

2008-2009年中国啤酒市场 研究及投资前景预测报告

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

《2008-2009年中国啤酒市场研究及投资前景预测报告》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/200907/19960.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年中国啤酒行业发展状况分析

一、2008年啤酒行业经济运行环境

（一）全球金融市场运行的宏观经济分析

（二）中国经济增长因素分析

二、金融危机对啤酒行业的影响

三、中国啤酒行业政策分析

四、全球啤酒行业市场研究

（一）供给市场分析

（二）需求市场分析

第二章 啤酒行业概述

一、啤酒概述

（一）啤酒的定义

（二）啤酒的原料

（三）啤酒的典型特征

（四）啤酒的质量标准

二、啤酒分类

（一）根据原麦汁浓度分类

（二）根据啤酒色泽分类

（三）根据杀菌方法分类

（四）根据包装容器分类

（五）根据啤酒酵母性质分类

三、啤酒生产

（一）麦芽制造

（二）啤酒酿造

（三）啤酒灌装

（四）啤酒生产新技术

（五）世界啤酒业发展简况

（六）中国啤酒业发展简况

第三章 2008年中国啤酒市场运行分析

一、中国啤酒行业发展分析

- (一) 中国啤酒行业的发展历程
- (二) 近年来我国啤酒行业的发展变化
- 二、2008年中国啤酒行业经营状况分析
 - (一) 行业生产情况
 - (二) 行业销售情况
 - (三) 行业经济效益分析
- 三、行业进出口分析

第四章 2008年中国啤酒市场结构研究

- 一、中国啤酒市场总体规模研究
 - (一) 中国啤酒市场规模增长情况
 - (二) 影响啤酒市场规模的主要因素
- 二、中国啤酒市场供给结构研究
 - (一) 啤酒生产的企业结构
 - (二) 啤酒生产的地区结构
 - (三) 不同地区啤酒企业经济效益比较
- 三、中国啤酒市场需求结构研究
 - (一) 啤酒市场集中度现状及变化趋势
 - (二) 啤酒消费的区域分布情况
 - (三) 啤酒消费的品牌占有情况
- 四、中国啤酒市场竞争结构研究
 - (一) 中国啤酒市场竞争格局
 - (二) 主要区域市场竞争特点分析
 - (三) 并购对市场竞争格局的影响
 - (四) 中国啤酒产业未来的竞争分析

第五章 2008年中国啤酒行业原材料市场分析

- 一、啤酒花市场分析
- 二、啤酒价格变动分析

第六章 啤酒行业优势企业分析

- 一、青岛啤酒股份有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 2007-2008年财务分析
 - (三) 2007-2008年经营状况

二、华润雪花啤酒（中国）有限公司

（一）企业概况

（二）2008年经营状况

（三）2008年广东市场

三、北京燕京啤酒股份有限公司

（一）企业概况

（二）2007-2008年财务分析

（三）2007-2008年经营状况

四、广东珠江啤酒集团有限公司

（一）企业概况

（二）经营发展状况

（三）2008年上市规划

五、哈尔滨啤酒集团

（一）企业概况

（二）公司的特色之路

（三）哈尔滨啤酒南下策略

六、深圳金威啤酒集团有限公司

（一）企业概况

（二）2007年经营状况

（二）2008年经营状况

七、福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

（一）企业概况

（二）2007-2008年财务分析

（三）2007-2008年经营状况

八、重庆啤酒股份有限公司

（一）企业概况

（二）2007-2008年财务分析

（三）2007-2008年经营状况

九、金星啤酒集团有限公司

（一）企业概况

（二）2008年价格调整

（三）2008年发展模式变化

十、新疆啤酒花股份有限公司

（一）企业概况

（二）2007-2008年财务分析

（三）2007-2008年经营状况

第七章 啤酒行业发展趋势分析

一、我国啤酒行业发展趋势

（一）2008年啤酒行业发展前景分析

（二）2008年国内啤酒产销增长预测

（三）2008年国内啤酒盈利数据分析

（四）2008年奥运为啤酒带来的机遇

（五）2008年中国啤酒行业发展预测

（六）国内啤酒行业发展路线展望

（七）我国啤酒行业走向巨头垄断

（八）中国啤酒行业未来发展之路

二、中国啤酒品牌发展预测

（一）品牌定位分析

（二）产品结构分析

（三）营销渠道分析

（四）产品价格分析

（五）品牌力的分析

（六）品牌传播分析

（七）市场格局分析

（八）品牌发展预测

第八章 啤酒行业发展策略分析

一、啤酒行业利润结构分析与利润提升策略

（一）啤酒行业已进入微利时代

（二）进入微利时代的根本因素

（三）阻碍啤酒行业提升的因素

（四）啤酒行业的利润结构分析

（五）微利时代的利润提升策略

二、构建区域强势啤酒品牌的实效策略

（一）走自我发展的强势品牌之路可行性

(二) 构建区域强势啤酒品牌的实效策略

三、啤酒终端促销的问题和对策

(一) 目前啤酒终端促销存在的问题

(二) 解决终端促销问题的有效对策

四、啤酒销售旺季的营销策略分析

(一) 2008年啤酒销售旺季的市场机会

(二) 2008年销售旺季营销存在的困难

(三) 2008年啤酒销售旺季的营销策略

五、啤酒行业渠道壁垒的破解策略

(一) 传统流通渠道壁垒破解策略

(二) 餐饮终端渠道壁垒破解策略

(三) 零售终端壁垒破解策略分析

部分图表目录：

图表 2008年我国啤酒行业企业结构（从工业总产值看）

图表 2008年我国啤酒行业企业结构（从企业单位数看）

图表 2008年全国啤酒产量20万千升以上啤酒企业

图表 2008年全国啤酒分省市及各大地区产量

图表 2008年啤酒制造行业收入增量排名前十位的省市图表

图表 2008年啤酒制造行业收入增量排名前十位的省市分布图

图表 2008年啤酒行业平均收入前十位省市主要经济指标分析

图表 2008年啤酒行业平均收入前十位省市统计图

图表 2008年啤酒行业平均收入前十位省市平均利润比较

图表 2008年啤酒行业平均收入前十位省市平均资产比较

图表 2008年啤酒行业平均收入前十位省市主要经济指标分析

图表 2008年啤酒行业平均收入后十位省市统计图

图表 2008年啤酒行业平均收入后十位省市平均利润比较

图表 2008年啤酒行业平均收入后十位省市平均资产比较

图表：国内啤酒品牌消费者口味定位

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/19960.html>