

# 2008年中国乳制品市场研究发展 分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2008年中国乳制品市场研究发展分析报告》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/200805/361.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

### 目录

#### 第一章 2007年全球乳制品行业发展分析 1

##### 一、全球乳制品需求强劲分析 1

##### 二、全球乳制品主要消费市场分析 2

##### 三、全球乳制品贸易状况分析 2

##### 四、中国成为世界乳业发展标杆分析 3

#### 第二章 2007年全球乳制品行业主要国家运行状况分析 5

##### 一、美国乳制品行业发展分析 5

###### (一) 2007年经济增长对美国乳品出口的影响分析 5

###### (二) 美国对液态乳的监管法规简介 6

###### (三) 2007年美国乳业发展简况 13

###### (四) 美国乳制品包装市场需求预测 13

###### (五) 美国乳制品发展前景分析 14

##### 二、澳大利亚乳制品行业发展分析 14

###### (一) 澳大利亚乳制品产业的优势 14

###### (二) 澳大利亚乳制品产业概况和发展趋势 14

###### (三) 澳大利亚乳制品消费解析 18

###### (四) 澳大利亚乳制品行业发展对中国启示分析 21

##### 三、新西兰乳制品行业发展分析 22

###### (一) 新西兰乳业发展现状 22

###### (二) 新西兰乳业生产 24

###### (三) 新西兰乳制品贸易 26

###### (四) 新西兰与中国乳制品贸易 28

##### 四、印度乳制品市场发展概况 29

###### (一) 印度乳业成功发展的原因解析 29

###### (二) 印度推行乳业综合发展计划成绩显著 29

###### (三) 印度乳制品出口潜力分析 33

##### 五、韩国奶业发展基本概况 33

###### (一) 韩国乳业发展简述 33

(二) 韩国乳品市场的现状及发展	34
(三) 韩国乳品质量安全管理及功能产品开发	36
第三章 中国乳制品行业发展现状及策略分析	39
一、2007年中国乳制品行业现状分析	39
二、中国乳制品行业技术环境分析	40
(一) 我国奶牛养殖业技术环境分析	40
1、近年我国奶牛养殖模式分析	40
2、2007-2010年中国奶业的发展环境分析	41
(二) 乳制品加工技术	42
1、巴氏杀菌	42
2、灭菌乳的加工	43
3、酸乳的加工	46
4、乳酸菌饮料的加工工艺	47
5、乳制品的包装技术分析	50
(三) 我国奶业发展亟待突破六大技术难点	52
三、中国乳业存在问题与差距分析	54
(一) 中国乳品质量安全问题	54
(二) 中国与世界水平存在差距	55
(三) 乳业自主创新能力分析	56
四、中国乳制品发展策略分析	58
(一) 中国乳业品牌的追随策略分析	58
(二) 采取适度宏观调控等措施推动乳业升级发展	60
(三) 技术创新是乳制品行业发展的出路	60
(四) 奶业发展的产业化经营	61
(五) 加强奶业环境保护走可持续发展之路	62
第四章 2007年中国乳制品制造工业数据分析	65
一、2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造业总体数据分析	65
(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	65
(二) 2007年1-11月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析	68
二、2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析	70
(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	70
(二) 2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析	71

三、2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析	72
(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	72
(二) 2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析	72
第五章 2007年中国乳制品市场发展状况分析	73
一、2007年乳制品市场状况分析	73
(一) 中国乳业市场形势分析	73
(二) 原料上涨乳业却打价格战	75
(三) 中国乳业市场逐步走向“三国鼎立”	77
二、乳品市场问题与挑战	79
(一) 乳品业之价格战	79
(二) 中国乳品安全接轨国际的困惑	80
(三) 中国巴氏奶仍陷入内忧外患	81
三、乳品市场发展策略及前景分析	83
(一) 中国牛奶市场的特点及营销推广	83
(二) 乳品新产品开发的有效途径	88
(三) 中国将成全球乳制品消费最大潜在市场	90
第六章 2007年中国乳制品行业供给现状分析	91
一、我国乳制品行业整体供给分析	91
(一) 供给总量及速率分析	91
(二) 供给特点分析	92
1、产品种类更加丰富	92
2、质量标准全面提高	97
3、奶源建设更加扎实	97
4、乳品结构更加合理	97
二、我国乳制品行业供给分析及预测	98
(一) 在建及拟建项目分析	98
1、黄冈市现代化乳业综合项目	98
2、黑龙江奶源基地建设项目	98
3、塞北管理区十万头奶牛绿色奶源基地建设项目	99
4、蒙牛通州工厂二期工程	99
5、三鹿扩建日产1000吨液态奶生产线项目	99
6、良种奶牛繁育、优质奶源基地建设及乳制品深加工项目	100

## 7、伊利广东佛山150吨冷饮项目 100

### (二) 产能分析及预测 100

## 第七章 2007年中国乳制品行业需求分析 103

### 一、2007年我国乳制品行业整体需求分析 103

#### (一) 行业需求量及人均消费量分析 103

#### (二) 需求特点分析 103

#### (三) 影响乳制品消费的主要因素 104

##### 1、收入因素 104

##### 2、消费习惯和消费偏好 105

##### 3、年龄因素 107

##### 4、人口数量及结构变动因素 107

### 二、2007年我国乳制品行业需求结构分析 108

#### (一) 消费区域结构分析 108

#### (二) 消费品种结构分析 109

#### (三) 消费者构成分析 110

##### 1、不同文化程度人群乳制品消费分析 110

##### 2、不同职业人群乳制品消费分析 111

## 第八章 2006-2007年中国乳制品产销数据分析 112

### 一、2006-2007年11月中国乳制品产品产量数据 112

#### (一) 2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据 112

#### (二) 2007年1-11月中国重点省市乳制品产品产量数据 113

### 二、2006-2007年11月中国液体乳产品产量数据 115

#### (一) 2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据 115

#### (二) 2007年1-11月中国重点省市液体乳产品产量数据 116

### 三、乳制品销售收入前十家企业数据分析 118

#### (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 118

#### (二) 2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业 119

## 第九章 液态乳 120

### 一、液态乳市场分析 120

#### (一) 中国液态乳发展特点 120

#### (二) 液态乳市场现状 122

#### (三) 液态乳消费者分析 122

## 二、液态乳市场监管情况 123

- (一) 液态乳市场逐步走向规范 123
- (二) 液态乳受到重点监控 123
- (三) 2007年起液体乳出厂须明确标明生产日期 124

## 三、液态乳市场竞争分析 125

- (一) 中国液态乳的市场格局 125
- (二) 液态乳市场竞争局势 127
- (三) 液态乳产品细分战 128
- (四) 液态乳竞争策略 135

## 四、液态乳营销分析 138

- (一) 中国液态乳营销中存在的问题 138
- (二) 提高中国液态奶营销水平的途径 140
- (三) 液态乳营销策略探析 142
- (四) 浅析液态乳营销的分工及协同作战 146
- (五) 光明液态乳营销渠道之模式分析 150
- (六) UHT奶的社区营销发展策略 153

## 五、液态乳发展策略及趋势 161

- (一) 同质化中差异性发展 161
- (二) 液态乳市场发展趋势 162
- (三) 液态乳制品生产技术及产品的发展趋势 165

## 第十章 奶粉 170

### 一、奶粉行业分析 170

- (一) 后奶粉时代的来临 170
- (二) 奶粉业产品创新所面临的挑战 171
- (三) 奶粉行业产品创新的原则 173

### 二、奶粉市场分析 177

- (一) 奶粉企业争夺高端市场 177
- (二) 奶粉业面临涨价局面 179
- (三) 中国国产奶粉品牌迈向不同归宿 183
- (四) 中国奶粉市场蕴含巨大潜力 185

### 三、婴幼儿奶粉市场 187

- (一) 中国婴幼儿奶粉市场现状分析 187

- (二) 中国婴幼儿奶粉市场之格局分析 188
- (三) 中国婴幼儿配方奶粉的质量现状 190
- (四) 中外激夺婴幼儿奶粉高端市场 191
- 四、奶粉发展策略分析 193
  - (一) 奶粉营销策略 193
  - (二) 中国奶粉企业进入高端市场分析 195
  - (三) 国产奶粉还须抓住质量关键 196
- 第十一章 冷饮行业发展状况分析 199
  - 一、冷饮行业总体特征和现状 199
  - 二、冷饮行业运行特点分析 202
    - (一) 优胜劣汰出现质变,行业垄断势头增加 202
    - (二) 中国的冰淇淋消费步伐加快 203
    - (三) 冷饮企业新产品档次普遍提升 204
  - 三、中国冰淇淋市场品牌竞争特点 205
  - 四、浅析中国冰淇淋品牌竞争格局及策略 205
  - 五、2007-2010年冷饮行业运行趋势分析 208
- 第十二章 奶酪、酸奶 212
  - 一、奶酪 212
    - (一) 奶酪相关介绍 212
    - (二) 中国奶酪市场现状 216
    - (三) 奶酪行业影响因素分析 216
      - 1、价格因素 216
      - 2、口味 217
      - 3、消费观念 217
    - (四) 中国奶酪市场的机会与风险分析 217
    - (五) 奶酪在乳制品市场的发展蕴藏巨大潜力 219
  - 二、酸奶 221
    - (一) 国内酸奶发酵剂使用状况 221
    - (二) 中国乳酸菌标准偏低引起市场混乱 222
    - (三) 长效酸奶在中国市场有广阔前景 225
    - (四) 未来酸奶的发展趋势 225
    - (五) 酸奶品种发展的流行趋势 226



### 第十三章 2007年中国乳制品行业竞争分析 227

#### 一、乳制品行业发展阶段评价 227

#### 二、乳制品行业竞争特点分析 228

##### (一) 乳制品行业市场竞争综合评价 228

##### (二) 中国乳制品行业竞争结构分析 229

##### 1、供应商分析 229

##### 2、购买者分析 229

##### 3、替代品分析 230

##### 4、潜在竞争者分析 230

##### 5、产业内竞争者分析 232

##### (三) 中国乳制品行业竞争策略分析 233

##### 1、全国型企业集团竞争策略的重点 233

##### 2、地方型企业集团竞争策略重点 234

##### (四) 中国乳制品行业竞争发展趋势 235

##### 1、市场竞争由产品竞争扩展到资源的竞争 235

##### 2、从产品经营转向资本运营 235

##### 3、宏观联合，微观竞争 236

#### 三、乳品市场的品牌竞争 237

##### (一) 液体乳主要品牌的竞争状况 237

##### (二) 乳制品主要品牌的竞争状况 237

##### (三) 2007年的品牌竞争市场分析 238

### 第十四章 中国乳制品主要生产地区分析 241

#### 一、我国乳制品行业区域分布总体分析及预测 241

##### (一) 乳制品行业区域分布特点分析 241

##### (二) 乳制品产量分布特征分析 243

##### (三) 分区域经济效益状况分析 244

#### 二、内蒙古乳制品行业发展分析及预测 247

##### (一) 内蒙古乳制品行业概述 247

##### (二) 内蒙古乳制品行业经济运行分析及预测 248

##### (三) 内蒙古乳制品行业发展条件分析 252

#### 三、河北省乳制品行业发展分析及预测 252

##### (一) 河北省乳制品工业概述 252

- (二) 河北省乳制品行业经济运行分析及预测 254
- (三) 河北省乳制品行业发展条件分析及预测 258
- 四、黑龙江省乳制品行业发展状况分析 258
  - (一) 黑龙江省乳制品工业概述 258
  - (二) 黑龙江省乳制品行业经济运行分析及预测 260
  - (三) 黑龙江省乳制品行业发展条件分析及预测 263
- 五、山东省乳制品行业发展分析 264
  - (一) 山东省乳制品工业概述 264
  - (二) 山东省乳制品行业经济运行分析及预测 267
  - (三) 山东省乳制品行业发展条件分析及预测 271
- 六、上海地区行业发展分析 271
  - (一) 上海地区乳制品工业概述 271
  - (二) 上海地区乳制品行业经济运行分析及预测 272
  - (三) 上海地区乳制品行业发展条件分析及预测 276
- 第十五章 中国外乳制品行业优势公司经营情况分析 278
  - 一、瑞典雀巢公司 278
    - (一) 公司概况 278
    - (二) 公司在华发展状况分析 279
    - (三) 市场动态分析 280
  - 二、法国达能集团 281
    - (一) 集团概况 281
    - (二) 市场发展 281
    - (三) 并购之道 284
  - 三、美国惠氏公司 284
    - (一) 公司概况 284
    - (二) 公司发展状况分析 285
  - 四、维维食品饮料股份有限公司 286
    - (一) 公司简介 286
    - (二) 公司财务状况分析 288
    - (三) 公司发展战略分析 291
  - 五、内蒙古蒙牛乳业集团 297
    - (一) 公司简介 297

- (二) 蒙牛集团营销渠道策略 299
- (三) 蒙牛牛奶国际市场动态 301
- 六、伊利股份 302
  - (一) 伊利股份发展思路及趋势分析 302
  - (二) 公司主要产品市场情况 303
  - (三) 公司基本财务数据分析 305
- 七、光明乳业 308
  - (一) 2007年公司最新动态 308
  - (二) 光明液态奶渠道多元整合模式 309
  - (三) 2007年公司盈利趋势 316
  - (四) 2007年公司主要财务数据(三年) 317
- 八、三鹿集团 327
  - (一) 公司简介 327
  - (二) 品牌运营分析 327
  - (三) 公司发展策略分析 332
- 九、黑龙江省完达山乳业集团 333
  - (一) 公司简介 333
  - (二) 品牌发展战略分析 334
- 十、北京三元食品股份有限公司 335
  - (一) 公司概况 335
  - (二) 财务分析 336
  - (三) 市场分析 338
  - (四) 公司发展综合评价及前景预测 339
- 第十六章 中国乳制品关联行业运行状况分析 341
  - 一、包装行业 341
    - (一) 乳制品包装现状及发展趋势 341
    - (二) 影响中国乳制品包装因素 343
    - (三) 乳制品包装问题及创新设计 344
    - (四) 液态奶包装市场现状及主要问题 347
    - (五) 国外乳饮品包装趋势 350
  - 二、奶牛饲养业 353
    - (一) 中国奶牛业发展现状 353

(二) 中国奶牛业发展推动力	363
(三) 奶牛饲养存在问题及对策	366
(四) 奶牛业发展前景	369
第十七章 2007-2010年中国乳制品发展前景预测分析	372
一、2007-2010年中国乳制品行业需求趋势与供给能力分析预测	372
(一) 2007-2010年中国乳制品消费需求预测分析	372
1、消费总量将持续上涨	372
2、城镇居民仍是消费主体	373
3、乳业各部门将同步增长	374
(二) 中国乳品供给预测分析	374
二、2007-2010年中国乳制品市场价格走势分析	375
三、2007-2010年中国乳制品行业市场竞争预测分析	375
(一) 中国乳业高端竞争趋势分析	375
(二) 2007年乳业变局：阵营之战利润之战	375
(三) 乳制品未来竞争趋势	377
第十八章 2007-2010年中国乳制品行业投资环境和风险分析	378
一、2007-2010年乳制品行业经济环境风险分析	378
二、乳制品行业产业政策环境风险分析	384
(一) “禁鲜令”对乳制品行业的风险分析	384
(二) “奶牛良种繁育补贴”对乳制品行业风险分析	386
(三) 《乳制品感官质量评鉴细则》对乳制品行业风险分析	386
三、乳制品行业市场风险分析	387
(一) 行业经济周期性波动风险	387
(二) 国际市场风险分析	389
(三) 市场竞争风险分析	392
(四) 原材料供应风险	395
(五) 市场区域分割的风险	396
(六) 价格风险	398
四、乳制品行业运行风险	399
(一) 乳制品行业供需运行趋势分析	399
(二) 乳制品行业运行风险分析	399
第十九章 2007-2010年中国乳制品行业投资策略分析	402

- 一、中国乳制品中长期发展具体对策分析 402
- 二、国内乳制品企业应加强的对策 404
  - (一) 产品多元化 404
  - (二) 高质量运行方式 405
  - (三) 生态乳业是中国乳业发展必由之路 410
  - (四) 中国乳制品企业发展战略 414

图表目录:

- 图表1:新西兰原奶、乳品产量及其占世界的比例 单位:万t、% 31
- 图表2:新西兰乳制品出口量及占世界的比例 单位:万t、% 32
- 图表3:中国从新西兰进口的乳制品量及其比例 单位:t、% 33
- 图表4:电子皮带称计量原理图 63
- 图表5:2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析 79
- 图表6:2007年1-11月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析 82
- 图表7:2006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 85
- 图表8:2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析 85
- 图表9:2006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 86
- 图表10:2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析 86
- 图表11:2005-2007年1-11月乳制品产量 111
- 图表12:2003~2006年规模以上乳制品制造企业总数 112
- 图表13:2006年伊利新增产能(万吨)与增长幅度 123
- 图表14:2005-2006年伊利蒙牛产能扩张统计 123
- 图表15:城镇居民人均乳制品消费量(千克/人) 125
- 图表16:城镇和农村居民的畜产品消费偏好(%) 128
- 图表17:我国农民家庭主要实物消费品年均消费量(公斤/人) 129
- 图表18:居民人均奶及奶制品消费前十名的城市 131
- 图表19:城镇居民人均消费鲜奶量统计 133
- 图表20:2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据 135
- 图表21:2007年1-11月中国重点省市乳制品产品产量数据 136
- 图表22:2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据 138
- 图表23:2007年1-11月中国重点省市液体乳产品产量数据 140
- 图表24:2006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 142
- 图表25:2007年1-11月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业 142

图表26:近年中国各种液态奶增长情况一览表(单位:万吨;%) 146

图表27: 液态奶分销渠道模式比较表 172

图表28:液态奶主要零售终端类型 174

图表29:光明乳业主要城市保鲜奶渠道分布表 181

图表30:光明乳业主要城市常温奶渠道分布表 182

图表31:光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例表 183

图表32:直营模式 187

图表33:分销模式 187

图表34:奶酪、酸奶和牛奶的营养价值比较表(均以100克记) 261

图表35:2003~2006年乳制品销售收入、总资产及其增速 276

图表36:2003~2006年单个企业平均固定资产净值 282

图表37:2006年度乳制品最具市场竞争力品牌名单 288

图表38:2006年乳制品行业地区分布情况(%) 292

图表39:2007年1-11月乳制品行业区域分布 294

图表40:2007年1-11月乳制品产量区域分布 295

图表41:2006年各乳制品行业区域经济效益状况 296

图表42:2007年1-11月乳制品行业分区域经济效益状况分析 298

图表43:2003~2006年内蒙古乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析 300

图表44:2003~2006年内蒙古乳制品行业运行效率对比分析 301

图表45:2007年1-11月内蒙古乳制品行业经济运行分析 301

图表46:2003~2006年河北省乳制品产量 305

图表47:2003~2006年河北省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析 307

图表48:2003~2006年河北省乳制品行业运行效率对比分析 308

图表49:2007年1-11月河北省乳制品行业经济运行分析 308

图表50:2003~2006年黑龙江乳制品产量 312

图表51:2003~2006年黑龙江省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析 314

图表52:2003~2006年黑龙江省乳制品行业运行效率对比分析 314

图表53:2007年1-11月黑龙江省乳制品行业经济运行分析 315

图表54:2003~2006年山东省乳制品产量 319

图表55:2003~2006年山东省乳制品行业运行效率对比分析 323

图表56:2007年1-11月山东省乳制品行业经济运行分析 323

图表57:2003~2006年上海市乳制品产量 327

图表58:2003~2006年上海市乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析 328  
图表59:2003 ~ 2006年上海市乳制品行业运行效率对比分析 328  
图表60:2007年1-11月上海市乳制品行业经济运行分析 329  
图表61:2006年-2007年公司的主要财务分析指标 347  
图表62:2006年-2007年公司的利润分配表 349  
图表63:2006年-2007年公司的主要财务分析指标 366  
图表64:2006年-2007年公司的利润分配表 368  
图表65:液态奶分销渠道模式比较表 372  
图表66:光明乳业主要城市保鲜奶渠道分布表 375  
图表67:光明乳业主要城市常温奶渠道分布表 376  
图表68:光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例表 377  
图表69:2007年光明乳业主要财务数据（三年） 379  
图表70:2007年光明乳业主营业务收入（三年） 382  
图表71:2007年光明乳业现金流量表（三年） 384  
图表72:2007年光明乳业资产减值表（三年） 387  
图表73:2007年光明乳业财务分析指标（三年） 388  
图表74:2007年前三季度北京三元食品股份有限公司财务指标 401  
图表75:企业能源消耗及水消耗应达到或严于指标 458

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200805/361.html>