

2006年 - 2007年中国乳制品行业兼并(并购)重组 决策分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2006年 - 2007年中国乳制品行业兼并(并购)重组决策分析报告》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/2871628716.html>

报告价格：电子版: 9600元 纸介版：11800元 电子和纸介版: 12200

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

报告目录报告完全是PPT版本，包括电子版和彩色印刷版研究方法对行业协会以及行业主管单位的高层领导进行高层访谈；企业调研对象为企业董事会，市场总监，生产主管，财务主管，战略合作主管等；对行业40家重点企业进行实地数据调研；对行业150家具备兼并重组投资价值的企业进行实地调研；对行业中的产业集群进行实地调研走访得到区域性结论；摘要：

一、乳制品行业运行情况乳业已成为中国现代化食品制造业之一，中国乳制品产量和总产值在最近的10年内增长了10倍以上。但在总的消费量、品种结构和企业规模方面与世界先进水平尚存在差距。2006年上半年，中国乳制品产量达到736.57万吨，同比增长22.7%。由于行业竞争激烈，乳制品行业毛利率呈下降趋势，但由于费用率的降低，利润率已基本达到稳定。液体乳产量631.75万吨；中国目前年人均奶类产品占有量达到21.7公斤。乳制品行业仍处于快速发展阶段，2006年1~6月，中国乳品进出口总金额大幅增长，出口额增幅高于进口增幅，这是近年来出口增幅最大的时期。乳制品出口金额和出口数量在进出口总额和总量中的比例均有所提升。截止到6月底，乳制品进出口总金额由去年同期的28008万美元上升为35941万美元，同比增长28.3%，其中进口金额占进出口总金额的86.8%；乳品进出口总量为229902吨，比去年同期增长了11.7%，其中进口量占进出口总量的84.1%，均低于往年90%以上的水平。2005年，大型骨干企业的规模、市场占有率进一步扩大，行业的集中度进一步提高。销售收入前十位的企业，占全国规模以上企业销售收入的56.6%；液体乳产量10万吨以上的企业计18家，产量占全国规模以上企业液体乳总产量的62.1%；乳粉产量万吨以上企业计16家，产量约占全国乳粉总产量的63%。

二、中国乳制品行业兼并重组并购现状动因

1.近年来，随着国民经济的快速发展，人们收入水平的不断提高及国家对乳品消费的宣传，液态奶及乳制品产销量分别以每年30%、15%以上的速度增长。世纪分析认为企业为了扩大市场份额兼并重组不断加剧，而兼并重组使乳品加工制造实现了规模经济，并整合了奶源基地成为乳制品企业竞争的重要手段之一。

2.兼并重组业内现有企业作为一种快速的市场渗透手段，被大企业纷纷采用。HEADING-CENTURY分析认为从2002年下半年开始，乳业兼并重组全速发力。2002年，上海光明在两年内收购30家公司后，又把天津的梦得、湖南的派牌、广州的达能收至麾下；北京三元一方面并购了卡夫，另一方面进入上海，收购了上海全佳，抢占了华东市场。作为乳业新进入者，新希望集团取得云南碟泉乳业的控制权，并在半年间重组10家乳业公司，遍及四川、安徽、吉林、浙江、河北、山东和云南。

三、中国乳制品行业兼并重组收购发展趋势中国的乳品市场正在由供不应求逐渐向供大于求转变，乳品市场进入一个调整、洗牌期。中国乳业经过高压洗牌的结果就是市场越做越大，世纪分析认为大企业兼并小企业，整个乳业出现几个全国性品牌与每个地方若干区域品牌共存的格局。

（一）外资企业的兼并重组分析2005年前继法国达能、意大利帕玛拉特、美国卡夫、英国联合利华等跨国乳业大亨宣布在华失败后，荷兰菲仕兰(天津)乳制品有限公司也撤出其在中国生产、营销液态奶和乳酸奶的一切项目，并将菲仕兰天津公司的经营权交给中方伙

伴。但在水乳业集体撤退的大势之下，雀巢乳品、美赞臣、惠氏等仍然坚守。但是国际乳业公司退出中国市场只是战略上的暂时撤退。2005年后，乳业进入重组时代 外资反攻中国市场，从年初开始，蒙牛、完达山等国内乳业企业纷纷与外资联手，业界把这看作外资进攻中国乳业市场的第二次浪潮。世纪分析认为第二波浪潮兴起，是因为外资抵挡不住中国市场的吸引力。但在此次新一轮攻势中，外资不再直接建厂用产品撼动中国市场，而是发挥自己的最大优势——雄厚的资本，通过与中国本土企业的合作，充分发挥中国本土企业熟悉国情和外资雄厚资本的联合优势。（二）国内企业兼并重组收购分析随着步入快速成长期，乳业的经营重心将由原来的产品经营转向资本运营。咨询分析认为乳制品在资本化过程中，资金的融合一定会为乳制品行业的兼并和收购提供契机。因为一方面，经过前期的资本积累，一些大的厂家如伊利、光明、三元、蒙牛已经具备了相当的资金实力，有能力通过资本手段实现市场的扩张，并且这种方式的扩张较之产品在市场上竞争的扩张更有利于投资与被投资双方，可以减少过度竞争的损耗，更有利于市场的良性发展，对双方均有益处。另一方面，由于乳制品行业的利润率高于社会平均利润率，产业外的资金会转向乳业，谋求最大限度的资本增值。这些外部资本进入时，不会按部就班地投资建厂、生产销售，这样的话一是时间成本过高，三是新建厂会加大行业竞争力度，降低行业利润率，而采用资本运作，可以有目的地选择质地优良的地方品牌，快速切入市场。另外地方品牌面对大品牌的攻势，也急需外来资本输血。因此，象新希望购并川、渝两大地方品牌的行为以后仍会有很多。

目录：第一章：研究概述第一节、研究背景第二节、研究内容第三节、研究方法第四节、研究团队第五节、研究结论第二章：世界乳制品行业现状分析第一节、2006-2007年世界乳制品市场特征分析第二节、2006-2007年世界乳制品供给现状分析1、世界乳制品供给分析2、世界乳制品区域供给第三节、2006-2007年世界乳制品消费现状分析1、世界乳制品人均消费分析2、世界乳制品区域消费分析3、世界消费品未来预测分析第四节、2006-2007年世界乳制品贸易现状分析1、世界乳制品贸易特点分析2、世界乳制品贸易地区分析第五节、世界乳制品区域市场发展分析1、美国2、加拿大3、澳大利亚4、新西兰第六节、2007-2010年世界乳制品市场供需规模预测第三章：中国乳制品行业供需分析第一节、2006-2007年中国乳制品供给分析1、乳制品总体供给分析2、乳制品供给产品结构分析3、乳制品供给地区分析4、乳制品供给集中度分析第二节、2006-2007年中国乳制品消费需求分析1、乳制品需求规模分析2、乳制品消费特点分析3、未来乳制品未来消费规模第三节、2006-2007年中国乳制品进出口情况分析1、进口分析2、出口分析第四节、2007-2010年中国乳制品供需规模预测第四章：中国乳制品行业细分市场分析第一节、液态奶市场分析1、市场概况及特点2、2006-2007年市场供需规模第二节、奶粉市场分析1、市场概况及特点2、2006-2007年市场供需规模第三节、奶酪市场分析1、市场概况及特点2、2006-2007年市场供需规模第四节、冰淇淋市场分析1、市场概况及特点2、2006-2007年市场供需规模第五章：影响乳制品行业发展的主要因素分析第一节、乳制品行业发展风险分析1、包装技术2、原料供应3、行业标准第二节、中国乳制品产业发展存在的问题第六章：中国乳制品行业区域性兼并重组机会

分析第一节、东部地区乳制品市场分析1、2007-2010年地区乳制品需求分析2、地区乳制品行业发展特征与产业格局分析3、地区乳制品行业区域竞争格局及主体分析4、地区乳制品行业兼并重组趋势与可行性分析第二节、中部地区乳制品市场分析1、2007-2010年地区乳制品需求分析2、地区乳制品行业发展特征与产业格局分析3、地区乳制品行业区域竞争格局及主体分析4、地区乳制品行业兼并重组趋势与可行性分析第三节、西部地区乳制品市场分析1、2007-2010年地区乳制品需求分析2、地区乳制品行业发展特征与产业格局分析3、地区乳制品行业区域竞争格局及主体分析4、地区乳制品行业兼并重组趋势与可行性分析第七章：中国乳制品产业投资政策环境分析第一节、宏观经济政策对行业的影响第二节、产业政策对乳制品行业的影响第三节、未来乳制品行业政策走势分析第八章：中国乳制品企业兼并重组现状分析第一节、中国家电制造行业兼并重组背景分析第二节、中国家电制造行业兼并重组现状分析第三节、中国家电制造企业兼并案例分析第四节、中国家电制造行业兼并重组趋势分析第九章：中国乳制品企业兼并重组的障碍第一节、资金障碍第二节、技术障碍第三节、原料供应障碍第十章：国外乳制品行业兼并重组案例分析第一节、Fonterra全面收购澳洲Bonlac乳制品集团1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第二节、新加坡食品公司成功收购越南乳品公司1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第三节、阿尔拉食品公司和荷兰乳品业巨头坎皮纳公司合并1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第十一章：国外乳制品行业兼并重组主体竞争力分析第一节、雀巢1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第二节、迪安食品公司 1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第三节、卡夫食品有限公司1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第四节、达能集团1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第五节、全球乳业集团公司1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第六节、帕尔马拉特1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第七节、联合利华集团1、核心竞争力分析2、在中国投资情况3、兼并重组趋势与可能性分析第十二章：外资在中国的兼并重组案例分析第一节、石家庄三鹿集团与新西兰乳业巨头恒天然集团联合1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第二节、蒙牛与世界第二大乳业巨头丹麦阿拉·福兹牵手1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第三节、英国RichKeen公司和统一一起认购完达山50%股权1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第四节、达能亚洲有限公司宣布增持光明股份1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略分析第五节、雀巢并购云南蝶泉1、兼并重组动机与价值分析2、兼并重组过程分析3、兼并重组方案与成败经验分析4、兼并重组整合战略

分析第十三章：中国乳制品行业兼并重组主体竞争力分析第一节、北京三元食品有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第二节、上海光明乳业股份有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第三节、内蒙古伊利实业集团股份有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第四节、石家庄三鹿集团股份有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第五节、内蒙古蒙牛乳业股份有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第六节、黑龙江省完达山乳业股份有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第七节、青岛圣元乳业有限公司1、销售情况2、产品结构3、市场渠道4、核心竞争力5、发展战略6、公司兼并重组趋势与可能性分析第十四章：中国乳制品产业链分析及兼并重组分析第一节、乳制品产业链分析第二节、乳制品企业与上游企业兼并重组分析第三节、乳制品企业与下游企业兼并重组分析第十五章：中国乳制品行业规模性兼并重组机会分析第一节、大型规模企业兼并重组机会分析1、内蒙古伊利实业集团股份有限公司1.1企业发展战略分析1.2企业战略发展瓶颈分析1.3兼并重组可能性分析2、内蒙古蒙牛乳业股份有限公司2.1企业发展战略分析2.2企业战略发展瓶颈分析2.3兼并重组可能性分析3、上海光明乳业股份有限公司3.1企业发展战略分析3.2企业战略发展瓶颈分析3.3兼并重组可能性分析第二节、中小型企业兼并重组机会分析1、北京三元食品有限公司1.1兼并重组可行性分析1.2兼并重组价值分析2、石家庄三鹿集团股份有限公司2.1兼并重组可行性分析2.2兼并重组价值分析3、黑龙江省完达山乳业股份有限公司3.1兼并重组可行性分析3.2兼并重组价值分析4、青岛圣元乳业有限公司4.1兼并重组可行性分析4.2兼并重组价值分析第十六章：中国乳制品产业兼并重组风险分析第一节、原料市场变动风险第二节、企业管理情况分析第三节、营销情况分析第四节、资产重组情况分析 中国乳制品产业兼并重组建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2871628716.html>