

2009-2012年中国婴幼儿奶粉行业投资分析及深度研究咨询报告

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

《2009-2012年中国婴幼儿奶粉行业投资分析及深度研究咨询报告》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/200907/21924.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

→内容简介

目前，我国婴幼儿奶粉市场规模将以每年15%的速度增长。中国目前婴幼儿奶粉市场规模是仅次于美国的全球第二大婴幼儿奶粉消费大国，市场容量快速增长，预计今后5年内还将以15%的速度增长。巨大的市场潜力吸引了大量业外人士加盟该行业，一些有实力的企业也加大产品研发和市场开拓力度。美国、日本、中国已经构成全球婴幼儿奶粉消费的第一阵营。我国每年大约有1700万婴儿，就算其中80%能够得到母乳喂养，那么还有20%，也就是340万婴儿没有母乳，需要用奶粉来喂养。经过计算，每个孩子每年需要27.2公斤奶粉，这样总计就大约需要9万吨奶粉/年，这里计算的是6个月以下的孩子；稍大一些的孩子每年大概需要31公斤奶粉，总共大约需要11万吨；加上母乳不够的，用一些奶粉来补充，大概也需要9万吨左右，这样每年的婴幼儿奶粉市场就需要30万吨。而排除其他因素，50%的市场也要15万吨。我国现在一年的婴幼儿奶粉产量仅8-10万吨，市场空间还很大。预计2009-2012年我国高档婴儿配方奶粉市场规模仍有可观增长，意味着高端市场对国产奶粉说有着诱人的利润。

进入2009年后，随着市场环境的变化，国内的母婴产品市场状况也出现了波动，不同产品呈现出了不同地域、不同环境和不同发展趋势的变化。2009年婴幼儿奶粉市场不同级别城市有不同特性。从婴幼儿奶粉消费变化趋势来看，国产品牌受三聚氰胺事件的影响在2008年11月份达到低谷之后，已经开始逐渐回升。目前事件对于婴幼儿奶粉消费的影响已经减小了很多。值得注意的是，不同级别城市消费奶粉有一定的特性，一级城市的婴幼儿奶粉消费主要集中在国外品牌；二级城市则是国外品牌和国内的知名品牌；三四级城市则更多地消费国内品牌奶粉。2009-2010年，婴幼儿奶粉行业格局发生变化，国产品牌形象重塑任重道远。受到三聚氰胺事件影响，消费者对于奶粉等食品安全造成的影响仍是心有余悸，这种背景下，人们出于慎重考虑，消费时仍会倾向国外品牌；国外品牌也可能就此发难国产品牌，同时国外品牌将会进一步加速在中国的战略推广和布局。

近几年来，我国婴幼儿奶粉的市场竞争将进入白热化。到2010年中国的乳制品市场将达到200亿美元的规模，同时乳制品市场将有半数的企业被淘汰。婴幼儿奶粉市场的生产企业也会走向强者愈强，市场趋于寡头的结局。2008年起，我国迎来新一波婴儿潮。婴幼儿奶粉市场仍保持快速增长势头，预计到2010年，整个中国婴幼儿配方奶粉市场规模可达300亿元人民币。目前，中外巨头都在加入竞争阵营，且高端配方奶粉将成其抢夺最大目标，预计2009年将占市场半壁江山。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国饮料工业协会、中国食品工

业协会、中国乳制品工业协会、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内婴幼儿奶粉行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国婴幼儿奶粉行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国婴幼儿奶粉行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是婴幼儿奶粉行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 婴幼儿奶粉的概述 1

第一节 奶粉的概述 1

一、奶粉的定义 1

二、奶粉的分类 1

三、奶粉的成分和产品特点 3

四、普通奶粉与配方奶粉的区别 5

五、奶粉选择研究 6

第二节 婴幼儿奶粉的定义和特点 12

一、婴幼儿奶粉的定义 12

二、婴幼儿奶粉的特点 13

第二章 世界婴幼儿奶粉市场分析 15

第一节 世界婴幼儿奶粉市场发展分析 15

一、世界婴幼儿奶粉市场格局 15

二、欧盟奶粉市场发展情况 16

第二节 2008-2009年部分国家婴幼儿奶粉市场分析 17

一、韩国 17

二、美国 18

三、日本 20

四、印尼 21

第三章 2009年我国婴幼儿奶粉行业发展分析 22

第一节 我国婴幼儿奶粉市场发展分析 22

- 一、2009年1季度婴幼儿奶粉行业分析 22
- 二、2009年婴幼儿奶粉业发展态势 27
- 三、2009年婴幼儿奶粉市场发展格局分析 31
- 第二节 2009年我国婴幼儿奶粉进口情况分析 32
 - 一、2009年1季度中国奶粉进口情况 32
 - 二、2009年我国婴幼儿乳制品进口情况 35
 - 三、2009年进口奶粉市场态势 35
 - 四、2009年进口奶粉对国产奶粉影响分析 36
- 第三节 2009年我国婴幼儿奶粉存在的问题 39
 - 一、2009年洋奶粉国产化分析 39
 - 二、2009年奶粉事件后续影响分析 43
 - 三、2009年国产奶粉发展存在的问题 48
- 第四章 2009年我国婴幼儿奶粉市场发展情况 51
 - 第一节 婴儿配方奶粉市场调查分析 51
 - 一、2008年婴幼儿配方奶粉市场价格分析 51
 - 二、中国婴幼儿配方奶粉市场质量情况 55
 - 三、生产配方奶粉应设门槛 56
 - 四、配方奶粉以母乳为标准 57
 - 第二节 2009年我国部分省市婴幼儿奶粉市场分析 57
 - 一、北京市 57
 - 二、贵州省 58
 - 三、安徽省 59
 - 四、绍兴市 60
 - 五、广东省 61
 - 六、云南省 62
 - 七、甘肃省 63
- 第五章 2009年婴幼儿奶粉消费市场分析 64
 - 第一节 婴幼儿市场消费环境总体评价 64
 - 一、安全性最令消费者困扰 65
 - 二、消费者对婴幼儿奶粉的信任度 66
 - 第二节 消费环境评价 67
 - 一、消费者对奶粉市场的期盼 67

二、消费者对产品质量和价格的评价	68
第三节 婴幼儿奶粉品牌占有率及信誉度	70
一、品牌占有率	70
二、品牌信誉度	71
第四节 婴幼儿奶粉消费行为偏好	75
一、消费者购买奶粉主要考虑因素	75
二、消费者群体关注的品牌	75
第六章 婴幼儿奶粉关联行业市场发展分析	78
第一节 畜牧业	78
一、金融危机冲击下畜牧业发展的分析	78
二、2009年1季度畜牧业发展情况	81
三、发展草地畜牧业的策略	83
四、2009年畜牧业发展重点	84
五、2009年我国畜牧业发展方向	87
六、“十一五”期间我国畜牧业发展目标和重点	89
第二节 乳制品行业	92
一、2009年乳制品产量分析	92
二、2009年我国乳制品出口分析	99
三、2009年中国乳制品品牌生存发展情况分析	101
四、2009年1季度我国乳制品行业分析	107
五、2009年国产乳业发展态势	108
第三节 液态乳及奶业	109
一、2009年液体乳产量分析	109
二、2009年中国奶业一体化发展分析	116
三、2009年中国奶业变化格局	118
四、2009年中国奶业转型升级分析	125
五、2009年原料奶市场价格分析	127
第二部分 行业竞争格局	
第七章 2009年婴幼儿奶粉市场竞争分析	129
第一节 2009年婴幼儿奶粉市场竞争格局分析	129
一、三鹿奶粉事件影响国内中低档奶粉企业竞争格局	129
二、2009年婴幼儿奶粉市场竞争加剧	131

- 三、2009年婴幼儿奶粉竞争格局 132
- 第二节 我国婴幼儿奶粉行业市场竞争分析 133
 - 一、品牌竞争 133
 - 二、市场竞争 134
 - 三、高端婴幼儿奶粉竞争情况 135
- 第三节 2009年婴幼儿奶粉竞争现状 135
 - 一、2008年荷兰皇家奶粉品牌正式进中国 135
 - 二、2009年奶粉市场国外品牌竞争情况 137
 - 三、2009年奶粉市场价格竞争情况 138
- 第八章 婴幼儿奶粉主要品牌分析 140
 - 第一节 美赞臣 140
 - 一、美赞臣用服务打造品牌 140
 - 二、美赞臣在中国的市场开拓分析 141
 - 三、美赞臣品牌奶粉百年品牌内涵分析 142
 - 第二节 惠氏 144
 - 一、惠氏品牌介绍 144
 - 二、惠氏品牌给国产奶粉企业的启示 145
 - 三、2009年惠氏奶粉市场动态 146
 - 第三节 伊利 148
 - 一、2009年伊利奶粉投资情况分析 148
 - 二、2009年伊利高端奶粉产品优势分析 150
 - 三、2009年1季度伊利婴儿奶粉盈利情况 152
 - 四、2009年伊利奶粉转战高档市场 152
 - 第四节 蒙牛 153
 - 一、2009年蒙牛发展新格局 153
 - 二、蒙牛奶粉的营销渠道变革策略分析 156
 - 第五节 完达山 164
 - 一、2009年完达山发展新格局 164
 - 二、2009年完达山奶粉业发展优势 166
 - 三、完达山品牌效应 167
 - 第六节 其他婴幼儿奶粉品牌分析 171
 - 一、雅士利 171

二、多美滋	181
三、雀巢	182
四、施恩	183
五、雅培	185
六、雀巢	186
七、明治	187
八、澳优	187
第九章 婴幼儿奶粉优势企业分析	188
第一节 美赞臣公司	188
一、公司概况	188
二、美赞臣公司的经营理念	189
三、美赞臣力拓婴幼儿奶粉市场	189
第二节 惠氏集团	191
一、公司概况	191
二、2009年公司动态	193
第三节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司	194
一、公司概况	194
二、2008-2009年公司经营情况	196
三、2009年公司动态	199
第四节 内蒙古蒙牛乳业集团	201
一、公司概况	201
二、2008-2009年公司经营情况	204
三、2009年公司动态	213
第五节 雀巢公司	216
一、公司概况	216
二、2009年公司经营情况	220
第六节 光明乳业股份有限公司	220
一、公司概况	220
二、2008-2009年公司经营情况	221
三、2009年公司动态	224
第七节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司	226
一、公司概况	226

二、公司动态 229

第八节 其他企业分析 230

一、雅士利集团 230

二、美国雅培（集团）有限公司 232

三、杭州贝因美集团有限公司 232

四、北京三元集团有限责任公司 234

第三部分 行业营销及发展趋势

第十章 婴幼儿奶粉营销分析 237

第一节 国产婴幼儿奶粉品牌营销现状 237

一、我国婴幼儿奶粉须突破营销抢占高端市场 237

二、2009年国产奶粉营销情况分析 239

第二节 婴幼儿奶粉行业4P组合营销研究 241

一、产品VS需求 241

二、价格VS价值 242

三、渠道VS方便性 243

四、促销VS传播 244

五、4P组合的变化 245

六、4P的新发展 246

七、以不变应万变 247

第三节 婴幼儿奶粉三种成功营销模式 247

一、差异化营销 247

二、数据库营销 247

三、整合式营销 247

第十一章 婴幼儿奶粉发展趋势分析 249

第一节 2009年婴幼儿奶粉行业展望 249

一、婴幼儿奶粉消费市场发展潜力 249

二、2009年婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代 251

三、2009年婴幼儿奶粉市场发展趋势 251

第二节 2009-2012年婴幼儿奶粉市场发展趋势 254

一、2009-2012年婴幼儿奶粉市场需求分析 254

二、2009-2012年我国婴幼儿奶粉市场竞争趋势 255

三、2009-2012年婴幼儿奶粉市场规模发展趋势 256

四、2009-2012年婴幼儿奶粉包装的发展趋势	257
第四部分 行业投资战略研究	
第十二章 婴幼儿奶粉行业投资环境分析	259
第一节 经济发展环境分析	259
一、2008年中国宏观经济发展情况	259
二、2009年1-5月我国宏观经济运行分析	276
三、2009-2010年中国宏观经济趋势预测	288
四、2009-2010年投资趋势及其影响预测	293
第二节 政策发展环境分析	295
一、2009年《食品安全法》的实施对婴幼儿奶粉的影响	295
二、2009年我国奶粉收储政策分析	299
三、乳制品工业产业政策（2009年修订）	301
第三节 社会发展环境分析	314
一、2008-2009年居民消费价格分类指数分析	314
二、2009年1季度全国居民收入情况分析	322
三、2009年1-5月全国社会消费品零售总额	323
四、2009年1-5月全国居民消费价格分析	324
第十三章 婴幼儿奶粉行业投资战略研究	330
第一节 2009年婴幼儿奶粉投资机会分析	330
一、奶粉业市场投资机会	330
二、乳业市场投资现状	332
三、乳业投资机会	333
第二节 婴幼儿奶粉行业发展战略研究	336
一、技术开发战略	336
二、产业战略规划	340
三、业务组合战略	342
四、营销战略规划	344
五、区域战略规划	346
六、企业信息化战略规划	356
第三节 2009-2012年我国婴幼儿奶粉企业发展策略	358
一、坚守核心主业	358
二、构建优质渠道	358

三、整合优质资源 359

四、提升经营能力 360

图表目录：

图表：对目前婴幼儿奶粉消费感到困扰的问题 66

图表：消费者不放心婴幼儿奶粉的领域 67

图表：2009年对奶粉市场的评价 68

图表：2009年对奶粉市场评价孩子年龄差异 69

图表：2009年对奶粉市场评价家庭收入差异 69

图表：2009年对奶粉市场评价城市规模差异 69

图表：2008年经常购买奶粉品牌 70

图表：2008年经常购买奶粉品牌家庭收入差异 71

图表：2008年经常购买奶粉品牌城市规模差异 71

图表：2009年信赖奶粉品牌 72

图表：2009年奶粉品牌信赖比例与占有率对比 73

图表：2009年信赖奶粉品牌家庭收入差异 73

图表：2009年信赖奶粉品牌城市规模差异 74

图表：2009年信赖奶粉品牌信赖方面 74

图表：2009年购买奶粉考虑因素 75

图表：2009年购买奶粉考虑因素孩子年龄差异 76

图表：2009年购买奶粉考虑因素家庭收入差异 76

图表：2009年购买奶粉考虑因素城市规模差异 77

图表：2009年2-5月乳制品产量全国合计 92

图表：2009年2-5月乳制品产量北京市合计 92

图表：2009年2-5月乳制品产量天津市合计 92

图表：2009年2-5月乳制品产量河北省合计 93

图表：2009年2-5月乳制品产量山西省合计 93

图表：2009年2-5月乳制品产量辽宁省合计 93

图表：2009年2-5月乳制品产量吉林省合计 93

图表：2009年2-5月乳制品产量黑龙江合计 93

图表：2009年2-5月乳制品产量上海市合计 94

图表：2009年2-5月乳制品产量江苏省合计 94

图表：2009年2-5月乳制品产量浙江省合计 94

图表：2009年2-5月乳制品产量安徽省合计 94
图表：2009年2-5月乳制品产量福建省合计 95
图表：2009年2-5月乳制品产量江西省合计 95
图表：2009年2-5月乳制品产量山东省合计 95
图表：2009年2-5月乳制品产量河南省合计 95
图表：2009年2-5月乳制品产量湖北省合计 95
图表：2009年2-5月乳制品产量湖南省合计 96
图表：2009年2-5月乳制品产量广东省合计 96
图表：2009年2-5月乳制品产量广西区合计 96
图表：2009年2-5月乳制品产量海南省合计 96
图表：2009年2-5月乳制品产量重庆市合计 97
图表：2009年2-5月乳制品产量四川省合计 97
图表：2009年2-5月乳制品产量贵州省合计 97
图表：2009年2-5月乳制品产量云南省合计 97
图表：2009年2-5月乳制品产量陕西省合计 97
图表：2009年2-5月乳制品产量甘肃省合计 98
图表：2009年2-5月乳制品产量新疆区合计 98
图表：2009年2-5月乳制品产量宁夏区合计 98
图表：2009年2-5月乳制品产量内蒙古合计 98
图表：2009年2-5月乳制品产量青海省合计 99
图表：2009年2-5月乳制品产量西藏区合计 99
图表：2009年2-5月液体乳产量全国合计 109
图表：2009年2-5月液体乳产量北京市合计 109
图表：2009年2-5月液体乳产量天津市合计 110
图表：2009年2-5月液体乳产量河北省合计 110
图表：2009年2-5月液体乳产量山西省合计 110
图表：2009年2-5月液体乳产量辽宁省合计 110
图表：2009年2-5月液体乳产量吉林省合计 110
图表：2009年2-5月液体乳产量黑龙江合计 111
图表：2009年2-5月液体乳产量上海市合计 111
图表：2009年2-5月液体乳产量江苏省合计 111
图表：2009年2-5月液体乳产量浙江省合计 111

图表：2009年2-5月液体乳产量安徽省合计 112

图表：2009年2-5月液体乳产量福建省合计 112

图表：2009年2-5月液体乳产量江西省合计 112

图表：2009年2-5月液体乳产量山东省合计 112

图表：2009年2-5月液体乳产量河南省合计 112

图表：2009年2-5月液体乳产量湖北省合计 113

图表：2009年2-5月液体乳产量湖南省合计 113

图表：2009年2-5月液体乳产量广东省合计 113

图表：2009年2-5月液体乳产量广西区合计 113

图表：2009年2-5月液体乳产量海南省合计 114

图表：2009年2-5月液体乳产量重庆市合计 114

图表：2009年2-5月液体乳产量四川省合计 114

图表：2009年2-5月液体乳产量贵州省合计 114

图表：2009年2-5月液体乳产量云南省合计 114

图表：2009年2-5月液体乳产量陕西省合计 115

图表：2009年2-5月液体乳产量甘肃省合计 115

图表：2009年2-5月液体乳产量新疆区合计 115

图表：2009年2-5月液体乳产量宁夏区合计 115

图表：2009年2-5月液体乳产量内蒙古合计 116

图表：2009年2-5月液体乳产量青海省合计 116

图表：2009年2-5月液体乳产量西藏区合计 116

图表：2008年4季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成表 196

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标 196

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表 197

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表 197

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表 197

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表 198

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表 198

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表 198

图表：2008-2009年1季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润分配表 198

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司按产品划分之收入 205

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司按液体奶产品划分之收入 205

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司综合利润表 208

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司综合资产负债表 209

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司综合权益变动表 210

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司综合现金流量表 211

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司综合现金流量表 212

图表：2008年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司资产负债表 213

图表：2008年4季度光明乳业股份有限公司主营构成表 221

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司每股指标 221

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司获利能力表 222

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司经营能力表 222

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司偿债能力表 222

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司资本结构表 223

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司发展能力表 223

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司现金流量分析表 223

图表：2008-2009年1季度光明乳业股份有限公司利润分配表 223

图表：完达山乳业股份有限公司销售网络 229

图表：2008年1-4季度国内生产总值 259

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度 260

图表：2004-2008年居民消费价格指数涨跌幅度 260

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度 261

图表：2004-2008年年末国家外汇储备 261

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度 262

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度 263

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度 264

图表：2008年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 265

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度 266

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度 266

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 267

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力 268

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况 268

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 269

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 270

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度 270

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度 271

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度 271

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 272

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度 272

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度 273

图表：2008年人口数及其构成 274

图表：2004-2008年农村居民人均可支配收入及其增长速度 274

图表：2004-2008年城镇居民人均可支配收入及其增长速度 275

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 276

图表：2009年1季度我国国民经济运行数据 279

图表：2008-2009年3月国房景气指数 279

图表：2008-2009年3月房地产开发投资指数 280

图表：2008-2009年2月国家货币供应量 280

图表：2008-2009年2月全国房地产开发投资情况 281

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率走势图 281

图表：2008-2009年2月工业总产值和同比增长率情况 282

图表：2008-2009年2月社会消费品零售总额 282

图表：2008-2009年2月全国外商直接投资增长率 283

图表：2008-2009年3月全国GDP、CPI和PPI涨幅 283

图表：2009年1季度一年期存款利率与居民消费价格指数走势图 284

图表：2009年1季度居民消费价格指数走势图 284

图表：2009年1季度我国进出口贸易情况走势图 285

图表：2009年1季度我国GDP走势图 285

图表：2006-2009年1季度中国GDP季度走势 287

图表：2008-2009年5月CPI、PPI涨幅走势图 287

图表：2008-2009年5月全国70大中城市房价涨幅走势图 288

图表：2008-2009年5月进出口总值 288

图表：乳业企业能源消耗及水消耗应低于以下指标 305

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 314

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 314

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 315

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 315
图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 316
图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 316
图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 317
图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 317
图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析 318
图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析 318
图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析 319
图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析 319
图表：2009年1月居民消费价格分类指数分析 320
图表：2009年2月居民消费价格分类指数分析 320
图表：2009年3月居民消费价格分类指数分析 321
图表：2009年4月居民消费价格分类指数分析 321
图表：2009年5月居民消费价格分类指数分析 322
图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 327
图表：2006-2008年中国乳业企业融资情况 335
图表：区域发展战略咨询流程图 353
图表：区域SWOT战略分析图 355

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200907/21924.html>