数据分
- 第三节、2005-2006年中国不同规模啤酒制造企业工业统计数据分
- 一、2005年1-12月中国不同规模啤酒企业工业统计数据分
- 二、2006年1-12月中国不同规模啤酒企业工业统计数据分
- 第四节、中国啤酒销售收入前十家企业数据分析
- 一、2005年1-12月中国啤酒销售收入前十家企业
- 二、2006年1-12月中国啤酒销售收入前十家企业

## 第五章、中国啤酒市场分析

### 第一节、浅析我国啤酒市场和经济增长切入点

- 一、中国啤酒消费市场与啤酒企业分析
- 二、啤酒业格局与啤酒行业资产重组分析
- 三、中国啤酒业经济增长点与结构调整分析

### 第二节、城市啤酒市场分析

- 一、城市啤酒市场四特点
- 二、城市啤酒市场网络构成
- 三、啤酒企业开拓城市超市市场策略
- 四、啤酒企业开拓城市社区市场策略

### 第三节、农村啤酒市场分析

- 一、农村啤酒市场四特点
- 二、农村啤酒市场潜力大但尚未普及
- 三、发展农村啤酒市场的策略

### 第四节、中高档啤酒市场分析

- 一、中高档啤酒市场竞争日趋激烈
- 二、城市中高档啤酒市场分析
- 三、中高档啤酒市场恶性竞争带来的后果
- 四、应对中高档啤酒终端不良现状的对策

## 第五节、麦芽酿造的啤酒进出口数据分析

一、2001-2006年麦芽酿造的啤酒进出口总体数据分析

二、2005-2006年麦芽酿造的啤酒主要省市进出口数据分析

三、2005-2006年麦芽酿造的啤酒进出口主要国家数据分析

## 第六章、中国啤酒区域市场分析

### 第一节、华北地区啤酒市场分析

一、华北啤酒市场

二、北京啤酒市场

三、天津啤酒市场

四、河北啤酒市场

五、山西啤酒市场

六、内蒙古啤酒市场

### 第二节、东北地区啤酒市场分析

一、东北啤酒市场

二、辽宁啤酒市场

三、吉林啤酒市场

四、黑龙江啤酒市场

### 第三节、华东地区啤酒市场分析

一、上海啤酒市场

二、江苏啤酒市场

三、安徽啤酒市场

四、山东啤酒市场

五、福建啤酒市场

### 第四节、中南地区啤酒市场分析

一、湖北啤酒市场

二、河南啤酒市场

三、广东啤酒市场

四、广西啤酒市场

### 第五节、西南地区啤酒市场分析

一、西南啤酒市场

二、四川啤酒市场

### 三、云南啤酒市场

## 第七章、中国啤酒品牌发展分析

### 第一节、中国啤酒品牌发展剖析

#### 一、中国啤酒品牌发展阶段划分及特征分析

#### 二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析

#### 三、中国啤酒品牌演变规律

#### 四、中国啤酒品牌发展趋势

### 第二节、解析啤酒无品牌观念现象

#### 一、无品牌观念产生原因

#### 二、无品牌观念带来的后果

#### 三、树立品牌观念的意义分析

#### 四、树立品牌的要点分析

### 第三节、中国啤酒品牌发展中的问题及其策略

#### 一、中国啤酒品牌的传播误区

#### 二、啤酒品牌发展和推广策略

#### 三、做好啤酒品牌的五大策略

#### 四、地方啤酒品牌发展策略

## 第八章、中国啤酒行业营销分析

### 第一节、中国啤酒营销总体概况

#### 一、中国啤酒营销五大模式

#### 二、我国啤酒行业营销的中国特色

#### 三、中国啤酒营销的发展走向

### 第二节、中国啤酒文化营销分析

#### 一、运用啤酒文化营销的原因

#### 二、啤酒文化的内涵分析

#### 三、解析啤酒文化与营销的有效结合

### 第三节、啤酒夜场营销分析

#### 一、啤酒夜场终端分类

#### 二、啤酒夜场市场特征

#### 三、啤酒夜场营销策略探究

#### 第四节、中国啤酒行业分众营销分析

- 一、中国啤酒行业分众营销概述
- 二、中国啤酒突破分众营销的阻力
- 三、中国啤酒行业分众营销的策略

#### 第五节、中国啤酒品牌广告策略简析

- 一、中国啤酒品牌实施广告策略的状况
- 二、中国啤酒品牌广告策略影响因素
- 三、中国啤酒品牌广告策略途径探索

#### 第六节、啤酒营销中存在的问题及其策略

- 一、啤酒营销渠道中存在的问题
- 二、中国啤酒品牌营销误区分析
- 三、中国啤酒企业营销误区分析
- 四、啤酒行业高效运用深度营销策略

### 第九章、相关酒业发展状况分析

#### 第一节、白酒

- 一、2006年中国白酒行业简况
- 二、白酒市场结构与特征分析
- 三、中国高度白酒市场分析
- 四、白酒市场竞争特点
- 五、白酒市场发展策略

#### 第二节、葡萄酒

- 一、2006年中国葡萄酒行业发展回顾
- 二、葡萄酒产业进入快速增长期
- 三、浅析国内葡萄酒业的国际化战略
- 四、改变葡萄酒品类形象诉求策略实现快速增长

#### 第三节、黄酒行业

- 一、2006年黄酒行业分析
- 二、中国黄酒市场发展潜力大
- 三、浅析黄酒市场的核心竞争力

#### 第四节、保健酒行业

- 一、中国保健酒市场分析



二、保健酒市场存在的问题

三、保健酒市场发展策略

## 第十章、啤酒关联产业的发展分析

### 第一节、啤酒原料行业

一、啤酒的原料简介

二、中国啤酒花产业发展分析

三、中国啤麦市场及发展前景分析

### 第二节、啤酒相关的机械设备分析

一、中国啤酒机械发展现状分析

二、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析

三、中国小型啤酿设备行业分析

### 第三节、啤酒包装行业分析

一、啤酒行业包装概述

二、国内外啤酒包装市场分析

三、中国啤酒包装产品分析

## 第十一章、中国啤酒行业竞争分析

### 第一节、啤酒不同发展阶段竞争格局的演变

一、引入阶段（1900-1978）

二、大量进入时期（1979-1989）

三、上升时期竞争格局（1990-1998）

四、趋向成熟阶段产业竞争战略特点（1998年-）

### 第二节、中国啤酒行业竞争现状分析

一、啤酒行业的文化竞争分析

二、啤酒行业竞争特征分析

三、啤酒行业竞争结构分析

四、中国啤酒市场竞争产生的影响

### 第三节、速度管理提高啤酒企业竞争能力

一、速度管理的定义

二、速度管理在啤酒企业运用的要点

三、探讨啤酒企业的速度管理模式

#### 第四节、中国啤酒业竞争格局演变动力透析

- 一、啤酒市场对竞争格局的影响
- 二、政策对啤酒竞争格局的影响
- 三、技术对啤酒竞争格局的影响
- 四、资源成本对啤酒竞争格局的影响
- 五、经验对啤酒竞争格局的影响

#### 第五节、啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

- 一、啤酒市场不正当竞争现象分析
- 二、惯性竞争思维在啤酒行业竞争中存在的问题
- 三、啤酒行业实现竞争合作的策略
- 四、规范啤酒市场竞争的对策探讨
- 五、啤酒行业竞争思维的转型

#### 第六节、中国啤酒行业竞争趋势

- 一、啤酒行业竞争发展趋势
- 二、浅析啤酒企业竞争行为的演化方向
- 三、中国啤酒行业竞争格局发展趋势
- 四、中国啤酒业将来的竞争焦点分析

### 第十二章、中国啤酒重点企业分析

#### 第一节、青岛啤酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2005年1-12月青岛啤酒经营情况
- 三、2006年1-6月青岛啤酒经营情况
- 四、2006年第三季度青岛啤酒经营情况

#### 第二节、北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2005年1-12月燕京啤酒经营情况
- 三、2006年1-6月燕京啤酒经营情况
- 四、2006年第三季度燕京啤酒经营情况

#### 第三节、福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2005年1-12月惠泉啤酒经营情况

三、2006年1-6月惠泉啤酒经营情况

四、2006年第三季度惠泉啤酒经营情况

第四节、重庆啤酒股份有限公司

一、公司简介

二、2005年1-12月重庆啤酒经营情况

三、2006年1-6月重庆啤酒经营情况

四、2006年第三季度重庆啤酒经营情况

第五节、华润啤酒集团

一、公司简介

二、2006年度华润产销状况分析

三、华润啤酒营销战略分析

四、华润内蒙古市场扩张分析

第六节、广东珠江啤酒集团

一、公司简介

二、珠江啤酒品质状况分析

三、珠江啤酒动态分析

第十三章、啤酒行业发展前景与趋势

第一节、啤酒行业未来展望

一、中国啤酒行业的未来盈利探讨

二、中国啤酒业国际化分析

三、啤酒业终端营销的发展趋势

第二节、啤酒市场发展前景

一、中国纯生啤酒发展前景分析

二、功能啤酒开发前景看好

三、风味啤酒具有广阔的发展空间

附录

附录一：啤酒生产许可证审查细则

附录二：酒类广告管理办法

附录三：酒类流通管理办法

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1477.html>