2008年中国啤酒市场分析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年中国啤酒市场分析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/200807/3494.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 全球化中的中国啤酒市场
- 第一节 全球化中的中国啤酒市场分析
- 一、全球化中的中国啤酒市场
- 二、中国啤酒企业"国际化"风险
- 第二节 中国啤酒行业存在的问题分析
- 一、中国啤酒行业中的问题与挑战
- 二、啤酒行业微利时代的利润提升策略
- 第二章 2008年美国次贷危机对中国啤酒市场的影响
- 一、直接影响
- 二、间接影响
- 第三章 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 2008年中国酒业发展趋势分析
- 第四章 中国啤酒行业发展现状分析
- 第一节 2007-2008年中国啤酒生产和销售情况
- 一、2007-2008年我国啤酒产量及增长情况
- 二、2007年我国啤酒行业销售情况
- 三、2007-2008年我国啤酒企业情况
- 四、我国各省市啤酒企业产量分析
- 第二节 2007-2008年我国啤酒分地区产量
- 第三节 2007-2008年啤酒行业运行情况
- 一、2007-2008年啤酒企业数量变化及趋势分析
- 二、2007-2008年啤酒行业产值变化及趋势分析
- 三、2007-2008年啤酒行业资本负债率变化及趋势分析
- 四、2007-2008年啤酒企业成本费用利润率变化
- 五、我国啤酒行业利润结构分析
- 第五章 啤酒行业地域分布统计
- 第一节 2007-2008年北京啤酒行业
- 一、规模

- 二、盈利
- 三、进出口
- 第二节 2007-2008年上海啤酒行业
- 一、规模
- 二、盈利
- 三、进出口
- 第三节 2007-2008年广东啤酒行业
- 一、规模
- 二、盈利
- 三、进出口
- 第六章 2007-2008啤酒行业进出口分析
- 第一节 进口
- 第二节 出口
- 第七章 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
- 第八章 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
- 第九章 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
- 第十一章 西北地区
- 第十二章 中国啤酒消费者市场分析
- 第一节 中国啤酒消费者分析
- 一、如何认识啤酒的消费者
- 二、中国啤酒消费者特征
- 三、消费者购买啤酒的前三位决策因素解析
- 四、上海市啤酒消费者调查
- 第二节 城市啤酒消费市场分析
- 第三节 农村啤酒市场分析
- 第十三章 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 中国啤酒品牌广告策略

第十四章 2007-2008年中国啤酒行业竞争分析

第一节 中国啤酒竞争状况

- 一、竞争特点
- 二、竞争形势
- 三、竞争格局

第二节 我国啤酒企业竞争趋势分析

- 一、巨型啤酒企业竞争
- 二、大型啤酒企业竞争
- 三、中小啤酒企业竞争
- 四、国外资本竞争

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

第四节 中国啤酒行业并购分析

- 一、中国啤酒行业并购分析
- 二、2008年华润雪花并购分析

第十五章 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

四、国际化战略分析

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

第十六章 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

第十七章 中国啤酒行业外部环境分析

第一节 2007中国宏观经济环境

- 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、城乡居民收入发展现状
- 八、货币信贷

- 第二节 2008年中国经济发展环境分析
- 一、2007年宏观经济的主要特征
- 二、2007年我国经济运行中存在的问题
- 三、2008年我国经济发展环境分析
- 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
- 第十八章 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
- 第十九章 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
- 三、我国啤酒灌装新技术
- 第二节 国外啤酒生产新技术
- 第二十章 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、2007-2008年度我国啤酒原料市场分析
- 二、我国啤酒大麦的需求与供给分析
- 三、麦芽的需求与供给分析
- 四、啤酒花供应分析
- 五、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、啤酒包装的创新技术
- 第二十一章 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
- 第二十二章 中国啤酒行业发展趋势与预测
- 第一节 我国啤酒行业发展趋势分析
- 一、我国啤酒行业发展趋势分析
- 二、未来啤酒纸箱包装的发展趋势
- 三、啤酒行业营销趋势分析
- 第二节 我国啤酒市场发展趋势分析
- 一、我国啤酒市场消费趋势分析
- 二、啤酒市场盈利趋势
- 三、华南啤酒市场趋势
- 第三节 2009-2010年我国啤酒市场发展预测
- 一、2010年我国啤酒产量预测
- 二、2010年我国啤酒销售预测
- 三、2010年我国啤酒市场容量预测

详细请访问: http://www.cction.com/report/200807/3494.html