



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国乳制品行业市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国乳制品行业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/40705.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

内容简介

随着科技兴业举措的推进，2005年我国奶类总产量比上年增长20%，达到2864.8万吨，我国乳品产业总产值已突破600亿元。2005年我国人均奶类占有量达到21.7公斤。2005年我国乳制品产量达到1310.4万吨，全国城镇居民、农村居民每年人均乳制品消费量分别达到24.8公斤和2公斤左右，在农业所有产业中，乳业成为增长量最大、增长持续时间最长的产业。2006年上半年乳制品业生产保持较快增长，但整体增长幅度有所下降。

目前我国近1600家的乳品加工企业，30%左右的企业处于盈亏平衡点，另有30%的企业出现亏损。乳制品行业竞争日趋激烈：乳制品价格战重燃，奶源争夺硝烟再起，营销大战精彩升级，乳业巨头硝战二三级市场，外资在沉寂数年后又掀起了新一轮大举进入中国的热潮。乳业竞争推动并购重组行业集中度将不断提高，未来竞争将向全方位发展，2010年前或有半数乳企被淘汰！

世界人均年消费乳制品100千克，而我国目前人均消费量远远低于世界平均水平，市场潜力很大。随着人民生活水平的提高，未来5年，我国乳制品产品消费将大幅度增加，特别是液体奶，预计年增长率可达15%。目前我国人均乳制品产品消费量尚处于较低水平，市场潜力巨大。全世界乳制品产品总产量为5.64亿吨，人均占有量为100千克，亚洲人均消费乳制品产品也已超过了40千克，而我国的人均占有量只是7.2千克。根据对世界主要乳品消费国的研究，我们相信国内乳品市场在未来3-5年仍将以25%的速度保持高速增长，伴随着这种高速增长，国内乳业格局必将经历一番重新洗牌。

在未来几年内，中国奶业仍然处于资源的整合时期，中国市场对国外乳业跨国公司仍有很强的诱惑力，但成群整队第二次群体性杀入中国市场的最佳时机，在近一两年内还不会出现，目前中国奶业的发展状态及格局有点像重新洗牌的前夜。在未来5年，中国奶业的发展速度仍会保持2位数的增长指数，仍会保持一个快速的发展速度；未来的10年，整体上逐呈上升趋势，但发展的速度已开始放缓；未来15年，中国奶业的发展速度将会与国民经济的发展增长速度趋向于大致的平衡；未来20年，发展增长指数可能维持5%左右，此时的中国人年均占奶量有可能实现60公斤左右，与世界的人均水平的距离已明显缩小。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、国家海关总署、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中国饮料工业协会、中国乳品行业协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及食品饮料行业专业研究单位等公布和提供的大量数据资料，对我国乳制品市场的供给与需求状况、市场格局与分布、部分重点地区、城市的乳制品市场发展状况、乳制品消费态势等进行了分析，并重点分析了我国乳制品的市场状况、中国乳制品产业的各项经营指标，以及面对WTO时代，中国乳制品业将面临的冲击以及行业与企业的应对策略。报告还对国家乳制品的发展趋势与产业政策进行了审慎的研判，是乳制品生产、经营企业、科研机构、投资公司等单位准确了解目前乳制品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

第一部分 行业发展概况

第一章 乳制品行业相关概念及投资特性分析 1

第一节 乳制品行业相关定义及分类 1

一、乳制品的定义 1

二、乳制品的分类 1

第二节 乳制品行业投资特性分析 3

一、我国乳制品行业的成长性分析 3

二、我国乳制品行业的盈利能力分析 10

三、我国乳制品行业风险性分析 13

四、我国乳制品行业进入壁垒分析 14

五、发展乳制品加工企业需要的资金投入量 15

第二章 世界乳制品行业发展分析 17

第一节 世界乳制品行业现状分析 17

一、世界乳制品消费状况 18

二、世界乳制品地区分布 18

三、世界乳制品贸易状况 19

第二节 美国乳制品行业发展分析 20

一、美国乳制品行业的发展 20

二、美国乳制品行业的现状	24
三、美国乳制品行业发展特点	26
第三节 澳大利亚乳制品行业发展分析	27
一、澳大利亚乳制品行业的概述	27
二、澳大利亚乳制品行业发展特点	29
三、澳大利亚乳制品行业发展对我国乳制品发展的启示	30
第四节 俄罗斯乳制品行业发展分析	32
一、俄罗斯乳制品行业总体概况	32
二、俄罗斯乳制品行业的需求情况	33
三、俄罗斯对乳制品行业的支持情况	34
四、俄罗斯牛奶畜牧业现状	35
五、俄罗斯企业技术状况	36
六、俄罗斯现行标准	37
七、存在的问题与发展方向	38
第五节 新西兰乳制品行业发展分析	40
一、新西兰的乳业生产	41
二、新西兰乳制品贸易	42
三、新西兰与中国的乳制品贸易	44
四、新西兰乳业发展的经验及其发展趋势	44

第三章 我国乳制品行业现状分析 46

第一节 我国乳制品行业环境分析 46

- 一、经济环境 46
- 二、行业环境 48
- 三、政策环境 50

第二节 我国乳制品行业现状分析 53

- 一、我国乳制品行业发展概况 54
- 二、2005/2006年我国乳制品行业运行概况 62
- 三、我国乳业近1/3企业亏损 79
- 四、2005年外资紧盯我国乳业 80
- 五、我国乳制品行业正经历一场蜕变 83

第三节 我国乳制品市场分析 84

一、乳制品消费情况分析	84
二、乳制品市场价格情况分析	86
三、乳制品价格呈现“拐点”	89
第四节 我国奶业市场存在的问题与对策分析	90
一、当前我国乳制品业市场现状与存在的主要问题	90
二、形成当前乳制品业市场问题的主要原因	97
三、促进我国乳制品业健康发展的对策	99

第二部分 市场现状分析

第四章 我国乳制品供求分析 103

第一节 我国乳制品的市场规模 103

第二节 我国乳制品供求的影响因素分析 105

一、影响消费需求的关键因素 105

二、影响乳品供给的首要因素 112

第三节 我国乳制品行业需求特点分析 119

一、城镇居民消费群体逐渐形成 119

二、收入、文化程度以及职业影响乳品消费结构 120

三、乳品消费的目的和习惯发生变化 123

四、乳制品主要消费时间不确定 123

五、城镇销售网点的增加便利了群众购买 124

六、消费者习惯于购买固定品牌 125

第四节 我国乳制品需求趋势分析 126

一、乳制品消费需求预测 126

二、中国居民乳制品消费热点展望 128

第五章 我国乳制品行业细分市场分析 131

第一节 液态奶市场现状分析 131

一、液态奶市场现状 131

二、液态奶市场分析 134

三、液态奶市场发展趋势 135

第二节 奶粉市场分析 139

一、奶粉市场现状 139

二、奶粉竞争分析	144
三、中国奶粉业市场需求展望	153
第三节 奶酪、冰淇淋、UHT奶、发酵乳	156
一、奶酪市场	156
二、冰淇淋	159
三、UHT奶	166
四、发酵乳	166

第六章 我国乳制品进出口分析	172
第一节 我国乳制品进出口现状分析	172
一、2005年我国乳制品进出口情况	172
二、2006年我国乳制品进出口情况	173
第二节 我国乳制品进出口发展趋势	176

第七章 我国区域乳制品市场分析	179
第一节 北京市乳制品市场供给分析	179
第二节 中南地区乳制品市场分析	182
一、湖北省乳制品市场供给分析	182
二、广东省乳制品市场供给分析	185
第三节 华东地区乳制品市场分析	191
一、上海地区乳制品市场供给分析	191
二、浙江省宁波市乳制品市场供给分析	196
三、山东省乳制品市场供给分析	199
四、东部乳制品业发展优势与特点	200
第四节 西部地区乳制品市场分析	201
一、西部乳制品业资源概况	201
二、西部乳制品业发展优势和特点	203
三、成都市乳制品市场供给分析	204
四、新疆乳业现状分析	208

第八章 中国乳制品行业原材料市场分析	221
第一节 乳制品行业原奶供给现状分析	221

一、我国乳制品原料市场总体分析	221
二、我国原料奶生产的区域分布	240
三、我国原料奶生产的所有制结构与成本收益分析	248
四、我国原料奶生产的组织经营模式分析	248
五、我国原料奶市场存在的问题	250
六、我国原料奶市场发展趋势分析	254
第二节 乳制品包装材料市场分析	259
一、乳品包材的财务重要性	259
二、从乳品趋势看乳品包装	261

第三部分 竞争格局分析

第九章 我国乳制品行业市场竞争分析 265

第一节 我国乳制品市场竞争现状 265

一、乳制品供应链竞争日趋激烈	265
二、“乳业”奶源争夺再起硝烟	274
三、乳制品重燃价格战	275
四、乳业巨头硝战二三级市场	280
五、乳业竞争推动并购重组行业集中度将不断提高	283
六、竞争将向全方位发展	285

第二节 我国乳制品行业竞争格局分析 286

一、国际与国内的竞争	286
二、大牌企业与中小企业的竞争	287
三、区域内与区域外的竞争	287
四、内资与外资、国有与非国有企业的竞争	290
五、奶源基地和非奶源地区的竞争	291

第十章 外资乳制品领先企业分析 295

第一节 瑞典雀巢公司 295

一、公司概况	295
二、在华发展	296
三、经营状况分析	297

第二节 美国美赞臣公司 298

一、公司概况	298
二、在华发展	298
三、经营状况分析	299
第三节 意大利帕马拉特公司	300
一、公司概况	300
二、在华发展	300
三、经营状况分析	302
第十一章 国内乳制品领先企业分析	304
第一节 内蒙古伊利乳业集团	304
一、企业简介	304
二、财务分析	307
四、营销策略	313
第二节 内蒙古蒙牛乳业集团	315
一、企业简介	315
二、财务分析	315
三、营销分析	318
四、最新动态	322
第三节 上海光明乳业集团	325
一、企业简介	325
二、财务分析	329
三、战略分析	332
四、市场营销	334
五、液态奶营销渠道多元整合模式分析	335
第四节 河北三鹿乳业集团	343
一、公司简介	343
二、品牌运营	344
第五节 黑龙江省完达山乳业集团	348
一、公司简介	348
二、市场表现	349
第六节 北京三元食品股份有限公司	349
一、三元现况	349

二、财务分析 351

三、市场分析 353

第七节 维维食品饮料股份有限公司 356

一、公司简介 356

二、财务分析 358

三、最新动态 360

第四部分 行业发展趋势

第十二章 乳制品行业发展趋势分析 363

第一节 国际乳制品行业发展趋势 363

一、影响中国乳制品发展的因素分析 363

二、世界乳制品业发展趋势 366

第二节 我国乳制品行业发展展望 369

一、我国乳制品的最新趋势及变化 369

二、二线城市将成乳业发展新市场 377

三、水牛乳制品业有望成为第二大支柱 378

四、豆奶业冲击液态奶市场，2006年将大幅增长 380

五、2010年前或有半数乳企被淘汰 384

第三节 未来5~15年中国乳制品发展预测 386

一、未来15年中国乳业总体描述 386

二、乳制品未来供需缺口分析 388

三、未来5年我国乳业形势预测 389

四、未来10~15年我国乳业形势预测 390

第十三章 我国乳制品行业发展策略分析 392

第一节 乳制品营销策略分析 392

一、产品策略分析 392

二、销售渠道分析 396

三、价格策略分析 398

第二节 WTO对我国乳制品行业的影响与对策 402

一、我国加入WTO后乳品行业亦喜亦悲 402

二、加入WTO与中国奶业的振兴 403

三、W T O过渡期我国奶业正面临洋奶冲击 411

四、对策分析 412

图表目录

图表：乳制品的定义与分类 1

图表：我国居民乳品表观消费量 4

图表：人均乳品表观消费量及增长率 5

图表：我国居民乳品表观消费量增长率 5

图表：城镇居民乳品消费折合原奶总量 6

图表：2004城市居民人均乳品消费产品构成（折合原奶） 6

图表：城市居民人均乳制品（折合原奶）消费量 7

图表：城市居民人均乳品消费量同比增速 7

图表：农村居民乳制品消费折合原奶总量 7

图表：我国农村居民人均乳制品消费量 8

图表：居民人均乳品消费量折合原奶同比增长率 8

图表：全国乳制品消费折合原奶总量 8

图表：我国人均牛奶消费量（折合原奶）及增幅 9

图表：2004年城镇居民乳品消费地域差异 9

图表：2003年城镇居民乳品消费地域差异 9

图表：乳品行业盈利能力指标 10

图表：龙头企业毛利率比较 11

图表：龙头企业营业利润率比较 11

图表：龙头企业销售净利率比较 11

图表：乳业销售规模及增长率 12

图表：龙头企业销售规模增长率比较 13

图表：天津市宏洋集团乳制品加工厂UHT生产资金投入的三个方案比较 15

图表：世界各国乳制品工业占食品工业的比重 19

图表：新西兰原奶、乳品产量及其占世界的比例 42

图表：新西兰乳制品出口量及占世界的比例 43

图表：中国从新西兰进口的乳制品量及其比例 44

图表：“十五”期间国内生产总值及其增长 46

图表：“十五”期间城乡居民收入 46

图表：“十五”期间恩格尔系数变化情况	47
图表：“十五”时期社会消费品零售总额与增长速度	48
图表：近年奶类总产量、牛奶产量与增长比例	57
图表：2003年全国奶类产量前6位的省、区及数量	58
图表：近年乳制品制造业工业总产值（当年价）	58
图表：2003年乳制品制造业产值前6位的省、区、市及数量	59
图表：近年全国固态乳制品总产量	59
图表：2003年固态乳制品产量前6位的省、区及数量	59
图表：近年全国乳粉生产量	60
图表：近年全国液体乳制品总产量	60
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（1）	63
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（2）	63
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（3）	64
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（4）	64
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（5）	64
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（6）	65
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（7）	65
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（8）	66
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（9）	66
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（10）	67
图表：2005年液体乳及乳制品制造主要经济指标（11）	67
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（1）	67
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（2）	68
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（3）	68
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（4）	68
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（5）	68
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（6）	69
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（7）	69
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（8）	69
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（9）	70
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（10）	70
图表：2006年液体乳及乳制品制造主要经济指标（11）	70

图表：2005年2月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	70
图表：2005年3月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	71
图表：2005年4月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	71
图表：2005年5月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	72
图表：2005年6月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	72
图表：2005年7月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	72
图表：2005年8月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	73
图表：2005年9月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	73
图表：2005年10月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	74
图表：2005年11月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	74
图表：2005年12月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	74
图表：2006年2月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	75
图表：2006年3月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	75
图表：2006年4月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	76
图表：2006年5月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	76
图表：2006年6月液体乳及乳制品制造销售收入前10家企业	76
图表：2005年乳制品产量全国合计	77
图表：2005年液体乳产量全国合计	77
图表：2006年乳制品产量全国合计	78
图表：2006年液体乳产量全国合计	78
图表：2001-2005年中国液体乳产量月度走势	78
图表：2001-2005年中国固体乳制品产量月度走势	79
图表：2005年全国城镇居民消费乳品量情况	85
图表：2005年部分牛奶生产大省城镇居民鲜乳品消费量	85
图表：2005年城镇居民乳品消费情况	86
图表：2000～2005年鲜乳品零售市场季度平均价格	87
图表：2006年与2005年1季度各区鲜乳品市场价格	88
图表：2000-2006年全国鲜乳品零售市场季度平均价格	89
图表：1995-2005年中国人均奶占有量	104
图表：1995-2005年中国人均奶占有量增长率	104
图表：乳品消费习惯国际比较	106
图表：乳品消费习惯国内比较	106

图表：奶源大省城镇居民的乳品消费比较	107
图表：四大直辖市人均乳制品（折合原奶）消费量	108
图表：消费比例及恩格尔系数变化	108
图表：乳品价格指数走势	109
图表：人口增长率对比图	109
图表：城市化比率及人口增长	110
图表：我国城市人口变化图	110
图表：农村居民及人口减少情况	111
图表：国际城市化比率对比	111
图表：人口年龄构成对比	111
图表：我国乳品出口数量及同比增长	112
图表：排名前4省份乳品出口数量	112
图表：我国奶牛年末存栏数及增长速度	113
图表：我国奶牛单产及同比增速	113
图表：我国牛奶产量及同比增幅	114
图表：我国历年进口种牛及单价	114
图表：我国近年奶牛进口增幅	115
图表：我国牛奶生产地域分布	116
图表：我国奶牛存栏地域分布	116
图表：我国奶牛单产的地域差异	117
图表：乳品进口地区结构	117
图表：不同文化程度对乳制品消费的比例	119
图表：不同职业对乳制品消费的比例	120
图表：消费结构与收入关系表	121
图表：消费者的文化程度对乳制品消费的影响	122
图表：消费者的职业结构对乳制品消费的影响	123
图表：北京市居民乳制品购买地点抽样调查结果	125
图表：未来5-10年乳制品需求量预测结果	128
图表：2001-2005年伊利、蒙牛、光明营业额对比	132
图表：2005年国内液体奶产量排名	134
图表：消费者目前所喝的奶粉品牌情况	141
图表：中国奶粉类别消费比率	142

图表：奶粉市场前五位品牌学生奶粉的消费量对比	142
图表：奶粉市场每月消费情况	143
图表：华东地区奶粉市场占有率	146
图表：2005年1-12月乳品进出口情况	172
图表：2005年主要省份乳制品进出口情况	172
图表：2005年乳制品进口情况	173
图表：中国乳制品主要进口国	173
图表：2005年乳制品出口情况	173
图表：2006年1-3月份乳品进出口情况	174
图表：2006年1-3月主要进口乳品增长变化情况	174
图表：2006年1-3月乳品主要进口国增长变化情况	175
图表：2006年1-3月主要出口乳品增长变化情况(%)	176
图表：北京市场上的液体牛奶品牌品种规格（第一方阵）	179
图表：北京市场上的液体牛奶品牌品种规格（第二方阵）	180
图表：北京市场上的液体牛奶包装类型	180
图表：北京市场上各类型牛奶市场占有率	181
图表：武汉市场液体牛奶最畅销品牌	183
图表：液体牛奶品牌畅销原因	184
图表：武汉市场现有奶粉品牌及占有率	184
图表：2005年武汉市场最畅销奶粉品牌	185
图表：2005年广州市民食用纯牛奶的频率统计	186
图表：广州市消费者纯牛奶品牌取向	187
图表：消费者习惯购买纯牛奶场所	188
图表：消费者喜欢的行销或促销方式	189
图表：上海牛奶市场品牌总体提及率	192
图表：上海牛奶市场广告总体提及率	193
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	193
图表：消费者购买过的牛奶品牌	194
图表：购买最多的牛奶品牌	195
图表：宁波鲜奶品牌占有情况	197
图表：光明鲜奶饮用者的购买途径	197
图表：宁波鲜奶饮用者的购买途径	198

图表：制约（山东）牛奶消费的主要因素	199
图表：山东家庭成员喝牛奶的中比例	200
图表：成都市场乳制品加工业情况	205
图表：成都人民商场乳制品销售额前十名的品牌及销售情况	206
图表：成都市部分地区农村奶农奶牛存栏数	207
图表：成都市部分地区鲜奶产量	207
图表：乳品企业销售成本同比增长及毛利率	221
图表：蒙牛2003年的成本费用构成	221
图表：我国与发达国家各种饲料对比	222
图表：我国玉米价格走势，	223
图表：我国豆粕价格出厂价格	223
图表：2005年中国奶产量构成	224
图表：2005年世界奶产量构成	225
图表：1961-2005年牛奶产量	225
图表：1962-2005年牛奶产量增长率	226
图表：1961-2005年中国牛奶产量占世界产量的比重	226
图表：2005年牛奶产量前20名国家	227
图表：1961-2005年水牛奶产量	227
图表：1962-2005年水牛奶产量增长率	228
图表：1961-2005年中国水牛奶产量占世界水牛奶的比重	228
图表：2005年水牛奶产量前20名国家	229
图表：1961-2005年山羊奶产量	229
图表：1962-2005年山羊奶产量增长率	230
图表：1961-2005年中国山羊奶产量占世界山羊奶产量的比重	230
图表：2005年山羊奶产量前20名国家	231
图表：1961-2005年绵羊奶产量	231
图表：1962-2005年绵羊奶产量增长率	232
图表：1961-2005年中国绵羊奶产量占世界绵羊奶产量的比重	232
图表：2005年绵羊奶产量前20名国家	233
图表：1961-2005年骆驼奶产量	235
图表：1962-2005年骆驼奶产量增长率	235
图表：1961-2005年中国骆驼奶产量占世界骆驼奶产量的比重	236

图表：2005年主要生产国骆驼奶产量	236
图表：近几年中国奶业生产情况	237
图表：存栏20万头以上省份单位：万头	241
图表：牛奶优势区域布局示意图	248
图表：全国不同类型养殖户奶牛平均单产、平均生产成本以及经济效益统计	248
图表：乳品包材价格趋势预测	261
图表：近年乳制品企业单位数及同比增长	265
图表：近年乳制品企业、人员、资产同比增长	265
图表：乳品企业亏损额及亏损率	266
图表：乳品行业前3名集中程度	266
图表：我国城镇居民鲜乳品消费量及增长	267
图表：我国城镇居民奶粉消费量及增长	268
图表：我国城镇酸奶消费量及增长	268
图表：伊利集团主要股东	307
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团获利能力分析	307
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团经营能力分析	307
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团偿债能力分析	308
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团资本结构分析	308
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团发展能力分析	308
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团现金流量分析	308
图表：2005年9月-2006年4月伊利集团利润构成分析	309
图表：2005年蒙牛乳业财务概况	315
图表：2005年蒙牛乳业按产品划分之收入	316
图表：2005年蒙牛乳业按液体奶产品划分之收入	316
图表：2005年蒙牛乳业综合资产负债表	317
图表：光明乳业主要股东	326
图表：光明乳业产品覆盖情况	327
图表：光明乳业奶源基地分布	328
图表：光明乳业生产基地分布	329
图表：2005年9月-2006年4月光明乳业获利能力分析	329
图表：2005年9月-2006年4月光明乳业经营能力分析	330
图表：2005年9月-2006年4月光明乳业偿债能力分析	330

图表：2005年9月-2006年4月光明乳业资本结构分析 330

图表：2005年9月-2006年4月光明乳业发展能力分析 330

图表：2005年9月-2006年4月光明乳业现金流量分析 331

图表：2005年9月-2006年4月光明乳业利润构成分析 331

图表：液态奶分销渠道模式比较表 336

图表：液态奶主要零售终端类型 337

图表：光明乳业主要城市保鲜奶渠道分布表 339

图表：光明乳业主要城市常温奶渠道分布表 340

图表：光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例表 341

图表：北京三元食品股份主要股东 350

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份获利能力分析 351

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份经营能力分析 351

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份偿债能力分析 351

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份资本结构分析 352

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份发展能力分析 352

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份现金流量分析 352

图表：2005年9月-2006年4月北京三元食品股份利润构成分析 352

图表：维维股份主要股东 357

图表：2005年9月-2006年4月维维股份获利能力分析 358

图表：2005年9月-2006年4月维维股份经营能力分析 358

图表：2005年9月-2006年4月维维股份偿债能力分析 358

图表：2005年9月-2006年4月维维股份资本结构分析 358

图表：2005年9月-2006年4月维维股份发展能力分析 359

图表：2005年9月-2006年4月维维股份现金流量分析 359

图表：2005年9月-2006年4月维维股份利润构成分析 359

图表：20世纪末世界各主要乳业国家原奶收购价格 399

图表：液态乳制品品牌间价格比较 400

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40705.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。