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和功能产品开发

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、乳制品制造工业数据分析

- 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