

# 2007—2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业 投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007—2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2863428634.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【提交时间】 5个工作日【报告格式】 Word格式报告摘要含乳饮料是以鲜乳或乳粉为原料，添加或不添加食品添加剂与辅料，经杀菌、冷却等工艺而制成的活性或非活性饮料，其种类可分为配制型含乳饮料和发酵型含乳饮料两种。含乳饮料因其含有丰富的碳水化合物及微量元素，易吸收和消化，口感好，越来越受到消费者的青睐。部分含添加剂的含乳饮料还可以提供人体所需的钙、维生素、促进消化功能的乳酸菌。植物蛋白饮料产品是以蛋白质含量较高的植物果实、种子或核果类、坚果类的果仁等为原料，经处理、制浆、调配、均质、灌装、杀菌（或杀菌、灌装）等工序加工而成的饮料。植物蛋白饮料较传统豆浆营养更为丰富，因其蛋白质、维生素含量高的特点被认为是发展前景良好的一类饮料。由于含乳饮料和植物蛋白饮料具有很多优点，深受广大消费者的欢迎。不少企业开始进入含乳饮料和植物蛋白饮料行业，至使行业内竞争激烈。目前含乳饮料的竞争可能是饮料市场中竞争最混乱的，不仅因为这一领域的竞争品名众多，更因为这一领域处于乳业和饮料业的结合地带而争夺异常激烈。现在渠道现状是：一线品牌在商超决战，买一赠一、特价、堆头屡见不鲜，二线品牌在农村市场发威，以最原始的价格战打的你死我活，三、四线品牌死缠乱打，不法商贩造假售假使本就不平静的乳饮料市场成为一个硝烟弥漫的战场。目前我国宏观经济持续向好，居民收入提高，必定会推动食品饮料行业消费增长，含乳饮料和植物蛋白饮料行业符合国家鼓励消费的政策需求，其非周期性、防御性和业绩的稳定增长等特质，未来10年食品饮料行业总量将继续增长，含乳及植物蛋白饮料市场，约占整个饮料行业年销售收入的9%左右。

报告目录第一部分	含乳饮料和植物蛋白饮料行业运行情况	8
中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业企业概况	8第一节 企业性质分析	9
	9第二节 企业规模分析	10
	10第三节 企业区域分布	11
	第二章 2005-2007年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业生产情况	12
	12第一节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业总产量	13
	13第二节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业区域特征分析	14
	14第三节 不同规模企业产量	15
	第三章 2005-2007年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售情况	16
	16第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹	17
	17第二节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料区域特征分析	18
	18第三节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业中不同规模企业销售额	19
	第四章 含乳饮料和植物蛋白饮料进出口情况	20
	20第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料进出口总量	21
	21第二节 含乳饮料和植物蛋白饮料进出口结构	22
	第五章 含乳饮料和植物蛋白饮料细分产品产销情况	23
	23第一节 配制型含乳饮料	24
	24第二节 发酵型含乳饮料	25
	25第三节 植物蛋白饮料	26
	第二部分 行业竞争情况分析	27
	27第六章 上游原料行业议价能力	27
	27第一节 上游原材料供应量	28
	28一、2005-2007年含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产量	29
	29二、主要原材料区域分布	30
	30三、2005-2007年主要原材料进出口总量	31
	31第二节 原材料价格	32
	32一、近年我国含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产品的价格变动趋势	33
	33二、	

不同地区含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产品价格	34	第三节 原材料供应商议价能力	
35一、		中国含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产品的供求对比	36
二、		原材料行业与含乳饮料和植物蛋白饮料行业的议价能力	37
第七章 下游行业议价能力			
38第一节		含乳饮料和植物蛋白饮料消费总量分析	39
一、		2005-2007年含乳饮料和植物蛋白饮料消费总量	40
二、		重点地区消费量分析	41
三、		含乳饮料和植物蛋白饮料消费结构	42
第二节 含乳饮料和植物蛋白饮料消费影响因素			43
一、		产品质量因素	44
二、		产品价格因素	45
三、		渠道因素	46
四、		品牌因素	47
五、		包装因素	48
第三节 含乳饮料和植物蛋白饮料的主要渠道分析			49
一、		便利店	50
二、		批发商	51
三、		超市、大卖场	52
四、		出口贸易	53
第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）			54
第八章 含乳饮料和植物蛋白饮料厂商竞争分析			55
第一节		国内含乳饮料和植物蛋白饮料市场竞争主体	56
一、		中小含乳饮料和植物蛋白饮料加工企业	57
二、		含乳饮料和植物蛋白饮料加工集团	58
第二节		含乳饮料和植物蛋白饮料企业之间的竞争程度	59
一、		行业集中度	60
二、		产品差异化程度	61
三、		不同竞争主体的盈利对比	62
四、		重点地区含乳饮料和植物蛋白饮料竞争格局	63
五、		不同种类产品竞争格局	64
第三节 含乳饮料和植物蛋白饮料企业竞争因素分析			65
一、		原料采购与制造	66
二、		市场营销	67
三、		品牌竞争	68
第四节		含乳饮料和植物蛋白饮料企业竞争行为总结	69
第九章 含乳饮料和植物蛋白饮料潜在进入者威胁			70
第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料行业进入壁垒			71
一、		市场准入机制	72
二、		原料竞争状况	73
三、		市场竞争状况	74
四、		渠道资源问题	75
第二节 新进入者主要群体竞争力			76
一、		中小含乳饮料和植物蛋白饮料加工企业	77
二、		含乳饮料和植物蛋白饮料加工集团	78
第三节 新进入者将对市场的影响			79
一、		供求关系	80
二、		竞争激烈程度	81
第十章 含乳饮料和植物蛋白饮料替代产品的发展			82
第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料的替代品发展			83
一、		茶饮料	84
二、		碳酸饮料	85
三、		纯净水	86
四、		固体饮料	87
第二节 替代品发展对含乳饮料和植物蛋白饮料市场的影响			88
第三节 针对替代品影响提出的改进策略			89
第三部分 行业内重点企业分析			90
第十一章 娃哈哈			91
第一节 公司基本概况			91
一、		企业组织结构	91
二、		企业业务结构	92
三、		企业经营策略	93
第二节 公司经营情况			94
一、		2005-2007年公司产销情况	94
二、		公司财务指标分析	95
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析			96
一、		企业发展战略规划	96
二、		企业发展前景	97
第十二章 露露			98
第一节 公司基本概况			98
一、		企业组织结构	98
二、		企业业务结构	99
三、		企业经营策略	100
第二节 公司经营情况			101
一、		2005-2007年公司产销情况	101
二、		公司财务指标分析	102
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析			103
一、		企业发展战略规划	103
二、		企业发展前景	104
第十三章 乐百氏			105
第一节 公司基本概况			105
一、		企业组织结构	105
二、		企业业务结构	106
三、		企业经营策略	107
第二节 公司经营情况			108
一、		2005-2007年公司产销情况	108
二、		公司财务指标分析	109
第三节			109

公司未来发展规划及发展前景分析	110一、	企业发展战略规划	110二、	企业发展前景																																																		
111第十四章 银鹭	112第一节	公司基本概况	112一、	企业组织结构	112二、	企业业务结构																																																
113三、	企业经营策略	114第二节	公司经营情况	115一、	2005-2007年公司产销情况																																																	
115二、	公司财务指标分析	116第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	117一、	企业发展战略规划	117二、	企业发展前景																																															
118第十五章 小洋人	119第一节	公司基本概况	119一、	企业组织结构	119二、	企业业务结构	120三、	企业经营策略	121第二节	公司经营情况	122一、	2005-2007年公司产销情况	122二、	公司财务指标分析	123第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	124一、	企业发展战略规划	124二、	企业发展前景																																		
125第十六章 太子奶	126第一节	公司基本概况	126一、	企业组织结构	126二、	企业业务结构	127三、	企业经营策略	128第二节	公司经营情况	129一、	2005-2007年公司产销情况	129二、	公司财务指标分析	130第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	131一、	企业发展战略规划	131二、	企业发展前景																																		
132第三部分	行业发展前景分析	133第十七章	含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展外部环境分析	134第一节	中国含乳饮料和植物蛋白饮料所处的政策环境	135一、	中国饮料行业“十一五”发展规划	136二、	产品质量管理体制	137三、	中国含乳饮料和植物蛋白饮料贸易政策	138第二节	中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业所处的经济环境	139一、	2008年中国经济走势	140二、	居民食品消费支出	141第十八章	含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势预测	142第一节	含乳饮料和植物蛋白饮料市场预测	143一、	2008-2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料生产规模预测	144二、	2008-2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料销售规模预测	145三、	含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构预测	146四、	2008-2010年含乳饮料和植物蛋白饮料贸易情况	147第二节	含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势预测	148一、	含乳饮料和植物蛋白饮料消费需求动向	149二、	含乳饮料和植物蛋白饮料行业生命周期分析	150三、	含乳饮料和植物蛋白饮料制造技术动向	151四、	含乳饮料和植物蛋白饮料品牌发展趋势	152五、	含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争趋势分析	153第十九章	含乳饮料和植物蛋白饮料企业经营策略及报告总结	154第一节	含乳饮料和植物蛋白饮料企业经营策略	155一、	品牌策略	156二、	营销策略	157三、	产品策略	158第二节	报告总结	159

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2863428634.html>