2006年中国乳制品市场研究报告

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年中国乳制品市场研究报告》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/2875628756.html

报告价格：电子版: 5500元　纸介版：6500元　电子和纸介版: 6800

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

引言根据国家统计局的统计显示：2005年1-12月全国累计乳制品产量为13104213.22吨，比上年同期增长27.97%；2005年1-12月全国累计液体乳产量为11457864.64吨，比上年同期增长29.37%。另据海关统计，2005年，我国乳品进口金额增幅回落，进口数量同比降低，出口数量和出口金额大幅增长。2005年乳制品进出口总额为54054万美元，比上年同期增长了8%，其中进口金额占进出口总金额的84.9%，比上年同期下降了3.9个百分点；乳品进出口总量为389858吨，比上年同期下降4.3%，其中进口量占总进出口量的82.1%，比上年同期下降了3.1个百分点。2005年以来，一直呈升温态势的中国奶业突然“冷”了下来：饲料价格大幅度上涨，奶价不涨反跌，奶农比较效益大幅降低。与之相伴的是各地奶农被迫“倒奶杀牛”，奶农的泪水和被倒掉的牛奶一起流淌。业内人士分析，奶价下跌有市场和季节的原因，但更重要的是进口奶粉的冲击。一些乳品企业为了追求利润，不顾奶源基地的长远发展和广大奶农的利益，大量进口奶粉替代国产原料奶生产液态奶，导致奶业出现怪现象：大量鲜奶被迫倒掉，而消费者却只能喝奶粉还原、营养缺失的复原乳。2005年以来牛奶价格大幅下跌在奶农心中引起了一片恐慌，也引起了各级政府部门和专家学者的关注。本研究报告依据国家统计局、国资委、国家海关总署、国家信息中心、国务院发展研究中心、中国经济信息网、中国宏观经济数据库、万方数据库、中国社会经济调查研究中心、国民经济景气监测中心、中国食品工业协会、中国乳制品工业协会等提供的大量资料，对我国乳制品市场的发展现状、运行状况、细分市场、供需状况、区域市场、销售渠道、进出口情况、竞争格局、发展趋势及发展战略等进行了全面分析，并对世界乳制品市场等方面进行了深入的 剖析，是计划进入乳制品行业和经营乳制品行业的企业和投资机构了解目前中国乳制品行业发展动态，把握发展趋势的重要决策依据之一。目录第一章 世界乳制品行业发展状况分析 9第一节 世界奶业发展的特点分析 9一、奶业是现代农业的重要组成部分，各国普遍重视发展奶业 9二、欧美国家主导奶业市场，发展中国家奶业发展加快 9三、奶业生产逐渐从增加奶牛头数转变到提高奶牛质量 10四、建立健全合作组织和社会化服务体系 10五、国家产业政策积极支持奶业发展 11第二节 世界乳品市场需求分析 11一、未来10年，全球乳品市场仍将以需求增长为主 11二、美国盯上60万吨乳品缺口 12三、欧盟对全球乳品市场需求增长态度“冷漠” 12四、乳品价格走高不会成为需求增长“绊脚石” 13第三节 2004年年世界乳品贸易情况及消费趋势分析 13第四节 世界乳制品行业区域市场分析 14一、西欧市场 14二、大洋洲市场 18第五节 世界乳业发展趋势分析 21一、世界奶业生产趋势 21二、世界奶业消费趋势 22三、世界奶业贸易 23四、世界原料奶价格 23五、世界奶业贸易政策 23第二章 中国乳制品行业发展现状分析 24第一节 中国乳制品行业发展回顾 24第二节 中国乳制品行业关联产业的发展分析

26一、2005年食品业发展分析 26二、2005年饮料业的发展分析
27三、液态奶包装的发展分析 32第三节 中国乳制品主要原料市场发展分析
34一、乳制品原料市场的分析 34二、中国原料奶生产现状分析
36三、中国原料奶生产的组织经营模式分析 40四、乳制品原料市场存在的问题
41五、中国原料奶市场发展趋势分析 44第四节 中国乳制品行业技术分析
48一、膜分离技术 48二、微生物基因工程技术 49三、克隆激素应用技术
50四、免疫乳技术 50五、固定化技术 50六、数字模拟和计算机化技术
51七、激光散射分析技术 51八、流变学分析技术 52九、同位素示踪生物有效性分析技术
52十、高效毛细管电泳分析技术 53十一、显微镜分析技术 53第五节
中国乳制品的包装技术分析 53第三章 2004年中国乳制品行业运行状况分析 74第一节
2004年乳品行业综述 74第二节 2004年乳品行业产业环境分析 78一、乳品消费潜力巨大
78二、居民消费价格变化 78第三节 2004年乳品行业产业政策分析
78一、婴幼儿配方奶粉国家标准有望统一 78二、鲜奶标识计划再次搁浅
78三、《乳制品感官质量评鉴细则》发布 79第四节 2004年乳品行业消费结构分析
79一、酸奶 80二、液态奶 81三、奶粉 82第六节 2004年乳品行业竞争态势分析
82一、行业整体竞争态势分析 82二、区域市场竞争态势分析 84三、龙头企业竞争态势分析
88第七节 2004年乳品行业新品开发状况分析 93一、乳品行业新品情况
93二、乳品行业新品分析 94第四章 2005年中国乳制品行业运行状况分析 97第一节
2005年我国奶业形势分析 97一、奶类生产情况分析 97二、乳品消费情况分析
97三、鲜奶市场价格情况分析 98第二节 2005年我国乳制品产量分析 99一、乳制品产量
99二、液体乳产量 100第三节 2006年我国奶业行业分析
114一、2006年奶价上涨促进乳业大整合 114二、2006年我国奶产业恢复元气有望
116第五章 中国乳制品行业细分市场分析 120第一节 液态奶市场分析 120一、液态奶的增长
120二、液态奶的结构 122三、液态奶生产快速增长的原因 123四、液态奶市场需求分析
124五、液态奶加工企业的竞争特点 125六、液态奶市场展望 126第二节 奶粉市场分析
127第三节 其他乳制品市场分析 129一、奶酪 129二、冰淇淋 129三、发酵乳 132第六章
中国乳制品区域市场分析 134第一节 东北区域乳制品市场分析 134第二节
华北区域乳制品市场分析 140第三节 华东区域乳制品市场分析 149第四节
华南区域乳制品市场分析 161第五节 华中区域乳制品市场分析 169第六节
西部乳制品市场分析 175第七章 2004-2005年中国乳制品进出口分析 190第一节
2004年乳品进出口贸易情况 190一、乳品进口 190二、乳品出口 192第二节
2005年乳品进出口贸易情况 193第八章 中国乳制品市场需求及销售渠道分析 194第一节
影响我国奶类需求的主要因素 194一、收入增长仍是影响奶类需求的主要因素
194二、城市化进程是乳类产品消费需求增长的新动因
194三、人口增长及其结构变化将是乳品需求的推动力

194四、市场细化和宏观政策将有效促进消费需求 194第二节 我国乳制品需求状况分析
195一、乳制品人均消费量 195二、消费结构 197三、乳制品消费品种
201四、乳制品的消费人群和消费方式 202五、从需求角度看我国乳业发展的市场空间
205六、国人饮食习惯变化给乳品市场提供巨大空间
206七、乳品消费市场蕴涵广阔增长空间 207第三节 乳制品消费者分析 209一、消费者构成
209二、消费者主要特征 212三、影响乳品消费的因素 2121、传统消费习惯和消费偏好
2132、人均收入水平 2143、营养知识和营养意识 2154、产品质量问题
2165、销售服务问题 2166、区域因素 216第四节 乳制品需求预测分析
218一、乳制品消费需求预测 218二、中国居民乳制品消费预测
220三、中国成年人均饮奶量增长 222四、未来10年中国乳制品发展预测
2231、未来10年中国乳业总体描述 2232、乳制品供需缺口分析
2243、未来5年乳业形势预测 2254、未来10年中国乳业发展前景 226第五节
2004-2005年中国乳制品销售渠道分析 227一、2004年乳品销售渠道发展 2271、
对销售渠道、终端的争夺愈发激烈 2272、企业自建渠道方兴未艾
2273、销售重心下沉至二、三级城市甚至是县级市场 2274、送奶入户渠道的规模日益萎缩
228二、2005年乳品销售渠道的发展 2281、现代零售渠道的精细化运作是大势所趋
2282、很多乳企将继续尝试自建销售渠道，并力争寻求突破 230第九章
超市的迅速发展对中国奶业的影响分析 233一、问题的提出
233二、制约中国奶业发展的主要原因 233(一)区域奶制品供需不平衡
234(二)液态奶零售方式的制约 234三、中国超市的发展
235四、超市发展对中国奶业的影响 235(一)超市在奶制品零售中确立了主导地位
235(二)超市促成“西奶东运” 237(三)超市促进全国统一奶制品市场加速形成
237(四)超市促进奶业向规模企业集中 238(五)超市促进全国性乳业集团的确立
239五、超市发展对奶制品消费的影响 240六、结论与建议 242第十章
中国乳制品行业竞争格局分析 243第一节 中国乳制品行业竞争特点分析
243一、大牌企业主导市场 243二、国际竞争国内化冲击中国乳业格局
243三、国内化格局——跨省扩张全国市场
243四、内资与外资、国有与非国有企业加速融合
245五、乳业竞争形式：奶牛基地和非奶源地区的竞争 246第二节
我国规划五大奶业产区确立奶源大格局 249第三节 中国乳业市场由诸侯混战走向“三国”鼎立
250第四节 乳业竞争的显规则 251一、规则之一：缺谁都行
251二、规则之二：做一头跑得最快的大象 252第五节 乳品龙头谋划高端竞争
253一、高端产品避开 A 253二、扩大产能谋求“强者恒强”
254三、取国际之长补己之短 254第六节 中国乳制品市场竞争现状分析 255第七节
中国乳品加工业的过度竞争分析 261一、产业过度竞争的判断标准

261二、中国乳品加工业的过度竞争表现 261三、中国乳品加工业形成过度竞争的原因剖析 263四、相关政策建议 265第八节 乳品市场竞争分析及应对策略 266一、市场竞争表现 2661、国内市场群雄纷争 2662、国外洋品牌介入 2673、强势品牌跨行业进入 268二、竞争方向 2681、规模的竞争 2682、奶源的争夺 2693、资本的鏖战 2704、市场的抢夺 2705、价格的竞争 271三、应对策略 2711、培育消费 2712、提高管理水平 2713、发展农村市场 2724、从竞争走向竞合 272第十一章 业内乳制品领先企业分析 274第一节 内蒙古伊利乳业集团 274第二节 上海光明乳业 275第三节 河北三鹿乳业集团 281第四节 黑龙江省完达山乳业集团 285第五节 北京三元乳业集团 286第六节 江苏维维集团 292第七节 内蒙古蒙牛乳业集团 298第八节 瑞典雀巢公司 308第九节 维利奥公司 309第十节 美国美赞臣公司 309第十二章 中国乳制品行业发展趋势与发展策略分析 311第一节 2005年利润导向下的中国乳业发展趋势 311一、品牌投入谨慎，公关、事件营销唱主角 311二、控制渠道成本，选择性扩张与网络建设 312三、价格趋于稳定、促销趋于理性 312四、加强消费引导，细分市场精耕细作 312五、强化保鲜产品阵营，优化产品结构 313六、提高产品质量，谨慎开发新品 313七、合理使用人才，重视企业战略及长远规划 313八、苦练内功，提升管理水平 314第二节 奶业市场细分潮流不可逆转 314第三节 我国奶牛养殖业发展趋势 315第四节 酸奶市场发展趋势 319第五节 未来2-3年中国乳品行业的发展趋势分析 322第六节 奶业发展战略分析 325第七节 乳品市场策略分析 328一、广告大战 328二、概念战 329三、渠道战 329第八节 区域性乳品企业的营销策略 329一、资源型 330二、扩张型 331三、技术型 331四、成本型 332部分图表目录图表 2005年四个个直辖市人均乳品消费量图表 2005年乳制品进出口情况图表 2001-2015年乳制品需求量(实施学生饮用奶计划方案)图表 2001-2015年乳制品需求量(未实施学生奶计划方案)图表 1996-2030年我国人均乳制品拥有量及预测图表 2005年2-12月我国乳制品产量表图表 2002-2005年我国乳制品产量变化图图表 2002-2005年我国乳制品产量增长率变化图图表 2005年2-12月黑龙江省乳制品合计图表 2002-2005年黑龙江省乳制品产量变化图图表 2002-2005年黑龙江省乳制品产量增长率变化图图表 2005年2-12月吉林省乳制品合计图表 2002-2005年吉林省乳制品产量变化图图表 2002-2005年吉林省乳制品产量增长率变化图图表 2005年2-12月辽宁省乳制品合计图表 2002-2005年辽宁省乳制品产量变化图图表 2002-2005年辽宁省乳制品产量增长率变化图图表 2005年2-12月北京市乳制品合计图表 2002-2005年北京市乳制品产量变化图图表 2005年2-12月天津市乳制品合计图表 2002-2005年天津市乳制品产量变化图图表 2005年2-12月河北省乳制品合计图表 2002-2005年河北省乳制品产量变化图图表 2005年2-12月山西省乳制品合计图表 2002-2005年山西省乳制品产量变化图图表 2005年2-12月内蒙古乳制品合计图表

2002-2005年内蒙古乳制品产量变化图图表
2005年2-12月上海市乳制品合计图表
2002-2005年上海市乳制品产量变化图图表
2005年2-12月山东省乳制品合计图表
2002-2005年山东省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月浙江省乳制品合计图表
2002-2005年浙江省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月江苏省乳制品合计图表
2002-2005年江苏省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月福建省乳制品合计图表
2003-2005年福建省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月安徽省乳制品合计图表
2002-2005年安徽省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月江西省乳制品合计图表
2002-2005年江西省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月广东省乳制品合计图表
2002-2005年广东省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月广西乳制品合计图表
2004-2005年广东省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月海南省乳制品合计图表
2005年2-12月河南省乳制品合图表
2002-2005年河南省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月湖北省乳制品合计图表
2002-2005年湖北省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月湖南省乳制品合计图表
2002-2005年湖南省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月四川省乳制品合计图表
2002-2005年四川省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月重庆市乳制品合计图表
2002-2005年重庆市乳制品产量变化图图表
2005年2-12月云南省乳制品合计图表
2002-2005年云南省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月贵州省乳制品合计图表
2002-2005年贵州省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月甘肃省乳制品合计图表
2002-2005年甘肃省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月宁夏乳制品合计图表
2002-2005年宁夏乳制品产量变化图图表
2005年2-12月青海省乳制品合计图表
2002-2005年青海省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月陕西省乳制品合计图表
2002-2005年陕西省乳制品产量变化图图表
2005年2-12月新疆乳制品合计图表
2002-2005年新疆乳制品产量变化图图表
２００５年１２月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标（１）图表
２００５年１２月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标（2）图表
２００５年１２月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标（3）图表
２００５年１２月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标（4）图表
2005年2-12月我国液体乳产量表图表
2002-2005年我国液体乳产量变化图图表
2002-2005年我国液体乳产量增长率变化图图表
2005年2-12月北京市液体乳产量表图表
2005年2-12月天津市液体乳产量表图表
2005年2-12月河北省液体乳产量表图表
2005年2-12月山西省液体乳产量表图表
2005年2-12月辽宁省液体乳产量表图表
2005年2-12月吉林省液体乳产量表图表
2005年2-12月黑龙江省液体乳产量表图表
2005年2-12月上海市液体乳产量表图表
2005年2-12月江苏省液体乳产量表图表
2005年2-12月浙江省液体乳产量表图表
2005年2-12月安徽省液体乳产量表图表
2005年2-12月福建省液体乳产量表图表
2005年2-12月江西省液体乳产量表图表
2005年2-12月山东省液体乳产量表图表
2005年2-12月河南省液体乳产量表图表

2005年2-12月湖北省液体乳产量表图表 2005年2-12月湖南省液体乳产量表图表
2005年2-12月广东省液体乳产量表图表 2005年2-12月广西液体乳产量表图表
2005年2-12月海南省液体乳产量表图表 2005年2-12月重庆市液体乳产量表图表
2005年2-12月四川省液体乳产量表图表 2005年2-12月贵州省液体乳产量表图表
2005年2-12月云南省液体乳产量表图表 2005年2-12月陕西省液体乳产量表图表
2005年2-12月甘肃省液体乳产量表图表 2005年2-12月新疆液体乳产量表图表
2005年2-12月宁夏液体乳产量表图表 2005年2-12月内蒙古液体乳产量表图表
2005年2-12月青海省液体乳产量表图表
1998-2004年乳品行业销售收入及利润总额变化趋势图图表
2003-2004年全国城镇居民年乳品消费量图表
2003-2004年四个直辖市人均乳品消费变动图表
2003-2004年乳品行业经营效率变化趋势图表 1997-2004年液态奶产量增长率变化图图表
2004年中国不同省区液体乳及乳制品行业利润规模图表
2004年全国不同省区液体乳及乳制品企业平均销售收入情况图表
2004年中国不同省区液体乳及乳制品行业亏损企业情况图表 2004年液态奶品种构成图表
2004年全国各地区城镇人均乳品消费量图表 2004年不同省区乳品企业销售收入及变化图表
2004年各包装形态在乳品中所占的比重图图表 2004年北京各品牌市场份额排名图表
2004年广州各品牌市场份额排名图表 2004年武汉各品牌市场份额排名图表
2004年成都各品牌市场份额排名图表 2004年成都乳品市场纯奶价格图表
2004年成都乳品市场高钙及低脂乳品价格图表 2004年成都市场乳酸奶价格图表
2004年西安各品牌市场份额排名图表 2004年沈阳各品牌市场份额排名图表
2004年龙头企业竞争态势图表 2004年乳品行业新品情况图表
2004年1－12月乳品进出口情况图表 2004年1－12月与2003年同期相比乳品进口情况图表
2004年主要省份乳品进出口情况图表 2004年1－12月乳品出口情况图表
我国与世界发达国家冰淇淋人均消费比较图表 不同职业对乳制品消费的比例图表
不同文化程度对奶制品消费的比例图表 乳制品的包装形式所占市场比例图表
对罐装消毒牛乳的塑料瓶成型容器的质量要求图表 各主要现代通路品牌铺货率图表
液态奶品种消费构成图表 消费者指牌购买率图表
部分城镇居民乳品消费量降幅较大的省区图表 全国城镇居民消费乳品量情况图表
四大直辖市人均乳品消费变动情况图表 城镇居民鲜乳品消费量较高的省份图表
北京市场上的液体牛奶品牌品种规格图表 北京市场上的液体牛奶包装类型图表
北京市场上各类型牛奶市场占有率图表
上海年奶市场品牌总体提及率与广告总体提及率变动趋势图表
（山东）家庭成员喝牛奶的中比例图表 广州市消费者纯牛奶品牌取向图表
武汉市场液体牛奶最畅销品牌图表 武汉市场现有奶粉品牌及占有率图表

成都市场乳制品加工业情况图表　　北京、上海和广州消费者购买奶制品方式图表
昆明、上海和北京超市销售液态奶品种数图表
昆明、上海和北京超市平均销售奶制品的品种数

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2875628756.html