

2008年中国啤酒市场分析及研究 发展预测报告

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

《2008年中国啤酒市场分析及研究发展预测报告》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/200807/3580.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 加入WTO对中国啤酒业的影响

第一节 有利因素

第二节 不利因素

第二章 中国啤酒行业发展趋势分析

第三章 中国啤酒行业外部环境分析

第一节 2007年国民经济运行情况分析

一、总体情况

二、农业生产

三、工业生产

四、固定资产投资

五、国内市场销售

六、对外贸易

七、市场价格

八、城乡居民收入

第二节 2007年中国经济形势分析

一、2007年经济运行趋势

二、2007年外部环境和政策走向

三、2007年我国经济发展趋势

第三节 人口与消费水平

一、我国人口

二、中国家庭结构变化分析

第四章 中国啤酒行业政策环境

一、《酒类流通管理办法》：禁向未成年人卖酒

二、果啤归于啤酒仍要征消费税

第五章 中国啤酒行业技术环境

第一节 国内啤酒行业技术动态

一、我国啤酒酿造技术获重大突破

二、我国啤酒包装设备的技术创新

（一）三种不同的灌装形式

（二）目前国内啤酒灌装技术

（三）啤酒灌装设备技术创新的目标

第二节 国外啤酒生产新技术

第六章 啤酒关联产业与要素分析

第一节 中国啤酒主要原料市场分析

一、麦芽的需求与供给分析

二、啤麦生产分析

三、啤酒花供应分析

四、我国啤麦竞争乏力的原因分析

第二节 啤酒各式包装解析

一、不同包装的使用及利弊分析

二、啤酒包装的创新能力

第七章 中国酒业发展现状

第一节 影响中国酒业发展的主要因素分析

第二节 我国酒业存在的主要问题

第三节 中国酒业发展趋势分析

第八章 中国啤酒行业发展现状分析

第一节 2007年中国啤酒产量及各地区产量情况

一、2007年我国啤酒行业总体情况

二、2007年我国啤酒产量增长情况

第二节 2007年我国啤酒分地区产量

第三节 2007年啤酒行业运行情况

一、2007年啤酒企业数量变化及趋势分析

二、2007年啤酒行业产值变化及趋势分析

三、2007年啤酒行业资产负债率变化及趋势分析

四、2007年啤酒企业成本费用利润率变化

第九章 啤酒行业地域分布统计

第一节 2007年北京啤酒行业

- 一、规模
- 二、产量
- 三、进出口

第二节 2007年上海啤酒行业

- 一、规模
- 二、产量
- 三、进出口

第三节 2007年广东啤酒行业

- 一、规模
- 二、产量
- 三、进出口

第十章 2007啤酒行业进出口分析

第一节 进口

第二节 出口

第十一章 世界啤酒行业现状与发展分析

第一节 世界啤酒市场分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧盟
- 四、其他地区

第二节 世界啤酒品牌进军中国市场状况分析

- 一、外资啤酒杀回中国的四大变招
- 二、比利时英特布鲁啤酒
- 三、嘉士伯啤酒
- 四、百威啤酒
- 五、喜力啤酒
- 六、贝克啤酒

第十二章 华北地区

第一节 北京啤酒市场竞争与策略分析

第二节 天津啤酒市场竞争与策略分析

第三节 河北省啤酒市场竞争与策略

第四节 山西省啤酒市场竞争与策略分析

第十三章 东北地区

第一节 东北地区啤酒市场概况

第二节 辽宁啤酒市场竞争与策略分析

第三节 吉林啤酒市场竞争与策略分析

第十四章 华东地区

第一节 华东地区啤酒市场概况

第二节 上海啤酒市场竞争与策略分析

第三节 山东啤酒市场竞争与策略分析

第十五章 中南地区

第一节 广东啤酒市场竞争与策略分析

第二节 河南省啤酒市场竞争与策略分析

第三节 湖北省啤酒啤酒市场竞争与策略分析

第四节 广西省啤酒啤酒市场竞争与策略分析

一、市场成长性

二、竞争

三、渠道

四、消费习惯及对本地品牌的偏好

第十六章 西北地区

第十七章 中国啤酒消费者市场分析

第一节 如何认识啤酒的消费者

第二节 城市啤酒消费市场分析

第三节 农村啤酒市场分析

第十八章 中国啤酒营销策略分析

第一节 中国啤酒市场的主要问题

- 一、产品问题
- 二、价格体系问题
- 三、渠道网络问题
- 四、广告、促销问题
- 五、销售政策问题
- 六、市场管理问题
- 七、窜货问题
- 八、新开发市场问题
- 九、一部分经销商认为不赚钱
- 十、销售团队、人员素质还需要提升

第二节 中国啤酒营销网络创新与发展

第三节 中国啤酒营销渠道变革与发展

第四节 啤酒的乡镇营销策略

第五节 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

第六节 中小啤酒企业营销现状

第七节 案例分析

- 一、“三得利啤酒”上海成功上市
- 二、“零点啤酒”差异化营销

第十九章 中国啤酒行业竞争状况分析

第一节 中国啤酒竞争状况

- 一、中国啤酒业仍处于成长期
- 二、中国啤酒市场竞争充分
- 三、中国啤酒企业竞争的核心在市场整合能力
- 四、中国啤酒市场竞争的主战场是终端市场

第二节 啤酒市场竞争策略分析

一、现行竞争界面分析

二、惯性竞争思维制肘

三、新型竞争思维转型

第三节 中国啤酒行业并购分析

第二十章 国内啤酒主要企业分析

第一节 青岛啤酒集团

一、公司情况

二、品牌运作

三、经营状况

第二节 燕京啤酒集团

一、公司情况

二、品牌运作

三、经营状况

第三节 华润啤酒集团

一、公司情况

二、经营状况

第四节 广东珠江啤酒集团

一、公司情况

二、品牌运作

三、经营状况

第五节 哈尔滨啤酒集团

一、公司情况

二、经营状况

第六节 深圳金威啤酒有限公司

一、公司情况

二、经营状况

第七节 惠泉啤酒集团股份有限公司

一、公司情况

二、经营状况

第八节 重庆啤酒（集团）有限责任公司

一、公司情况

二、经营状况

第九节 百威（武汉）国际啤酒有限公司

一、公司情况

二、经营状况

第二十一章 中国啤酒行业发展趋势与预测

第一节 未来啤酒行业发展趋势分析

一、行业技术开发方向

二、未来啤酒包装趋势

三、啤酒行业盈利趋势

四、华南啤酒市场趋势

第二节 啤酒行业运行状况预测

一、行业工业总产量预测

二、行业工业消费预测

三、啤酒企业成本预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/3580.html>