

2013-2017年中国啤酒市场 深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国啤酒市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yanjiu1304/0575045U4I.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-04-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国啤酒市场深度调研与投资前景研究报告》共十四章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家发改委、中国食品工业协会、中国酿酒工业协会、中国经济景气监测中心、博思数据研究中心、中华全国商业信息中心及相关媒体的权威信息。

通过《2013-2017年中国啤酒市场深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

我国啤酒品牌虽然多达1500多个，但除了青岛、燕京，珠江、哈啤、雪花等品牌在全国具有较高的知名度外，其他的区域性品牌只是在本省市的区域市场具有较高的知名度，在全国范围内的知名度还较低。由于严重的供过于求矛盾长期存在，目前我国的啤酒行业是国内饮料市场竞争最激烈的行业之一。大多数的品牌都还是处于地域性品牌阶段，品牌知名度和市场影响力较低，我国现在仍然缺乏具有国际竞争力的啤酒品牌，而且产品主要是低档产品，市场竞争也主要集中于低档产品的之上，而中高档以上的啤酒市场则大部分被洋啤酒所瓜分。随着啤酒市场竞争程度的日益加剧，为了能够更加迅速有效地实现最终消费，越来越多的啤酒企业在市场营销运作中都将目光集中到了终端，终端的争夺战日益激烈，中高档啤酒市场更是如此。除低档的地摊、大排档、小餐馆等外，中高档啤酒成为餐饮、娱乐终端市场的消费主流，尤其在经济水平较好的大中城市。中高档啤酒附加值高，开拓中高档啤酒市场是提高企业经济效益的重要途径，而城市市场消费水平较高，中高档啤酒市场容量不断扩大，前景非常广阔，啤酒是一个品牌区域化非常明显的行业，大部分啤酒企业长期在中低档啤酒市场竞争，不但没有取得竞争优势，反而因过度的价格战而大伤元气，在低档啤酒市场无利可图的情况下，开始调整产品结构和市场策略，向中把主要精力放到中高档市场的开发上来。

我国啤酒业，确有一些骄人之面，但在认真分析我国啤酒业市场结构、竞争水平等情形后，给人的感觉并不乐观。我国虽然已是啤酒生产大国，但却并没达到啤酒强国水平，要实现由啤酒生产大国到强国的质的转变，还需要认真正视并解决当前啤酒业存在的一系列不合理的现象、问题。其次，我国啤酒行业由于长期疯狂地兼并、收购，大规模地重复建设，扩充产能，加剧了市场的无序竞争，欺行霸市的垄断行为日趋盛行，加上国外资本的介入，整个行业陷入了垄断泥潭。中国啤酒业如果不能正视这些问题，不但啤酒强国的梦想不能实现，就连啤酒大国的地位也难以保全。

随着啤酒工业的迅速发展，对资源的需求、对环境的影响日益增加。目前消费者对快速消费品行业最不满意的是“环境保护”，甚至超越了对产品质量和售后服务的关注。对啤酒企业而言，这个因素将直接影响到企业形象和品牌形象，并最终会在市场份额中得以体现。因此，在消费者观念发生转变的情况下，我国传统啤酒工业应走低碳循环发展之路，特别是在“十二五”期间国家加大清洁生产和节能减排政策实施力度的情况下，啤酒企业应在清洁生产和节能减排新技术和降低资源消耗方面加大实施力度，实现产业转型升级，打造低碳啤酒工业形象。

报告目录

第一章 2012年世界啤酒行业运行状况分析

第一节 2012年世界啤酒产业运行概况

- 一、全球经济现状对啤酒业的影响分析
- 二、世界啤酒兼并与重组对中国的影响
- 三、全球啤酒制造业巨头抢进中国市场

第二节 2012年世界啤酒市场运行探析

- 一、世界啤酒生产量统计
- 二、世界品牌啤酒消费情况
- 三、啤酒消费量增长全球酒花紧缺
- 四、世界高度啤酒市场迅速崛起
- 五、特殊口味和个性化包装成为世界啤酒市场新趋向

第二章 主要国家啤酒市场分析

第一节 美国啤酒行业发展概况

- 一、美国啤酒业的发展历程
- 二、美国高度啤酒生产政策进一步放宽
- 三、美国啤酒新包装使市场生机盎然

第二节 欧洲啤酒行业发展分析

- 一、欧洲国家啤酒业发展状况
- 二、近年罗马尼亚啤酒持续旺销
- 三、2012年法国啤酒市场
- 四、2010年捷克啤酒出口分析
- 五、英国啤酒市场状况

第三节 亚洲啤酒行业发展概况

- 一、亚洲啤酒产业增速全球领先
- 二、韩国啤酒进口量增速迅猛
- 三、印度啤酒市场发展简况
- 四、日本啤酒业市场份额占比分析
- 五、越南啤酒市场发展形势

第四节 其他国家啤酒行业

- 一、加拿大啤酒国内市场地位下滑
- 二、南非啤酒市场发展状况透析
- 三、巴西啤酒市场发展形势分析

第三章 中国啤酒行业发展分析

第一节 中国啤酒行业发展状况分析

- 一、新中国啤酒工业发展的四个阶段
- 二、中国啤酒行业发展概况
- 三、微利竞争推动中国啤酒业加速洗牌

第二节 2009-2012年中国啤酒行业发展分析

- 一、2009年全国及主要省份啤酒产量分析
- 二、2010年全国及主要省份啤酒产量分析
- 三、2011年全国及主要省份啤酒产量分
- 四、2012年最新月份全国及主要省份啤酒产量分析

第三节 中国啤酒行业的利润分析

- 一、中国啤酒企业应对外资挑战及其发展策略
- 二、中国与国际啤酒企业成长与盈利能力的比较
- 三、中国啤酒企业面临的外资冲击
- 四、中国啤企的国际化道路发展对策

第四节 啤酒行业存在的问题及其对策

- 一、软实力不足是我国啤酒行业发展存在的主要问题
- 二、我国啤酒企业增长方式亟待转变
- 三、增强我国啤酒行业软实力的措施建议
- 四、我国中小啤酒企业发展策略建议

第四章 中国啤酒制造业财务状况

第一节 2010-2012年中国啤酒制造行业总体数据分析

一、2010年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国啤酒制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国啤酒制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国啤酒制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 中国啤酒市场分析

第一节 中国啤酒市场总体概况

一、中国啤酒企业的市场布局

二、我国啤酒淡季市场的变化分析

三、我国啤酒零售市场发展分析

第二节 城市啤酒市场

一、城市啤酒市场特点

二、城市啤酒市场网络构成

三、中国南北城市啤酒市场比较分析

四、城市超市啤酒市场特点及开发策略

五、城市社区啤酒市场开发策略

第三节 农村啤酒市场

一、农村啤酒市场特点

二、国内农村啤酒市场潜力巨大

三、我国农村啤酒市场的拓展策略分析

第四节 中高档啤酒市场

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、规范中高档啤酒终端市场的对策

第五节 啤酒市场消费分析

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

五、2012年我国啤酒行业消费者满意度浅析

第六节 啤酒经销商分析

一、个体啤酒经销商模式

二、公司化啤酒经销商模式

三、国内啤酒经销商面临的主要问题

四、啤酒经销商发展重在创新

五、提高经销商素质的有效途径

第六章 2012年中国啤酒消费者调查分析

第一节 啤酒消费者行为调查

一、经常饮用啤酒的场合

二、啤酒的购买的地点

三、消费者对不同包装的啤酒选择

四、消费者喝啤酒主要考虑的因素

五、啤酒特色新品的选择

六、消费者注重的啤酒感观指标

七、啤酒品牌的认知途径

八、消费者所喜欢的促销方式

九、消费者经常看的中央电视台节

十、经销啤酒品牌/品种的理由

十一、最有效的广告手段

第二节 城市啤酒消费分析

一、啤酒消费特点与影响因素

二、城市啤酒消费分析

第三节 农村啤酒消费分析

一、农村市场特点

二、农村市场开拓

第四节 啤酒消费趋势分析

一、中国啤酒业面临消费升级

二、高端啤酒消费趋势

第七章 中国啤酒品牌发展分析

第一节 我国啤酒品牌的发展概况

一、我国啤酒品牌的发展阶段划分

二、我国啤酒品牌市场的发展分析

三、我国啤酒品牌市场的发展现状

第二节 中国区域啤酒品牌的发展

一、我国区域啤酒品牌发展强势品牌道路的可行性

二、中国区域性啤酒品牌发展情况分析

三、我国啤酒区域品牌市场的发展对策

第三节 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

第四节 中国啤酒品牌发展中的问题

一、我国啤酒品牌市场发展存在的障碍

二、我国高档啤酒品牌市场发展的难题

三、中国啤酒品牌的传播误区

第五节 我国啤酒品牌市场的发展策略及趋势

一、啤酒品牌发展和推广策略

二、做好啤酒品牌的五大策略

三、二、三线啤酒品牌的发展建议

四、我国啤酒品牌的发展趋势

五、我国啤酒品牌市场的发展方向

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、啤酒行业应高效运用深度营销策略

四、我国啤酒行业的区域市场营销策略分析

五、我国啤酒行业淡季市场营销策略分析

第九章 中国啤酒企业竞争环境及存在问题

第一节 2012年外资进入对中国啤酒企业应冲击

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

第二节 2012年中国啤酒行业存在的问题及其对策

- 一、中国啤酒业存在问题
- 二、我国啤酒业产品结构有待改善
- 三、中国啤酒业国际化战略探讨
- 四、啤酒业应当加速向果汁纯生方向发展

第十章 啤酒关联产业的发展分析

第一节 中国啤酒花行业发展分析

- 一、我国啤酒花产业发展简况
- 二、我国啤酒花市场发展状况分析
- 三、我国啤酒花行业三大问题有待解决
- 四、中国啤酒花行业发展策略

第二节 啤酒大麦市场的发展

- 一、中国啤麦产业发展扫描
- 二、2012年中国啤酒大麦市场发展状况简析
- 三、影响我国啤麦市场发展的主要因素及应对方针

第三节 啤酒相关的机械设备分析

- 一、中国啤酒饮料灌装机械业发展分析
- 二、我国啤酒灌装设备产业发展迅速
- 三、我国啤酒装备存在的问题
- 四、高端品牌啤酒的主要灌装地

第四节 啤酒包装行业分析

- 一、成功的包装使啤酒更具吸引力
- 二、啤酒瓶包装材料市场发展情况
- 三、新型玻璃啤酒包装方便消费者更显人性化
- 四、全裹标签成为啤酒外包装的新选择
- 五、未来啤酒纸箱包装的发展走势分析

第十一章 中国啤酒行业竞争分析

第一节 世纪中国啤酒竞争所面临的三大阶段

- 一、兼并期
- 二、消耗期
- 三、竞合期

第二节 中国啤酒行业竞争现状分析

- 一、影响中国啤酒行业竞争力的主要因素
- 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

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

第四节 啤酒企业的速度管理模式探讨

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
- 六、中小啤酒企业市场竞争策略剖析

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、人才与市场国际化分析
- 四、中国啤酒行业竞争格局发展趋势
- 五、高档市场将成为我国啤酒企业的主要竞争方向

第七节 我国啤酒行业发展策略分析

- 一、产品策略
- 二、价格策略

第十二章 国际啤酒上市公司

第一节 SABMILLER

第二节 百威英博 (ANHEUSER-BUSCHINBEVSA/NV)

第三节 喜力啤酒公司 (HEINEKEN.N.V.)

第十三章 中国啤酒上市企业

第一节 青岛啤酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2011-2012年企业主要经济指标表
- 三、成长能力指标
- 四、运营能力指标
- 五、盈利能力指标
- 六、偿债能力指标

第二节 北京燕京啤酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2011-2012年企业主要经济指标表
- 三、成长能力指标
- 四、运营能力指标
- 五、盈利能力指标
- 六、偿债能力指标

第三节 福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2011-2012年企业主要经济指标表
- 三、成长能力指标
- 四、运营能力指标
- 五、盈利能力指标
- 六、偿债能力指标

第四节 重庆啤酒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2011-2012年企业主要经济指标表
- 三、成长能力指标
- 四、运营能力指标
- 五、盈利能力指标
- 六、偿债能力指标

第五节 新疆啤酒花股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、2011-2012年企业主要经济指标表
- 三、成长能力指标
- 四、运营能力指标

五、盈利能力指标

六、偿债能力指标

第六节 惠泉啤酒有限公司

一、企业基本概况

二、2011-2012年企业主要经济指标表

三、成长能力指标

四、运营能力指标

五、盈利能力指标

六、财务风险指标

第十四章 2013-2017年中国啤酒行业发展预测及风险分析

第一节 2013-2017年中国啤酒行业供需预测

一、市场规模预测

二、生产预测

三、价格预测

第二节 2013-2017年中国啤酒行业投资机会分析

一、中国啤酒市场未来发展综述

二、未来中国啤酒行业发展主要动向

三、中国啤酒工业发展将渐趋低碳化

第三节 2013-2017年中国啤酒行业风险分析

一、市场供需风险

二、经营管理风险

三、政策风险

四、其它风险

图表目录

图表：2009年我国啤酒产量统计分析

图表：2009年我国北京啤酒产量统计分析

图表：2009年我国河北啤酒产量统计分析

图表：2009年我国山西啤酒产量统计分析

图表：2009年我国内蒙古啤酒产量统计分析

图表：2009年我国辽宁啤酒产量统计分析

图表：2009年我国吉林啤酒产量统计分析

图表：2009年我国黑龙江啤酒产量统计分析

图表：2009年我国上海啤酒产量统计分析

图表：2009年我国江苏啤酒产量统计分析

图表：2009年我国浙江啤酒产量统计分析

图表：2009年我国安徽啤酒产量统计分析

图表：2009年我国福建啤酒产量统计分析

图表：2009年我国江西啤酒产量统计分析

图表：2009年我国山东啤酒产量统计分析

图表：2009年我国河南啤酒产量统计分析

图表：2009年我国湖北啤酒产量统计分析

图表：2009年我国湖南啤酒产量统计分析

图表：2009年我国广东啤酒产量统计分析

图表：2009年我国广西啤酒产量统计分析

图表：2010年我国啤酒产量统计分析

图表：2010年我国北京啤酒产量统计分析

图表：2010年我国天津啤酒产量统计分析

图表：2010年我国河北啤酒产量统计分析

图表：2010年我国山西啤酒产量统计分析

图表：2010年我国内蒙古啤酒产量统计分析

图表：2010年我国辽宁啤酒产量统计分析

图表：2010年我国吉林啤酒产量统计分析

图表：2010年我国黑龙江啤酒产量统计分析

图表：2010年我国上海啤酒产量统计分析

图表：2010年我国江苏啤酒产量统计分析

图表：2010年我国浙江啤酒产量统计分析

图表：2010年我国安徽啤酒产量统计分析

图表：2010年我国福建啤酒产量统计分析

图表：2010年我国江西啤酒产量统计分析

图表：2010年我国湖北啤酒产量统计分析

图表：2010年我国广东啤酒产量统计分析

图表：2011年我国北京啤酒产量统计分析

图表：2011年我国天津啤酒产量统计分析

图表：2011年我国河北啤酒产量统计分析

图表：2011年我国山西啤酒产量统计分析

图表：2011年我国内蒙古啤酒产量统计分析

图表：2011年我国辽宁啤酒产量统计分析

图表：2011年我国吉林啤酒产量统计分析

图表：2011年我国上海啤酒产量统计分析

图表：2011年我国江苏啤酒产量统计分析

图表：2011年我国安徽啤酒产量统计分析

图表：2011年我国福建啤酒产量统计分析

图表：2011年我国山东啤酒产量统计分析

图表：2011年我国湖北啤酒产量统计分析

图表：2011年我国广东啤酒产量统计分析

图表：2011年我国海南啤酒产量统计分析

图表：2011年我国重庆啤酒产量统计分析

图表：2011年我国四川啤酒产量统计分析

图表：2011年我国贵州啤酒产量统计分析

图表：2011年我国云南啤酒产量统计分析

图表：2012年我国啤酒产量统计分析

图表：2012年我国北京啤酒产量统计分析

图表：2012年我国天津啤酒产量统计分析

图表：2012年我国河北啤酒产量统计分析

图表：2012年我国山西啤酒产量统计分析

图表：2012年我国内蒙古啤酒产量统计分析

图表：2012年我国辽宁啤酒产量统计分析

图表：2012年我国上海啤酒产量统计分析

图表：2012年我国浙江啤酒产量统计分析

图表：2012年我国安徽啤酒产量统计分析

图表：2012年我国福建啤酒产量统计分析

图表：2012年我国江西啤酒产量统计分析

图表：2012年我国山东啤酒产量统计分析

图表：2012年我国河南啤酒产量统计分析

图表：2012年我国湖北啤酒产量统计分析

图表：2012年我国湖南啤酒产量统计分析

图表：2012年我国广东啤酒产量统计分析

图表：2012年我国广西啤酒产量统计分析

图表：2012年我国重庆啤酒产量统计分析

图表：2011-2012年啤酒行业企业数量及从业人员变化

图表：2011-2012年啤酒行业基本经济指标分析

图表；2008-2011年我国啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国北京啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国河北啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国内蒙古啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国吉林啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国辽宁啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国黑龙江啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国江苏啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国浙江啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国安徽啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国福建啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国湖北啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国湖南啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国广东啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国重庆啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国四川啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国陕西啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表；2008-2011年我国甘肃啤酒制造业工业销售产值统计分析

图表：2008-2012年我国啤酒产统计分析

图表：2012年啤酒行业盈利指标分析

图表：啤酒行业成长能力分析

图表：不同包装的啤酒消费统计

图表：消费者在购买啤酒是主要考虑的因素

图表：不同季节

图表：消费者对啤酒品牌的选择

图表：速度管理模型分析

图表：2011-2012青岛啤酒股份有限公司每股指标

图表:2011-2012青岛啤酒股份有限公司成长能力指标

图表：2011-2012青岛啤酒股份有限公司

图表：2011-2012青岛啤酒股份有限公司盈利能力指标

图表：2011-2012青岛啤酒股份有限公司偿债能力指标

图表：2011-2012北京燕京啤酒股份有限公司每股指标

图表：2011-2012北京燕京啤酒股份有限公司成长能力指标

图表：2011-2012北京燕京啤酒股份有限公司运营能力指标

图表：2011-2012北京燕京啤酒股份有限公司盈利能力指标

图表：2011-2012北京燕京啤酒股份有限公司偿债能力指标

图表：2011-2012福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司每股指标

图表：2011-2012福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司成长能力指标

图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司运营能力指标

图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司盈利能力指标

图表：福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司偿债能力指标

图表：重庆啤酒股份有限公司每股指标

图表：重庆啤酒股份有限公司成长能力指标

图表：重庆啤酒股份有限公司运营能力指标

图表：重庆啤酒股份有限公司盈利能力指标

图表：重庆啤酒股份有限公司偿债能力指标

图表：新疆啤酒花股份有限公司每股指标

图表：新疆啤酒花股份有限公司成长能力指标

图表：新疆啤酒花股份有限公司运营能力指标

图表：新疆啤酒花股份有限公司盈利能力指标

图表：新疆啤酒花股份有限公司偿债能力指标

图表：惠泉啤酒股份有限公司基本指标分析

图表：惠泉啤酒股份有限公司基本指标分析

图表：惠泉啤酒股份有限公司基本指标分析

图表：惠泉啤酒股份有限公司基本指标分析

图表：惠泉啤酒股份有限公司基本指标分析

图表：2013-2017年啤酒行业产业规模增长预测

图表：2013-2017年啤酒行业市场需求量预测

图表：2013-2017年啤酒行业价格预测

本啤酒行业报告，对我国啤酒业的发展情况、市场现状、行业前景、发展策略、竞争状况以及进出口情况等方面进行了详尽地研究，并分析了啤酒原材料的发展趋势，对今后我国啤酒产业的发展方向做出了精确的预测。同时，报告也针对啤酒产业的特点，从各个角度全面详实地进行了调研，在报告中汇集了大量、最新的第一手数据，采用了时间序列分析、回归分析、相关性分析等计量经济模型进行统计及预测。报告数据全面及时、图表丰富，既有深入的研究，又有直观的比较分析，为啤酒生产和相关企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yanjiu1304/0575045U4I.html>