

# 2008年中国乳制品行业研究及市场发展预测报告

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《2008年中国乳制品行业研究及市场发展预测报告》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/2848728487.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 7000

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

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。国家“十一五”规划出台以后，加快奶业发展提上了日程，这对以农业和畜牧业为基础的乳业具有深远影响。2006年我国人均奶类占有量为21.7公斤，尽管这一数字只是世界平均水平的五分之一左右，但与10年前相比，年均增长率达14.6%。随着中国乳业的迅速发展，产品结构发生很大的变化，已成为技术装备先进、产品品种较为齐全、初具规模的现代化食品制造业，随着中国人民生活水平的逐渐提高，乳制品消费市场会不断扩大并趋于成熟，中国将成为世界上乳制品消费最大的潜在市场。本研究报告分十六章，从宏观环境，市场格局，产业政策，行业运行，产品与技术发展，市场动态等各个方面对乳制品行业进行了全景的分析与预测，并提出了对策与投资建议，是一份全面而权威的乳制品行业研究参考资料。报告数据主要来源于国家统计局、国研数据中心、海关总署等权威机构，希望本报告能够帮助乳制品行业企业及相关投资机构把握行业发展、了解市场运行情况，做出正确的决策。

第一章 2007年全球乳制品行业发展分析 1第一节 全球乳制品需求强劲分析 1第二节 全球乳制品主要消费市场分析 1第三节 全球乳制品贸易状况分析 2第四节 中国成为世界乳业发展标杆分析 3第二章 中国乳制品行业发展现状及策略分析 4第一节 2007年中国乳制品行业现状分析 4第二节 中国乳制品行业技术环境分析 5一、我国奶牛养殖业技术环境分析 5（一）近年我国奶牛养殖模式分析 5（二）2007-2010年中国奶业的发展环境分析 6二、乳制品加工技术 7（一）巴氏杀菌 7（二）灭菌乳的加工 8（三）酸乳的加工 10（四）乳酸菌饮料的加工工艺 11（五）乳制品的包装技术分析 15三、我国奶业发展亟待突破的技术难点 16第三节 中国乳业存在问题与差距分析 18一、中国乳品质量安全问题 18二、中国与世界水平存在差距 19三、乳业自主创新能力分析 20第四节 中国乳制品发展策略分析 22一、中国乳业品牌的追随策略分析 22二、采取适度宏观调控等措施推动乳业升级发展 23三、技术创新是乳制品行业发展的出路 24四、奶业发展的产业化经营 24五、加强奶业环境保护走可持续发展之路 26第三章 2007年中国乳制品市场发展状况分析 29第一节 2007年乳制品市场状况分析 29一、中国乳业市场形势分析 29二、原料上涨乳业却打价格战 31三、中国乳业市场逐步走向“三国”鼎立 33第二节 乳品市场问题与挑战 34一、乳品业之价格战 34二、中国乳品安全接轨国际的困惑 35三、中国巴氏奶仍陷入内忧外患 36第三节 乳品市场发展策略及前景分析 39一、中国牛奶市场的特点及营销推广 39二、乳品新产品开发的有效途径 43三、中国将成全球乳制品消费最大潜在市场 45第四章 2007年中国乳制品制造工业数据分析 47第一节 2006-2007年11月中国液体乳及乳制品制造业总体数据分析

47一、2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析	
47二、2007年1-11月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析	50第二节
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	
52一、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	
52二、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	53第三节
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	
54一、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	
54二、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	54第五章
2006-2007年中国乳制品产销数据分析	
55第一、2006-2007年11月中国乳制品产品产量数据	
55一、2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据	
55二、2007年1-11月中国重点省市乳制品产品产量数据	
56第二、2006-2007年11月中国液体乳产品产量数据	
58一、2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据	
58二、2007年1-11月中国重点省市液体乳产品产量数据	
59第三、乳制品销售收入前十家企业数据分析	
61一、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	
61二、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	62第六章
2007年乳制品行业供给分析	64第一节 我国乳制品行业整体供给分析
64一、供给总量及速率分析	64二、供给特点分析
65（一）产品种类更加丰富	65（二）质量标准全面提高
65（三）奶源建设更加扎实	65（四）乳品结构更加合理
65第二节 我国乳制品行业供给分析及预测	66一、在建及拟建项目分析
66（一）黄冈市现代化乳业综合项目	66（二）黑龙江奶源基地建设项目
66（三）塞北管理区十万头奶牛绿色奶源基地建设项目	67（四）蒙牛通州工厂二期工程
67（五）三鹿扩建日产1000吨液态奶生产线项目	
67（六）良种奶牛繁育、优质奶源基地建设及乳制品深加工项目	
68（七）伊利广东佛山150吨冷饮项目	68二、产能分析及预测
2007年乳制品行业需求分析	70第一节 我国乳制品行业整体需求分析
70一、行业需求量及人均消费量分析	70二、需求特点分析
70三、影响乳制品消费的主要因素	71第二节 我国乳制品行业需求结构分析
72一、消费区域结构分析	72二、消费品种结构分析
73三、消费者构成分析	
74（一）不同文化程度人群乳制品消费分析	74（二）不同职业人群乳制品消费分析
74第三节 我国乳制品需求趋势分析	74第八章 2007年中国乳制品行业竞争分析
76第一节 乳制品行业发展阶段评价	76第二节 乳制品行业竞争特点分析
77一、乳制品行业市场竞争综合评价	77二、中国乳制品行业竞争结构分析
78（一）供应商分析	78（二）购买者分析
78（三）替代品分析	78（四）潜在竞争者分析

79 (五) 产业内竞争者分析	80三、中国乳制品行业竞争策略分析
81 (一) 全国型企业集团竞争策略的重点	81 (二) 地方型企业集团竞争策略重点
82四、中国乳制品行业竞争发展趋势	83 (一) 市场竞争由产品竞争扩展到资源的竞争
83 (二) 从产品经营转向资本运营	83 (三) 宏观联合, 微观竞争
84第三、乳品市场的品牌竞争	85 (一) 液体乳主要品牌的竞争状况
85 (二) 乳制品主要品牌的竞争状况	85 (三) 2007年的品牌竞争市场分析
86第九章 细分子行业分析	88第一节 液态奶发展状况分析
88 (一) 优质奶源	88一、行业发展影响因素分析
88 (二) 先进的质量管理体系和严格到位的管理	88 (二) 先进的加工设备及雄厚的实力
89 (四) 运用“产品差异化”原则, 向高端, 功能性转移	89二、供需市场分析
90 (一) 纯奶市场	90 (二) 酸奶市场
92三、液态乳营销分析	
93 (一) 中国液态乳营销中存在的问题	93 (二) 提高中国液态乳营销水平的途径
95 (三) 液态乳营销策略探析	96 (四) 浅析液态乳营销的分工及协同作战
100 (五) 光明液态乳营销渠道之模式分析	103 (六) UHT奶的社区营销发展策略
106四、行业发展趋势分析	114 (一) 同质化中差异性发展
114 (二) 液态乳行业发展趋势	
115第二节 奶粉发展状况分析	115一、奶粉行业分析
115 (一) 后奶粉时代的来临	115 (二) 奶粉业产品创新所面临的挑战
117 (三) 奶粉行业产品创新的原则	
119 (四) 奶粉行业供求分析	123二、奶粉市场分析
124 (一) 奶粉企业争夺高端市场	124 (二) 奶粉业面临涨价局面
125 (三) 中国国产奶粉品牌迈向不同归宿	
129 (四) 中国奶粉市场蕴含巨大潜力	131三、奶粉发展策略及趋势分析
133 (一) 奶粉营销策略	133 (二) 中国奶粉企业进入高端市场分析
135 (三) 国产奶粉还须抓住质量关键	136 (四) 奶粉行业发展趋势
138第三节 奶酪发展状况分析	139一、奶酪行业发展概况
139二、奶酪行业影响因素分析	
139 (一) 价格因素	139 (二) 口味
139 (三) 消费观念	140三、奶酪行业的供需分析
140四、奶酪行业发展前景预测	140第四节 冷饮行业发展状况分析
141一、冷饮行业总体特征和现状	141二、冷饮行业运行特点分析
142 (一) 优胜劣汰出现质变, 行业垄断势头增加	142 (二) 中国的冰淇淋消费步伐加快
142 (三) 冷饮企业新产品档次普遍提升	143三、中国冰淇淋市场品牌竞争特点
143四、浅析中国冰淇淋品牌竞争格局及策略	144五、2007年冷饮行业运行趋势分析
146第五节 学生奶市场发展状况分析	147一、学生奶市场现状
147二、学生奶发展影响因素	
148 (一) 行业利润空间	148 (二) 管理监管力度
148 (三) 宣传普及知识	
148三、西方国家学生奶计划的现状及启示	149 (一) 西方国家学生奶计划的现状
149 (二) 西方国家学生奶计划的启示	149四、学生奶审批权下放
150第十章 细分区域市场分析	151第一节 我国乳制品行业区域分布总体分析及预测
151一、乳制品行业区域分布特点分析	151二、乳制品产量分布特征分析

153三、分区域经济效益状况分析	155第二节	内蒙古乳制品行业发展分析及预测
157一、内蒙古乳制品行业概述	157二、	内蒙古乳制品行业经济运行分析及预测
158三、内蒙古乳制品行业发展条件分析及预测		159第三节
河北省乳制品行业发展分析及预测		160一、河北省乳制品工业概述
160二、河北省乳制品行业经济运行分析及预测		
160三、河北省乳制品行业发展条件分析及预测		162第四节
黑龙江省乳制品行业发展状况分析		162一、黑龙江省乳制品工业概述
162二、黑龙江省乳制品行业经济运行分析及预测		
163三、黑龙江省乳制品行业发展条件分析及预测	164第五节	山东省乳制品行业发展分析
165一、山东省乳制品工业概述	165二、	山东省乳制品行业经济运行分析及预测
165三、山东省乳制品行业发展条件分析及预测	167第六节	上海地区行业发展分析
167一、上海地区乳制品工业概述	167二、	上海地区乳制品行业经济运行分析及预测
168三、上海地区乳制品行业发展条件分析及预测		169第十一章
中国外乳制品行业优势公司经营状况分析	171第一节	瑞典雀巢公司
171二、公司在华发展状况分析	171三、	市场动态分析
174一、集团概况	174二、	市场发展
174三、	174三、	并购之道
177一、公司概况	177二、	公司发展状况分析
177二、	177二、	公司发展状况分析
179一、公司简介	179二、	公司经营状况分析
179二、	179二、	公司经营状况分析
181三、	181三、	公司发展战略分析
183第五节		内蒙古蒙牛乳业集团
189一、	189一、	公司简介
189二、	189二、	蒙牛集团营销渠道策略
190三、	190三、	蒙牛牛奶国际市场动态
192第六节	192第六节	伊利股份
193一、	193一、	伊利股份发展思路及趋势分析
193二、	193二、	公司主要产品市场情况
194三、	194三、	公司经营状况分析
196第七节	196第七节	光明乳业
199一、	199一、	2007年公司最新动态
199二、	199二、	2007年公司盈利趋势
200三、	200三、	公司经营状况分析
200第八节	200第八节	三鹿集团
202一、	202一、	公司简介
202二、	202二、	品牌运营分析
203三、	203三、	公司发展策略分析
207第九节	207第九节	黑龙江省完达山乳业集团
208一、	208一、	公司简介
208二、	208二、	品牌发展战略分析
209第十节	209第十节	北京三元食品股份有限公司
210一、	210一、	公司概况
210二、	210二、	公司经营状况分析
211三、	211三、	市场分析
213四、	213四、	公司发展综合评价及前景预测
213第十二章		乳制品行业投资与效益分析
215第一节	215第一节	乳制品行业在国民经济中的地位
215第二节	215第二节	乳制品行业投资状况分析
216一、	216一、	乳制品行业投资总体状况分析
216二、	216二、	乳制品投资企业性质结构分析
216第三节	216第三节	2007年乳制品行业效益分析
218一、	218一、	乳制品行业总体盈利能力分析
218二、	218二、	乳制品行业总体偿债能力分析
219三、	219三、	乳制品行业总体运营能力分析
219四、	219四、	乳制品行业总体发展能力分析
219五、	219五、	效益影响因素分析
220（一）	220（一）	成本费用分析
220（二）	220（二）	相关行业影响分析
221六、	221六、	乳制品行业效益预测
224第十三章	224第十三章	中国乳制品关联行业运行状况分析
225第一节	225第一节	包装行业
225一、	225一、	乳制品包装现状及发展趋势
225二、	225二、	影响中国乳制品包装因素
227三、	227三、	乳制品包装问题及创新设计
228四、	228四、	液态奶包装市场现状及主要问题

231五、国外乳饮品包装趋势	234第二节 奶牛饲养业	237一、中国奶牛业发展现状
237二、中国奶牛业发展推动力	246三、奶牛饲养存在问题及对策	248四、奶牛业发展前景
252第十四章	2007-2010年中国乳制品发展前景预测分析	255第一节
2007-2010年中国乳制品行业需求趋势与供给能力分析预测		
255一、2007-2010年中国乳制品消费需求预测分析	255（一）消费总量将持续上涨	
255（二）城镇居民仍是消费主体	256（三）乳业各部门将同步增长	
256二、中国乳品供给预测分析	257第二节 2007-2010年中国乳制品行业市场竞争预测分析	
257一、中国乳业高端竞争趋势分析	257二、2007年乳业变局：阵营之战利润之战	
258三、乳制品未来竞争趋势	259第十五章	
2007-2010年中国乳制品行业投资环境和风险分析		
261一、经济环境风险分析	261二、宏观调控政策分析	261第一节 经济环境风险分析
262三、财政货币政策风险分析	262三、财政货币政策风险分析	
263四、汇率变化风险分析	264五、通货膨胀风险分析	264第二节
乳制品行业产业政策环境风险分析		
264一、“禁鲜令”对乳制品行业的风险分析	264一、“禁鲜令”对乳制品行业的风险分析	
264二、“奶牛良种繁育补贴”对乳制品行业风险分析	264二、“奶牛良种繁育补贴”对乳制品行业风险分析	
265三、《乳制品感官质量评鉴细则》对乳制品行业风险分析	265第三节	
乳制品行业市场风险分析		
266一、行业经济周期性波动风险	266二、国际市场风险分析	
267三、市场竞争风险分析	268四、原材料供应风险	269五、市场区域分割的风险
269六、价格风险	269第四节 乳制品行业运行风险	
270一、乳制品行业供需运行趋势分析	270一、乳制品行业供需运行趋势分析	
270二、乳制品行业运行风险分析	271第十六章 2007-2010年中国乳制品行业投资策略分析	
273第一节 中国乳制品中长期发展具体对策分析	273第一节 中国乳制品中长期发展具体对策分析	
273第二节 国内乳制品企业应加强的对策	273第二节 国内乳制品企业应加强的对策	
275一、产品多元化	275二、高质量运行方式	276三、生态乳业是中国乳业发展必由之路
281四、中国乳制品企业发展战略	284表目录表格	
1：2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析	47表格	
2：2007年1-11月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析	50表格	
3：2006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	52表格	
4：2007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	53表格	
5：2006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	54表格	
6：2007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	54表格	
7：2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据	55表格	
8：2007年1-11月中国重点省市乳制品产品产量数据	56表格	
9：2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据	58表格	
10：2007年1-11月中国重点省市液体乳产品产量数据	59表格	
11：2006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	61表格	
12：2007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	62表格	
13：2005年、2006年乳制品产量	64表格	14：2006年伊利新增产能（万吨）与增长幅度

69表格	15：2005、2006年伊利蒙牛产能扩张统计	69表格
16：城镇居民人均消费鲜奶量统计	73表格	17：2006年度乳制品最具市场竞争力品牌名单
85表格	18：酸奶功能性分类统计	89表格
19：液态奶分销渠道模式比较表	97表格	
20：液态奶主要零售终端类型	98表格	21：光明乳业主要城市保鲜奶渠道分布表
104表格		
22：光明乳业主要城市常温奶渠道分布表		104表格
23：光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例表	105表格	24：2006年乳制品行业地区分布情况
151表格	25：2006年乳制品产量区域分布状况	153表格
26：2006年各乳制品行业区域经济效益状况		155表格
27：2003-2006年内蒙古自治区乳制品产量		157表格
28：2003-2006年内蒙古乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析		158表格
29：2003-2006年内蒙古乳制品行业运行效率对比分析		158表格
30：2003-2006年河北省乳制品产量		160表格
31：2003-2006年河北省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析		160表格
32：2003-2006年河北省乳制品行业运行效率对比分析		161表格
33：2003-2006年黑龙江乳制品产量		162表格
34：2003-2006年黑龙江省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析		163表格
35：2003-2006年黑龙江省乳制品行业运行效率对比分析		163表格
36：2003-2006年山东省乳制品产量		165表格
37：2003-2006年山东省乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析		166表格
38：2003-2006年山东省乳制品行业运行效率对比分析		166表格
39：2003-2006年上海市乳制品产量		168表格
40：2003-2006年上海市乳制品行业盈利能力及偿债能力对比分析		168表格
41：2003-2006年上海市乳制品行业运行效率对比分析		169表格
42：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司每股指标分析		181表格
43：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司获利能力分析		181表格
44：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司经营能力分析		181表格
45：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司偿债能力分析		182表格
46：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司资本结构分析		182表格
47：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司发展能力分析		182表格
48：2006-2008年一季度维维食品饮料股份有限公司现金流量分析		182表格
49：2006-2007年维维食品饮料股份有限公司利润分配表		183表格
50：2006-2008年一季度伊利股份每股指标分析		196表格
51：2006-2008年一季度伊利股份获利能力分析		196表格
52：2006-2008年一季度伊利股份经营能力分析		196表格
53：2006-2008年一季度伊利股份偿债能力分析		197表格



54 : 2006-2008年一季度伊利股份资本结构分析	197表格
55 : 2006-2008年一季度伊利股份发展能力分析	197表格
56 : 2006-2008年一季度伊利股份现金流量分析	197表格
57 : 2006-2007年伊利股份利润分配表	198表格
58 : 2006-2008年一季度光明乳业每股指标分析	200表格
59 : 2006-2008年一季度光明乳业获利能力分析	200表格
60 : 2006-2008年一季度光明乳业经营能力分析	201表格
61 : 2006-2008年一季度光明乳业偿债能力分析	201表格
62 : 2006-2008年一季度光明乳业资本结构分析	201表格
63 : 2006-2008年一季度光明乳业发展能力分析	201表格
64 : 2006-2008年一季度光明乳业现金流量分析	202表格
65 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司每股指标分析	211表格
66 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司获利能力分析	211表格
67 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司经营能力分析	211表格
68 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司偿债能力分析	211表格
69 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司资本结构分析	212表格
70 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司发展能力分析	212表格
71 : 2006-2008年一季度北京三元食品股份有限公司现金流量分析	212表格
72 : 2003-2006年乳制品行业盈利能力指标	218表格
73 : 2003-2006年我国乳制品行业偿债能力指标	219表格
74 : 2003-2006年我国乳制品行业运营能力指标	219表格
75 : 2003-2006年我国乳制品行业发展能力指标	219表格
76 : 2003-2006年乳制品行业各项费用及其增速	220表格
77 : 2004-2006年GDP、乳制品工业总产值增速 267图目录	
16图表	2 : 2003-2006年规模以上乳制品制造企业总数 64图表
3 : 城镇居民人均乳制品消费量(千克/人) 70图表	4 : 居民人均奶及奶制品消费前十名的城市 72图表
5 : 2003-2006年乳制品销售收入、总资产及其增速	76图表
6 : 2003-2006年单个企业平均固定资产净值	81图表
7 : 全国大中城市居民各种奶及奶制品消费比例 90图表	8 : 直营模式 108图表
9 : 分销模式 109图表	10 : 我国奶粉消费人群比例 123图表
11 : 2002-2006年乳制品工业总产值占GDP比重	215图表
12 : 2006年规模以上乳制品制造企业按企业性质分类及所占比例	216图表
13 : 2003-2006年大、中型乳制品制造企业数量	217图表
14 : 2004-2009年我国原奶收购价格走势及预测	218图表
15 : UHT奶及利乐包含乳饮料成本构成 223图表	16 : 其他乳品成本构成 223图表

17 : 2003-2006年GDP、乳制品工业总产值

267图表

18 : 2003-2006年乳制品行业产销量增速变化趋势 271

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2848728487.html>