

2008年中国液态奶行业市场分析 及发展前景预测报告

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

《2008年中国液态奶行业市场分析及发展前景预测报告》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/200807/4713.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 宏观经济运行环境分析

一、2007年我国宏观经济运行情况

二、2008年经济走势初步判断

(一) 2008年经济发展面临的国内外环境和不确定因素

(二) 2008年三大需求仍将保持较高增长

(三) 2008年经济增速情况

三、2008年宏观调控政策走势

(一) 财政政策真正回到稳健操作，实现当年财政收支平衡

(二) 实行适度从紧的货币政策，更加灵活运用价格型政策工具

(三) 引导人民币一揽子货币实际有效汇率小幅升值，提高人民币国际地位

(四) 抑制物价上涨，推出利于节能减排的价格和税费改革措施

(五) 继续加大普通住宅的土地供应，更加明确保障性住房的非商品性质

四、世界经济贸易形势

(一) 当前世界经济贸易总体形势

(二) 主要国家和地区经贸形势前景

第二章 全球乳制品行业分析

一、全球乳制品行业现状

(一) 全球常温奶销量上升

(二) 全球干酪行业现状

(三) 全球乳清生产现状

(四) 全球乳制品行业新标准出台

二、美国乳制品市场现状及预测

(一) 2007年美国乳制品市场情况

(二) 2008年美国乳制品市场预测

三、澳大利亚乳业现状及发展趋势

(一) 澳大利亚乳业现状

(二) 澳大利亚乳业发展趋势

四、亚洲乳制品行业现状

(一) 菲律宾乳制品市场现状

(二) 印度、智利乳业瞄准我国市场

五、全球乳制品市场需求趋势分析

第三章 我国乳制品行业发展分析

一、我国乳制品行业现状

(一) 乳制品工业现状

(二) 企业竞争日趋激烈

(三) 存在问题和市场前景

二、2007年我国乳制品工业产销分析

三、各地区乳制品行业发展情况

(一) 内蒙古乳制品加工业现状

(二) 上海乳制品加工业重新布局

(三) 黑龙江省乳制品行业现状

四、乳制品生产的收益成本解析

五、乳制品消费需求分析

六、2007年我国乳品进出口情况

第四章 我国液态奶市场背景分析

一、液态奶定义和分类

二、全国液态奶生产形势分析

(一) 国内液态奶生产总量及主产区产量

(二) 乳业整合进入关键时期

(三) 液态奶内部结构

三、我国液态奶消费市场情况

(一) 京、沪、津、穗等地液态奶市场细分

(二) 未来液态奶消费量有所增加

(三) 四种因素决定了我国液态奶市场将继续增长

四、我国液态奶价格走向

(一) 从不同省份液态奶分类

(二) 从不同价位液态奶区间分类

五、各地区液态奶市场情况

(一) 上海液态奶市场调查

(二) 天津液态奶市场再现“行情波动”;

(三) 山东液态奶市场情况

第五章 我国液态奶市场热点分析

一、解密“还原奶”迷雾

(一) 六成“液态奶”是奶粉造

(二) 乳制品协会为“还原奶”正名

(三) 奶业专家集体声援“还原奶”始末

二、“毒奶粉”背后的产业黑幕回放

三、从“无抗奶”看液态奶的概念炒作

四、“倒奶”事件凸现奶业低水平过剩

五、北京城区居民乳品消费需求分析

六、收缩战略暗藏伏笔，外资乳业的隐身游戏

第六章 我国液态奶行业主要品牌消费人群构成分析

一、液态奶总体消费人群构成分析

二、蒙牛消费人群构成分析

三、光明消费人群构成分析

四、伊利消费人群构成分析

五、完达山消费人群构成分析

六、三鹿消费人群构成分析

七、三元消费人群构成分析

第七章 我国消费行为特征分析

一、液态奶消费特征

(一) 消费基础的逐渐成熟带动消费市场发展

(二) 消费者对液态奶的知识水平有所提高

(三) 大我型城市成为我国目前乳品消费的最大市场

(四) 液态奶消费群体年龄段划分较为明显

二、液态奶消费者特点

(一) 饮用方式

(二) 饮用量

- (三) 饮用包装
- (四) 饮用地点
- (五) 购买地点
- (六) 购买量
- (七) 购买关注点

三、消费者认识奶品信息来源

第八章 我国液态奶行业竞争分析

一、奶源竞争分析——液态奶市场掀起“圈地”热

二、产品竞争分析——液态奶构成及分布

三、品牌竞争分析

- (一) 液态奶品牌市场变化情况
- (二) 液态奶市场发展趋势
- (三) 液态奶市场演变情况

1、产品——趋向保质期长、高钙奶

2、价格——我档价位被选择概率高

四、液态奶市场竞争格局的变化

- (一) 促销活动加剧液态奶市场销售量
- (二) 草原牛奶上升趋势明显
- (三) 北上南下、企业的大市场大格局行为
- (四) 品牌战加剧
- (五) 液态奶逐步趋于理性和成熟

第九章 我国液态奶细分市场分析

一、巴氏杀菌奶

- (一) 巴氏奶市场的迷失
- (二) 巴氏奶市场的竞争策略
- (三) 推广“巴氏奶”，光明乳业结盟国际纸业

二、超高温灭菌奶/UHT奶

- (一) 灭菌奶激活奶市
- (二) 灭菌奶冲击巴氏奶
- (三) 灭菌奶的竞争策略

三、酸奶

- (一) 华南酸奶市场大战升级
- (二) 蒙牛强势杀入上海酸奶市场
- (三) 杯装酸奶悄然杀入液态奶市场
- (四) 日本：盛行酸奶制品

第十章 关联产业分析

一、奶业

- (一) 全球奶业现状
- (二) 2007年我国奶业形势分析
- (三) 西部奶业资源现状
- (四) 东、西部奶业发展优势与特点
- (五) 我国乳业的奶源堪忧

二、液态奶包装

- (一) 液态奶包装行业现状
- (二) 外企垄断无菌包装
- (三) 液态奶包装膜选择及印制工艺浅析
- (四) 软包装液态鲜奶保质期如何保障
- (五) 未来液态奶包装的发展趋势
- (六) 液态奶包装营销模式新走向

第十一章 我国液态奶行业主要品牌企业分析

一、蒙牛

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展动态

二、伊利

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展动态

三、光明

- (一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展动态

四、完达山

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展动态

五、三鹿

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展动态

六、三元

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业发展动态

第十二章 2008-2010年我国液态奶行业发展趋势及投资分析

一、我国液态奶行业发展趋势

(一) 液态奶市场发展趋势十大特征

(二) 未来5年液态奶年增长可达15%

二、液态奶制品包装新趋势

(一) 利乐包装

(二) 塑料杯无菌包装

(三) 黑白鲜奶膜包装

1、薄膜的卫生性

2、薄膜的结构设计

3、薄膜的热封性

4、薄膜的印刷性

5、印刷油墨的选择

(四) 全球OPP包装薄膜市场需求呈上扬趋势

三、功能性食品添加剂在液态奶我的应用和发展趋势

(一) 在复原奶我的应用

(二) 在巧克力奶和强化钙奶我的应用

(三) 在我性奶饮料我的应用

(四) 在酸奶我的应用

(五) 在低pH值奶饮料我的应用

(六) 在植物蛋白饮料我的应用

四、我国液态奶行业投资机会与风险展望

(一) 液态奶行业投资机会分析

(二) 液态奶行业投资风险展望

五、成功案例与对策研究

(一) 内蒙古乳品产业的成长模式研究

1、内蒙古乳品产业的竞争优势分析

2、内蒙古乳品产业面临的竞争因素分析

3、提升内蒙古乳品产业竞争优势的成长模式

(二) 光明、达能、优诺上海酸奶市场征战解读

(三) 西部奶业发展的对策与措施

图表目录部分

图表 2002-2007我国乳制品产量变动轨迹

图表 2007年1-12月份我国各省市乳制品产品产量增长分析

图表 2007年1-12月份我国乳制品产量前五位的省市排名

图表 2007年1-12月份我国乳制品产量前五位的省市所占全国比重对比分析

图表 2007年1-12月份我国乳制品行业销售利润增长分析

图表 2007年1-12月份我国乳制品行业运行成本分析

图表 我国个种液态奶消费量分析

图表 我国液态奶内部结构比重分析

图表 北京液态奶市场终端热卖榜

图表 北京乳品市场占有率情况

图表 广州液态奶市场终端热卖榜

图表 直辖市人均乳品消费变动情况

图表 我国液态奶消费人群性别及引用情况分析

图表 我国液态奶饮用者具体情况分析

图表 我国液态奶非饮用者具体情况分析

图表 蒙牛消费人群中不同性别比重分析

图表 蒙牛消费人群中不同收入比重分析

图表 蒙牛消费人群中不同家庭收入比重分析

图表 蒙牛品牌男性消费人群中不同年龄阶段比重分析

图表 蒙牛品牌女性消费人群中不同年龄阶段比重分析

图表 光明品牌消费者性别比重分析

图表 光明品牌消费者个人收入比重分析

图表 光明品牌消费者家庭收入比重分析

图表 光明品牌男性消费者年龄阶段比重分析

图表 光明品牌女性消费者年龄阶段比重分析

图表 伊利品牌消费人群性别比重分析

图表 伊利品牌消费人群个人收入比重分析

图表 伊利品牌消费人群家庭收入比重分析

图表 伊利品牌男性消费人群年龄阶段比重分析

图表 伊利品牌女性消费人群年龄阶段比重分析

图表 完达山品牌消费者性别比重分析

图表 完达山品牌消费者个人收入比重分析

图表 完达山品牌消费者家庭收入比重分析

图表 三鹿品牌消费者性别分析

图表 三鹿品牌消费者个人分析

图表 三元品牌消费者性别比重分析

图表 三元品牌消费者个人收入比重分析

图表 三元品牌消费者家庭收入比重分析

图表 三元品牌男性消费者年龄阶段比重分析

图表 三元品牌女性消费者年龄阶段比重分析

图表 2007年蒙牛乳业集团上半年经营情况 单位：千元

图表 2003-2007年蒙牛乳业集团营业收入变化趋势图

图表 2007年我国液态奶按产品划分收入情况

图表 2007年我国按液态奶产品产品划分收入情况

图表 2007年光明乳业股份有限公司经营情况 单位：元

图表 2007年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况

图表 黑龙江省完达山乳业股份有限公司主要经济指标情况

图表 石家庄三鹿集团股份有限公司主要经济指标情况

图表 2007年北京三元食品股份有限公司经营情况

图表 2003-2007年北京三元食品股份有限公司营业收入变化趋势图

图表 2003-2007年北京三元食品股份有限公司营业收入变化趋势图

图表 2007年北京三元食品股份有限公司分行业分产品经营情况

图表 目前我国我国液态奶包装情况

图表 2007年我国液态奶制品的不同产品比重

图表 2001-2007年我国内蒙古牛奶产量增长趋势图

图表 略……

更多图表见正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200807/4713.html>