

2007-2008年中国乳制品行业研究及前景预测报告

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

《2007-2008年中国乳制品行业研究及前景预测报告》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/200806/1903.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 2007年全球乳制品行业发展分析

- 一、全球乳制品需求强劲分析
- 二、全球乳制品主要消费市场分析
- 三、全球乳制品贸易状况分析
- 四、中国成为世界乳业发展标杆分析

第二章 2007年全球乳制品行业主要国家运行状况分析

- 一、美国乳制品行业发展分析
 - (一) 2007年经济增长对美国乳品出口的影响分析
 - (二) 美国对液态乳的监管法规简介
 - (三) 2007年美国乳业发展简况
 - (四) 美国乳制品包装市场需求预测
 - (五) 美国乳制品发展前景分析
- 二、澳大利亚乳制品行业发展分析
 - (一) 澳大利亚乳制品产业的优势
 - (二) 澳大利亚乳制品产业概况和发展趋势
 - (三) 澳大利亚乳制品消费解析
 - (四) 澳大利亚乳制品行业发展对中国启示分析
- 三、新西兰乳制品行业发展分析
 - (一) 新西兰乳业发展现状
 - (二) 新西兰乳业生产
 - (三) 新西兰乳制品贸易
 - (四) 新西兰与中国乳制品贸易
- 四、印度乳制品市场发展概况
 - (一) 印度乳业成功发展的原因解析
 - (二) 印度推行乳业综合发展计划成绩显著
 - (三) 印度乳制品出口潜力分析
- 五、韩国奶业发展基本概况
 - (一) 韩国乳业发展简述
 - (二) 韩国乳品市场的现状及发展
 - (三) 韩国乳品质量安全管理 and 功能产品开发

第三章 中国乳制品行业发展现状及策略分析

一、2007年中国乳制品行业现状分析

二、中国乳制品行业技术环境分析

（一）我国奶牛养殖业技术环境分析

1、近年我国奶牛养殖模式分析

2、2007-2010年中国奶业的发展环境分析

（二）乳制品加工技术

1、巴氏杀菌

2、灭菌乳的加工

3、酸乳的加工

4、乳酸菌饮料的加工工艺

5、乳制品的包装技术分析

（三）我国奶业发展亟待突破六大技术难点

三、中国乳业存在问题与差距分析

（一）中国乳品质量安全问题

（二）中国与世界水平存在差距

（三）乳业自主创新能力分析

四、中国乳制品发展策略分析

（一）中国乳业品牌的追随策略分析

（二）采取适度宏观调控等措施推动乳业升级发展

（三）技术创新是乳制品行业发展的出路

（四）奶业发展的产业化经营

（五）加强奶业环境保护走可持续发展之路

第四章 2007年中国乳制品制造业数据分析

一、2006-2007年5月中国液体乳及乳制品制造业总体数据分析

（一）2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析

（二）2007年1-5月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析

二、2006-2007年5月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析

（一）2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析

（二）2007年1-5月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析

三、2006-2007年5月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析

(一) 2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析

(二) 2007年1-5月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析

第五章 2007年中国乳制品市场发展状况分析

一、2007年乳制品市场状况分析

(一) 中国乳业市场形势分析

(二) 原料上涨乳业却打价格战

(三) 中国乳业市场逐步走向“三国”鼎立

二、乳品市场问题与挑战

(一) 乳品业之价格战

(二) 中国乳品安全接轨国际的困惑

(三) 中国巴氏奶仍陷入内忧外患

三、乳品市场发展策略及前景分析

(一) 中国牛奶市场的特点及营销推广

(二) 乳品新产品开发的有效途径

(三) 中国将成全球乳制品消费最大潜在市场

第六章 2007年中国乳制品行业供给现状分析

一、我国乳制品行业整体供给分析

(一) 供给总量及速率分析

(二) 供给特点分析

1、产品种类更加丰富

2、质量标准全面提高

3、奶源建设更加扎实

4、乳品结构更加合理

二、我国乳制品行业供给分析及预测

(一) 在建及拟建项目分析

1、黄冈市现代化乳业综合项目

2、黑龙江奶源基地建设项目

3、塞北管理区十万头奶牛绿色奶源基地建设项目

4、蒙牛通州工厂二期工程

5、三鹿扩建日产1000吨液态奶生产线项目

6、良种奶牛繁育、优质奶源基地建设及乳制品深加工项目

7、伊利广东佛山150吨冷饮项目

(二) 产能分析及预测

第七章 2007年中国乳制品行业需求分析

一、2007年我国乳制品行业整体需求分析

(一) 行业需求量及人均消费量分析

(二) 需求特点分析

(三) 影响乳制品消费的主要因素

1、收入因素

2、消费习惯和消费偏好

3、年龄因素

4、人口数量及结构变动因素

二、2007年我国乳制品行业需求结构分析

(一) 消费区域结构分析

(二) 消费品种结构分析

(三) 消费者构成分析

1、不同文化程度人群乳制品消费分析

2、不同职业人群乳制品消费分析

第八章 2006-2007年中国乳制品产销数据分析

一、2006-2007年5月中国乳制品产品产量数据

(一) 2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据

(二) 2007年1-5月中国重点省市乳制品产品产量数据

二、2006-2007年5月中国液体乳产品产量数据

(一) 2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据

(二) 2007年1-5月中国重点省市液体乳产品产量数据

三、乳制品销售收入前十家企业数据分析

(一) 2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业

(二) 2007年1-5月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业

第九章 液态乳

一、液态乳市场分析

（一）中国液态乳发展特点

（二）液态乳市场现状

（三）液态乳消费者分析

二、液态乳市场监管情况

（一）液态乳市场逐步走向规范

（二）液态乳受到重点监控

（三）2007年起液体乳出厂须明确标明生产日期

三、液态乳市场竞争分析

（一）中国液态乳的市场格局

（二）液态乳市场竞争局势

（三）液态乳产品细分战

（四）液态乳竞争策略

四、液态乳营销分析

（一）中国液态乳营销中存在的问题

（二）提高中国液态奶营销水平的途径

（三）液态乳营销策略探析

（四）浅析液态乳营销的分工及协同作战

（五）光明液态乳营销渠道之模式分析

（六）UHT奶的社区营销发展策略

五、液态乳发展策略及趋势

（一）同质化中差异性发展

（二）液态乳市场发展趋势

（三）液态乳制品生产技术及产品的发展趋势

第十章 奶粉

一、奶粉行业分析

（一）后奶粉时代的来临

（二）奶粉业产品创新所面临的挑战

（三）奶粉行业产品创新的原则

二、奶粉市场分析

（一）奶粉企业争夺高端市场

- (二) 奶粉业面临涨价局面
- (三) 中国国产奶粉品牌迈向不同归宿
- (四) 中国奶粉市场蕴含巨大潜力

三、婴幼儿奶粉市场

- (一) 中国婴幼儿奶粉市场现状分析
- (二) 中国婴幼儿奶粉市场之格局分析
- (三) 中国婴幼儿配方奶粉的质量现状
- (四) 中外激夺婴幼儿奶粉高端市场

四、奶粉发展策略分析

- (一) 奶粉营销策略
- (二) 中国奶粉企业进入高端市场分析
- (三) 国产奶粉还须抓住质量关键

第十一章 冷饮行业发展状况分析

一、冷饮行业总体特征和现状

二、冷饮行业运行特点分析

- (一) 优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加
- (二) 中国的冰淇淋消费步伐加快
- (三) 冷饮企业新产品档次普遍提升

三、中国冰淇淋市场品牌竞争特点

四、浅析中国冰淇淋品牌竞争格局及策略

五、2007-2010年冷饮行业运行趋势分析

第十二章 奶酪、酸奶

一、奶酪

- (一) 奶酪相关介绍
- (二) 中国奶酪市场现状
- (三) 奶酪行业影响因素分析

1、价格因素

2、口味

3、消费观念

- (四) 中国奶酪市场的机会与风险分析

(五) 奶酪在乳制品市场的发展蕴藏巨大潜力

二、酸奶

(一) 国内酸奶发酵剂使用状况

(二) 中国乳酸菌标准偏低引起市场混乱

(三) 长效酸奶在中国市场有广阔前景

(四) 未来酸奶的发展趋势

(五) 酸奶品种发展的流行趋势

第十三章 2007年中国乳制品行业竞争分析

一、乳制品行业发展阶段评价

二、乳制品行业竞争特点分析

(一) 乳制品行业市场竞争综合评价

(二) 中国乳制品行业竞争结构分析

1、供应商分析

2、购买者分析

3、替代品分析

4、潜在竞争者分析

5、产业内竞争者分析

(三) 中国乳制品行业竞争策略分析

1、全国型企业集团竞争策略的重点

2、地方型企业集团竞争策略重点

(四) 中国乳制品行业竞争发展趋势

1、市场竞争由产品竞争扩展到资源的竞争

2、从产品经营转向资本运营

3、宏观联合，微观竞争

三、乳品市场的品牌竞争

(一) 液体乳主要品牌的竞争状况

(二) 乳制品主要品牌的竞争状况

(三) 2007年的品牌竞争市场分析

第十四章 中国乳制品主要生产地区分析

一、我国乳制品行业区域分布总体分析及预测

(一) 乳制品行业区域分布特点分析

(二) 乳制品产量分布特征分析

(三) 分区域经济效益状况分析

二、内蒙古乳制品行业发展分析及预测

(一) 内蒙古乳制品行业概述

(二) 内蒙古乳制品行业经济运行分析及预测

(三) 内蒙古乳制品行业发展条件分析及预测

三、河北省乳制品行业发展分析及预测

(一) 河北省乳制品工业概述

(二) 河北省乳制品行业经济运行分析及预测

(三) 河北省乳制品行业发展条件分析及预测

四、黑龙江省乳制品行业发展状况分析

(一) 黑龙江省乳制品工业概述

(二) 黑龙江省乳制品行业经济运行分析及预测

(三) 黑龙江省乳制品行业发展条件分析及预测

七、山东省乳制品行业发展分析

(一) 山东省乳制品工业概述

(二) 山东省乳制品行业经济运行分析及预测

(三) 山东省乳制品行业发展条件分析及预测

八、上海地区行业发展分析

(一) 上海地区乳制品工业概述

(二) 上海地区乳制品行业经济运行分析及预测

(三) 上海地区乳制品行业发展条件分析及预测

第十五章 中国外乳制品行业优势公司经营状况分析

一、瑞典雀巢公司

(一) 公司概况

(二) 公司在华发展状况分析

(三) 市场动态分析

二、法国达能集团

(一) 集团概况

(二) 市场发展

（三）并购之道

三、美国惠氏公司

（一）公司概况

（二）公司发展状况分析

四、维维食品饮料股份有限公司

（一）公司简介

（二）公司财务状况分析

（三）公司发展战略分析

五、内蒙古蒙牛乳业集团

（一）公司简介

（二）蒙牛集团营销渠道策略

（三）蒙牛牛奶国际市场动态

六、伊利股份

（一）伊利股份发展思路及趋势分析

（二）公司主要产品市场情况

（三）公司基本财务数据分析

七、光明乳业

（一）2007年公司最新动态

（二）光明液态奶渠道多元整合模式

（三）2007年公司盈利趋势

（四）2007年公司主要财务数据

八、三鹿集团

（一）公司简介

（二）品牌运营分析

（三）公司发展策略分析

九、黑龙江省完达山乳业集团

（一）公司简介

（二）品牌发展战略分析

十、北京三元食品股份有限公司

（一）公司概况

（二）财务分析

（三）市场分析

（四）公司发展综合评价及前景预测

第十六章 中国乳制品关联行业运行状况分析

一、包装行业

- （一）乳制品包装现状及发展趋势
- （二）影响中国乳制品包装因素
- （三）乳制品包装问题及创新设计
- （四）液态奶包装市场现状及主要问题
- （五）国外乳饮品包装趋势

二、奶牛饲养业

- （一）中国奶牛业发展现状
- （二）中国奶牛业发展推动力
- （三）奶牛饲养存在问题及对策
- （四）奶牛业发展前景

第十七章 2007-2010年中国乳制品发展前景预测分析

一、2007-2010年中国乳制品行业需求趋势与供给能力分析预测

- （一）2007-2010年中国乳制品消费需求预测分析
 - 1、消费总量将持续上涨
 - 2、城镇居民仍是消费主体
 - 3、乳业各部门将同步增长

- （二）中国乳品供给预测分析

二、2007-2010年中国乳制品市场价格走势分析

三、2007-2010年中国乳制品行业市场竞争预测分析

- （一）中国乳业高端竞争趋势分析
- （二）2007年乳业变局：阵营之战利润之战
- （三）乳制品未来竞争趋势

第十八章 2007-2010年中国乳制品行业投资环境和风险分析

一、2007-2010年乳制品行业经济环境风险分析

二、乳制品行业产业政策环境风险分析

- （一）“禁鲜令”对乳制品行业的风险分析

(二) “奶牛良种繁育补贴”对乳制品行业风险分析

(三) 《乳制品感官质量评鉴细则》对乳制品行业风险分析

三、乳制品行业市场风险分析

(一) 行业经济周期性波动风险

(二) 国际市场风险分析

(三) 市场竞争风险分析

(四) 原材料供应风险

(五) 市场区域分割的风险

(六) 价格风险

四、乳制品行业运行风险

(一) 乳制品行业供需运行趋势分析

(二) 乳制品行业运行风险分析

第十九章 2007-2010年中国乳制品行业投资策略分析

一、中国乳制品中长期发展具体对策分析

二、国内乳制品企业应加强的对策

(一) 产品多元化

(二) 高质量运行方式

(三) 生态乳业是中国乳业发展必由之路

(四) 中国乳制品企业发展战略

图表目录 (部分)

图表 2001-2007年主要乳品出口国家乳酪贸易状况

图表 2006-2007年世界脱脂奶粉价格走势

图表 2006-2007年世界黄油价格走势

图表 2006-2007年世界车打奶酪价格走势

图表 2002-2007年澳大利亚与中国牛奶产量和奶牛数量对比

图表 2007年欧洲乳制品分类价格

图表 2006-2007年各省区鲜乳品市场平均价格

图表 2007年中国鲜牛奶分省平均价格

图表 2003-2007年中国乳制品产量对比

图表 2007年北京市液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年天津市液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年河北省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年辽宁省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年吉林省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年河南省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年上海市液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年山东省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年福建省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年宁夏区液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年新疆区液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年甘肃省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年重庆市液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年四川省液体乳及乳制品制造合计

图表 2007年光明、蒙牛和伊利三家公司中高端产品比较

图表 2003-2007年中国乳制品产量情况

图表 2006-2007年中国主要城市乳制品及液体乳产量情况

图表 2005-2007年中国乳制品各类产品进出口情况

图表 2006-2007年乳品进出口情况

图表 2007年乳品进口统计

图表 2002-2007年蒙牛主要产品在中国销售量

图表 2005-2007年蒙牛、伊利、光明主要产品销售增长情况

图表 2005-2007年我国乳业市场占有率情况

图表 1999-2007年光明乳业营业额、利润总额和缴付所得税税率

图表 液态奶分销渠道模式比较

图表 伊利股份规划中的产能扩展情况

图表 伊利股份销售增长速度与行业增速对比

图表 伊利股份主营业务分行业情况

图表 伊利股份液态奶收入及毛利率变动情况

图表 计算光明乳业的内在价值

图表 光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例表

图表 2004-2008年光明乳业合并损益表

图表 2004-2008年光明乳业合并资产负债表

图表 2004-2008年光明乳业合并现金流量表

图表 2007-2010年伊利主要产品毛利率变化趋势

图表 2004-2009年伊利股份经营状况及预测

图表 2007-2010年国内乳清粉价格趋势图

图表 2007-2010年美国乳清粉、乳糖、蛋白乳清产量变化趋势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1903.html>