

2009年中国啤酒行业市场研究及 投资趋势展望报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009年中国啤酒行业市场研究及投资趋势展望报告》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/200907/19975.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 2008年中国啤酒行业运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国啤酒行业发展政策环境分析

- (一) 啤酒生产许可证审查细则
- (二) 酒类广告管理办法
- (三) 酒类流通管理办法

第二章 2008年全球啤酒行业运行状况分析

一、2008年全球啤酒

- (一) 全球啤酒发展简史
- (二) 全球名牌啤酒简介
- (三) 全球各国啤酒消费概况

二、全球主要地区及国家啤酒行业运营情况分析

- (一) 欧洲
- (二) 美国啤酒
- (三) 德国啤酒
- (四) 其他

三、2009-2012年全球啤酒行业发展趋势分析

第三章 2008年中国啤酒行业运行形势分析

一、2008年中国啤酒行业发展综述

- (一) 中国啤酒业的发展特点
- (二) 2008年啤酒行业发展状况分析
- (三) 微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌
- (四) 节能减排成中国啤酒业发展的必行之路

二、2008年中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略

- (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

三、2008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）我国啤酒企业增长方式亟待转变

（四）中国啤酒业国际化战略探讨

（五）啤酒业应当加速向果汁纯生方向发展

第四章 2007-2008年中国啤酒制造业数据分析

一、2007-2008年中国啤酒制造行业总体数据分析

（一）2007年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

（二）2008年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

二、2007-2008年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

（一）2007年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

（二）2008年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

三、2007-2008年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

（一）2007年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

（二）2008年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2007-2008年中国啤酒产量数据统计分析

一、2007年中国啤酒产量数据分析

（一）2007年全国啤酒产量数据分析

（二）2007年啤酒重点省市数据分析

二、2008年中国啤酒产量数据分析

（一）2008年全国啤酒产量数据分析

（二）2008年啤酒重点省市数据分析

第六章 2008年中国啤酒行业市场运行动态分析

一、2008年中国啤酒市场总体概况

（一）2008年我国啤酒市场平稳发展

（二）2008年我国啤酒市场进入价格提升周期

（三）我国啤酒进出口市场简析

二、2008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) 城市社区啤酒市场开发策略

三、2008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) 发展农村啤酒市场的策略

四、2008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) 中高档啤酒市场竞争日趋激烈

(三) 中高档啤酒终端市场秩序混乱

(四) 中高档啤酒市场终端竞争带来的后果

(五) 规范中高档啤酒终端市场的对策

第七章 2008年中国啤酒品牌及市场运营调查分析

一、2008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

二、2008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

三、2008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

第八章 2008年中国啤酒制造行业区域格局分析

一、华北地区啤酒制造行业分析

二、东北地区啤酒制造行业分析

三、华东地区啤酒制造行业分析

四、华南地区啤酒制造行业分析

五、西南地区啤酒制造行业分析

六、西北地区啤酒制造行业分析

第九章 2008年中国啤酒行业市场竞争格局分析

一、啤酒不同发展阶段竞争格局的演变

二、2008年中国啤酒行业竞争现状分析

（一）啤酒产业竞争大战正酣竞合大戏上演

（二）我国主要城市中高端啤酒品牌竞争状况剖析

（三）啤酒行业步入理性竞争时代

（四）英博并购AB啤酒市场或形成寡头垄断格局

三、2008年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

四、2008年中国啤酒行业竞争中存在的问题及其策略

五、2009-2012年中国啤酒行业竞争趋势分析

第十章 2008年全球啤酒重点公司分析

一、SABMILLER

二、英博啤酒集团

三、A-B公司（ANHEUSER -BUSCH）

四、喜力啤酒公司（HEINEKEN N.V.）

第十一章 中国啤酒行业上市企业分析

一、青岛啤酒

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

二、燕京啤酒

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

三、重庆啤酒

（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

四、惠泉啤酒

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

五、兰州黄河

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

六、啤酒花

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

第十二章 2009-2012年中国啤酒行业发展及投资分析

一、2009-2012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) 2009-2012年中国啤酒行业预测分析

二、2009-2012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) 2009-2012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

三、2009-2012年中国啤酒行业投资分析

(一) 中国啤酒行业投资环境分析

(二) 中国啤酒行业投资机会分析

(三) 中国啤酒行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/19975.html>