

2007-2008年中国乳制品行业 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

一、报告报价

《2007-2008年中国乳制品行业研究发展分析报告》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/200806/1508.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

第一章、乳制品概述

第一节、乳及乳制品

一、乳与乳制品的概念

二、乳与乳制品的分类

三、乳与乳制品的营养价值

第二节、几种与日常生活紧密联系的乳品

一、无抗奶

二、有抗奶

三、巴氏奶

四、复原乳

五、酸奶

第二章、国际乳制品行业分析

第一节、国际乳制品发展情况

一、国外乳业发展综述

二、国际主要乳制品市场状况

三、全球主要地区乳品消费情况及前景展望

第二节、美国

一、部分地区经济增长促进美国乳品出口

二、美国对液态乳的监管法规简介

三、2006年美国乳业发展简况

四、2007年美国乳制品行业预测

第三节、印度

一、印度乳业成功发展的原因解析

二、印度推行乳业综合发展计划成绩显著

三、印度乳制品出口潜力很大

第四节、澳大利亚

一、澳大利亚乳制品产业的优势

二、澳大利亚乳制品产业概况和发展趋势

三、澳大利亚乳制品消费解析

第五节、韩国

- 一、韩国乳业发展简述
- 二、韩国乳品市场的现状及发展
- 三、韩国乳品质量安全管理与功能产品开发

第三章、中国乳制品行业分析

第一节、乳制品行业的发展回顾与现状分析

- 一、1995-2004年中国乳业发展回顾
- 二、中国乳制品行业现状分析
- 三、中国乳制品产业特征
- 四、中国布局五大奶源产区确定奶源大格局
- 五、中国乳制品重整河山还须民族品牌

第二节、中国乳业与国际乳业

- 一、中国乳业与世界水平的三大差距
- 二、中国乳业成为世界乳业焦点
- 三、中国乳制品业已着力开拓国际市场
- 四、中国乳品业巨头开始国际化新篇章
- 五、外资公司紧密追踪中国乳业动向

第三节、乳业并购分析

- 一、乳业并购重组增加产业集中度提升
- 二、中国乳业并购活动集中性现象原因透析
- 三、乳制品业并购应注意的问题

第四节、中国乳业面临的问题

- 一、中国乳制品产业发展瓶颈
- 二、中国乳品企业创新与结构问题亟待解决
- 三、中国原料奶生产出现五大问题
- 四、中国乳业受外资冲击

第五节、乳业发展策略

- 一、中国乳业品牌的追随策略分析
- 二、采取适度宏观调控等措施推动乳业升级发展
- 三、技术创新是乳制品行业发展的出路
- 四、奶业发展的产业化经营
- 五、加强奶业环境保护走可持续发展之路

第四章、乳制品制造业数据分析

第一节、2005-2007年2月中国液体乳及乳制品制造业总体数据分析

一、2005年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析

二、2006年1-12月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析

三、2007年1-2月中国全部液体乳及乳制品制造企业数据分析

第二节、2005-2007年2月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析

一、2005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

二、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

三、2007年1-2月中国液体乳及乳制品制造不同所有制企业数据分析

第三节、2005-2007年2月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析

一、2005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

二、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

三、2007年1-2月中国液体乳及乳制品制造不同规模企业数据分析

第五章、中国乳制品市场分析

第一节、乳制品市场状况分析

一、2006年中国乳业市场形势分析

二、2006年原料上涨乳业却打价格战

三、中国乳业市场逐步走向“三国”鼎立

第二节、乳品市场问题与挑战

一、乳品业之价格战

二、中国乳品安全接轨国际的困惑

三、中国巴氏奶仍陷入内忧外患

第三节、乳品市场发展策略及前景分析

一、中国牛奶市场的特点及营销推广

二、乳品新产品开发的有效途径

三、中国将成全球乳制品消费最大潜在市场

第六章、乳制品需求状况分析

第一节、乳制品消费者分析

一、乳制品消费者构成及其营养需求

二、乳品消费者分析

三、乳品消费结构分析

四、乳品业消费者行为与心理探究

第二节、乳制品消费现状

一、中国乳品消费现状

二、2006年乳制品消费情况

三、中国乳制品消费只达世界水平二成

第三节、影响中国乳类需求的重要因素

一、收入增长

二、城市化进程

三、人口增长及其结构变化

四、市场细化和宏观政策

第四节、乳制品需求趋势预测

一、消费总量将持续上涨

二、城镇居民仍是消费主体

三、乳业各部门将同步增长

第七章、液态乳

第一节、液态乳市场分析

一、中国液态乳发展特点

二、液态乳市场现状

三、液态乳消费者分析

第二节、液态乳市场监管情况

一、液态乳市场逐步走向规范

二、液态乳受到重点监控

三、2007年起液体乳出厂须明确标明生产日期

第三节、液态乳市场竞争分析

一、中国液态乳的市场格局

二、液态乳市场竞争局势

三、液态乳产品细分战

四、液态乳竞争策略

第四节、液态乳营销分析

一、中国液态乳营销中存在的问题

- 二、提高中国液态奶营销水平的途径
- 三、液态乳营销策略探析
- 四、浅析液态乳营销的分工及协同作战
- 五、光明液态乳营销渠道之模式分析
- 六、UHT奶的社区营销发展策略
- 第五节、液态乳发展策略及趋势
 - 一、同质化中差异性发展
 - 二、液态乳市场发展趋势
 - 三、液态乳制品生产技术及产品的发展趋势

第八章、奶粉

第一节、奶粉行业分析

- 一、后奶粉时代的来临
 - 二、奶粉业产品创新所面临的挑战
 - 三、奶粉行业产品创新的原则
- ### 第二节、奶粉市场分析
- 一、奶粉企业争夺高端市场
 - 二、奶粉业面临涨价局面
 - 三、中国国产奶粉品牌迈向不同归宿
 - 四、中国奶粉市场蕴含巨大潜力

第三节、婴幼儿奶粉市场

- 一、中国婴幼儿奶粉市场现状分析
- 二、中国婴幼儿奶粉市场之格局分析
- 三、中国婴幼儿配方奶粉的质量现状
- 四、中外激夺婴幼儿奶粉高端市场

第四节、奶粉发展策略分析

- 一、奶粉营销策略
- 二、中国奶粉企业进入高端市场分析
- 三、国产奶粉还须抓住质量关键

第九章、奶酪、酸奶、冰淇淋

第一节、奶酪

- 一、奶酪相关介绍
- 二、中国奶酪市场现状
- 三、中国奶酪市场的机会与风险分析
- 四、奶酪在乳制品市场的发展蕴藏巨大潜力

第二节、酸奶

- 一、国内酸奶发酵剂使用状况
- 二、中国乳酸菌标准偏低引起市场混乱
- 三、长效酸奶在中国市场有广阔前景
- 四、未来酸奶的发展趋势
- 五、酸奶品种发展的流行趋势

第三节、冰淇淋

- 一、中国冰淇淋市场发展特点
- 二、中国冰淇淋市场品牌竞争特点
- 三、浅析中国冰淇淋品牌竞争格局及策略
- 四、冰淇淋企业集体冲向高端
- 五、将来冰淇淋的发展趋势分析

第十章、乳制品产销数据分析

第一节、2005-2007年2月中国乳制品产品产量数据

- 一、2005-2007年2月全国乳制品产品产量总体数据
- 二、2005年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据
- 三、2006年1-12月中国重点省市乳制品产品产量数据

第二节、2005-2007年2月中国液体乳产品产量数据

- 一、2005-2007年2月全国液体乳产品产量总体数据
- 二、2005年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据
- 三、2006年1-12月中国重点省市液体乳产品产量数据

第三节、乳制品销售收入前十家企业数据分析

- 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
- 二、2007年1-2月中国液体乳及乳制品制造业销售收入前十家企业

第十一章、乳制品进出口数据分析

第一节、未浓缩未加糖或其他甜物质的乳及奶油

- 一、2001-2007年2月进出口总体数据分析
- 二、2005-2007年2月中国重点省市进出口总体数据
- 三、2005-2007年2月进出口主要国家的数据

第二节、浓缩、加糖或其他甜物质的乳及奶油

- 一、2001-2007年2月进出口总体数据分析
- 二、2005-2007年2月中国重点省市进出口总体数据
- 三、2005-2007年2月主要国家的进出口数据

第三节、酪乳、结块的乳及奶油、发酵或酸化乳及奶油

- 一、2001-2007年2月进出口总体数据分析
- 二、2005-2007年2月中国重点省市进出口总体数据
- 三、2005-2007年2月主要国家的进出口数据

第十二章、乳制品营销分析

第一节、乳品营销概况

- 一、乳业三强重燃营销大战
- 二、乳制品行业营销面临的十大问题
- 三、乳制品行业营销的四大突围

第二节、乳制品营销策略分析

- 一、乳制品行业营销十大法则
- 二、乳品促销之五步走
- 三、乳业促销竞争策略
- 四、乳业价格之外的营销策略
- 五、中小企业营销之柔道战略运用

第三节、中小型乳制品企业渠道及终端营销对策

- 一、选择适合自己的经销商
- 二、渠道选择
- 三、推广途径

第十三章、乳制品质量问题分析

第一节、乳制品质量安全标准状况

- 一、发达地区乳和乳制品安全质量状况与质量保证体系
- 二、国内外乳及乳制品质量安全和技术法规分析比较

三、标准不严造成乳品业屡出问题

第二节、乳制品产业质量分析

一、乳制品产业水平及质量变化

二、中国乳及乳制品质量安全问题状况及分析

三、乳品质量安全问题制约中国乳业发展

第三节、乳制品质量安全解决对策及展望

一、解决中国乳与乳制品质量安全问题的途径

二、四个层面建设乳品质量安全体系

三、乳品行业质量发展与展望

第十四章、乳制品包装

第一节、乳品包装概况

一、英国乳品包装业的发展

二、中国乳品包装现状分析

三、中国乳品包装安全质量状况

四、中国乳品包装亟待发展的几个方面

五、乳品包装业的发展对乳企意义深远

第二节、液态乳包装分析

一、液态乳包装进展及存在的问题

二、树脂材料在液态乳品包装中的应用情况

三、液态奶包装袋卫生状况分析

四、完善液态乳纸箱外包装的10项举措

第三节、透析乳品包装设计

一、中国乳制品包装设计存在的主要问题

二、乳制品包装设计要点

三、包装设计展望

第四节、乳品包装的前景与趋势

一、欧美市场乳制品包装的发展趋势

二、中国乳制品包装的发展方向

三、果粒乳品包装的发展趋势

四、无菌包装在乳品业中的应用前景

第十五章、相关行业分析

第一节、奶牛业

- 一、中国奶牛养殖业存在的问题及措施
- 二、中国奶牛业的发展策略分析
- 三、浅析中国三大奶牛养殖模式发展前景
- 四、开拓具有中国特色的质量型奶源之路

第二节、豆奶业

- 一、中国豆奶业发展迟缓的原因分析
- 二、中国豆奶业存在的问题
- 三、中国豆奶业面临的机会
- 四、完善豆奶业竞争机制加强行业管理
- 五、透析中国豆奶业的商业模式重构

第十六章、乳制品行业竞争分析

第一节、乳业竞争概况

- 一、中国乳品业三分天下的竞争格局
- 二、乳制品业的三大战役
- 三、乳制品业竞争的焦点

第二节、2005-2007年乳业竞争状况

- 一、2005年中国乳制品竞争白热化
- 二、2006年中国乳制品业竞争升级
- 三、2007年中国乳制品业竞争再升级

第三节、中国乳制品加工业的过度竞争透析

- 一、产业过度竞争的判断依据
- 二、中国乳制品产业的过度竞争表现
- 三、中国乳制品产业形成过度竞争的原因剖析
- 四、相关政策建议

第四节、乳业竞争面临的问题及竞争策略分析

- 一、奶品大贱卖乳品市场竞争机制存在漏洞
- 二、乳制品业市场竞争策略分析
- 三、乳业市场的创新竞争
- 四、地方乳企参与市场竞争策略分析

第十七章、乳制品重点企业

第一节、伊利股份

一、公司简介

二、2005-2006年第三季度伊利股份经营状况分析

三、伊利趋向稳健布局

第二节、光明乳业

一、公司简介

二、2005-2006年光明乳业经营状况分析

三、光明乳业营销策略分析

四、光明乳业未来发展展望

第三节、三元股份

一、公司简介

二、2005-2007年第一季度三元股份经营状况分析

三、三元股份未来发展展望

第四节、蒙牛乳业

一、公司简介

二、2006年蒙牛经营情况

三、蒙牛超速发展原因分析

第十八章、乳制品投资分析

第一节、乳制品行业投资环境分析

一、中国乳品业发展态势分析

二、中国乳业成为投资热点

三、未来20年乳业投资将有巨大需求

第二节、利用波特五力模型透析中国乳业现状

一、潜在进入者

二、现有竞争对手间争夺的激烈程度

三、替代产品压力

四、供方砍价能力

五、买方砍价能力

第三节、乳制品行业的投资风险

一、经营风险

二、行业风险

三、市场风险

第十九章、乳制品行业前景趋势分析

第一节、乳制品发展方向

一、功能乳品将成为乳品发展的重要方向

二、发酵型乳酸菌奶饮品成为全球乳制品发展的新方向

三、“无抗”是中国乳业发展的必然方向

第二节、乳制品行业发展前景预测

一、2007年乳制品行业发展前景预测

二、2010年中国乳业发展规模将有巨大增长

三、未来50年乳制品行业发展预测

第三节、乳制品行业发展趋势

一、中国乳品业发展的最新趋势及变化

二、中国乳制品市场发展趋势预测

三、中国乳业将迈入精细化管理时代

四、乳企将实现三大转变

附录

附录一：中华人民共和国食品卫生法

附录二：乳与乳制品卫生管理办法

附录三：乳制品企业生产技术管理规则

附录四：生鲜牛乳收购标准GB 6914—86

附录五：2006年关于严格液态奶生产日期标注有关问题的公告

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1508.html>