



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国乳制品市场市场分析 及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国乳制品市场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/40726.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

引言 根据国家统计局的统计显示：2005年1-12月全国累计乳制品产量为13104213.22吨，比上年同期增长27.97%；2005年1-12月全国累计液体乳产量为11457864.64吨，比上年同期增长29.37%。另据海关统计，2005年，我国乳品进口金额增幅回落，进口数量同比降低，出口数量和出口金额大幅增长。2005年乳制品进出口总额为54054万美元，比上年同期增长了8%，其中进口金额占进出口总金额的84.9%，比上年同期下降了3.9个百分点；乳品进出口总量为389858吨，比上年同期下降4.3%，其中进口量占总进出口量的82.1%，比上年同期下降了3.1个百分点。2005年以来，一直呈升温态势的中国奶业突然“冷”了下来：饲料价格大幅度上涨，奶价不涨反跌，奶农比较效益大幅降低。与之相伴的是各地奶农被迫“倒奶杀牛”，奶农的泪水和被倒掉的牛奶一起流淌。业内人士分析，奶价下跌有市场和季节的原因，但更重要的是进口奶粉的冲击。一些乳品企业为了追求利润，不顾奶源基地的长远发展和广大奶农的利益，大量进口奶粉替代国产原料奶生产液态奶，导致奶业出现怪现象：大量鲜奶被迫倒掉，而消费者却只能喝奶粉还原、营养缺失的复原乳。2005年以来牛奶价格大幅下跌在奶农心中引起了一片恐慌，也引起了各级政府部门和专家学者的关注。本研究报告依据国家统计局、国资委、国家海关总署、国家信息中心、国务院发展研究中心、中国经济信息网、中国宏观经济数据库、万方数据库、中国社会经济调查研究中心、国民经济景气监测中心、中国食品工业协会、中国乳制品工业协会等提供的大量资料，对我国乳制品市场的发展现状、运行状况、细分市场、供需状况、区域市场、销售渠道、进出口情况、竞争格局、发展趋势及发展战略等进行了全面分析，并对世界乳制品市场等方面进行了深入的剖析，是计划进入乳制品行业和经营乳制品行业的企业和投资机构了解目前中国乳制品行业发展动态，把握发展趋势的重要决策依据之一。

【目录】

第一章 世界乳制品行业发展状况分析 9

第一节 世界奶业发展的特点分析 9

一、奶业是现代农业的重要组成部分，各国普遍重视发展奶业 9

二、欧美国家主导奶业市场，发展中国家奶业发展加快 9

三、奶业生产逐渐从增加奶牛头数转变到提高奶牛质量 10

四、建立健全合作组织和社会化服务体系 10

五、国家产业政策积极支持奶业发展 11

第二节 世界乳品市场需求分析 11

一、未来10年，全球乳品市场仍将以需求增长为主 11

二、美国盯上60万吨乳品缺口 12

三、欧盟对全球乳品市场需求增长态度“冷漠” 12

四、乳品价格走高不会成为需求增长“绊脚石” 13

第三节 2004年年世界乳品贸易情况及消费趋势分析 13

第四节 世界乳制品行业区域市场分析 14

一、西欧市场 14

二、大洋洲市场 18

第五节 世界乳业发展趋势分析 21

一、世界奶业生产趋势 21

二、世界奶业消费趋势 22

三、世界奶业贸易 23

四、世界原料奶价格 23

五、世界奶业贸易政策 23

第二章 中国乳制品行业发展现状分析 24

第一节 中国乳制品行业发展回顾 24

第二节 中国乳制品行业关联产业

的发展分析 26 一、2005年食品业发展分析 26 二、2005年饮料业的发展分析 27 三、液态奶包装的发展分析 32 第三节 中国乳制品主要原料市场发展分析 34 一、乳制品原料市场的分析 34 二、中国原料奶生产现状分析 36 三、中国原料奶生产的组织经营模式分析 40 四、乳制品原料市场存在的问题 41 五、中国原料奶市场发展趋势分析 44 第四节 中国乳制品行业技术分析 48 一、膜分离技术 48 二、微生物基因工程技术 49 三、克隆激素应用技术 50 四、免疫乳技术 50 五、固定化技术 50 六、数字模拟和计算机化技术 51 七、激光散射分析技术 51 八、流变学分析技术 52 九、同位素示踪生物有效性分析技术 52 十、高效毛细管电泳分析技术 53 十一、显微镜分析技术 53 第五节 中国乳制品的包装技术分析 53 第三章 2004年中国乳制品行业运行状况分析 74 第一节 2004年乳品行业综述 74 第二节 2004年乳品行业产业环境分析 78 一、乳品消费潜力巨大 78 二、居民消费价格变化 78 第三节 2004年乳品行业产业政策分析 78 一、婴幼儿配方奶粉国家标准有望统一 78 二、鲜奶标识计划再次搁浅 78 三、《乳制品感官质量评鉴细则》发布 79 第四节 2004年乳品行业消费结构分析 79 一、酸奶 80 二、液态奶 81 三、奶粉 82 第六节 2004年乳品行业竞争态势分析 82 一、行业整体竞争态势分析 82 二、区域市场竞争态势分析 84 三、龙头企业竞争态势分析 88 第七节 2004年乳品行业新品开发状况分析 93 一、乳品行业新品情况 93 二、乳品行业新品分析 94 第四章 2005年中国乳制品行业运行状况分析 97 第一节 2005年我国奶业形势分析 97 一、奶类生产情况分析 97 二、乳品消费情况分析 97 三、鲜奶市场价格情况分析 98 第二节 2005年我国乳制品产量分析 99 一、乳制品产量 99 二、液体乳产量 100 第三节 2006年我国奶业行业分析 114 一、2006年奶价上涨促进乳业大整合 114 二、2006年我国奶产业恢复元气有望 116 第五章 中国乳制品行业细分市场分析 120 第一节 液态奶市场分析 120 一、液态奶的增长 120 二、液态奶的结构 122 三、液态奶生产快速增长的原因 123 四、液态奶市场需求分析 124 五、液态奶加工企业的竞争特点 125 六、液态奶市场展望 126 第二节 奶粉市场分析 127 第三节 其他乳制品市场分析 129 一、奶酪 129 二、冰淇淋 129 三、发酵乳 132 第六章 中国乳制品区域市场分析 134 第一节 东北区域乳制品市场分析 134 第二节 华北区域乳制品市场分析 140 第三节 华东区域乳制品市场分析 149 第四节 华南区域乳制品市场分析 161 第五节 华中区域乳制品市场分析 169 第六节 西部乳制品市场分析 175 第七章 2004-2005年中国乳制品进出口分析 190 第一节 2004年乳品进出口贸易情况 190 一、乳品进口 190 二、乳品出口 192 第二节 2005年乳品进出口贸易情况 193 第八章 中国乳制品市场需求及销售渠道分析 194 第一节 影响我国奶类需求的主要因素 194 一、收入增长仍是影响奶类需求的主要因素 194 二、城市化进程是乳类产品消费需求增长的新动因 194 三、人口增长及其结构变化将是乳品需求的推动力 194 四、市场细化和宏观政策将有效促进消费需求 194 第二节 我国乳制品需求状况分析 195 一、乳制品人均消费量 195 二、消费结构 197 三、乳制品消费品种 201 四、乳制品的消费人群和消费方式 202 五、从需求角度看我国乳业发展的市场空间 205 六

、国人饮食习惯变化给乳品市场提供巨大空间 206 七、乳品消费市场蕴涵广阔增长空间 207 第三节 乳制品消费者分析 209 一、消费者构成 209 二、消费者主要特征 212 三、影响乳品消费的因素 212 1、传统消费习惯和消费偏好 213 2、人均收入水平 214 3、营养知识和营养意识 215 4、产品质量问题 216 5、销售服务问题 216 6、区域因素 216 第四节 乳制品需求预测分析 218 一、乳制品消费需求预测 218 二、中国居民乳制品消费预测 220 三、中国成年人均饮奶量增长 222 四、未来10年中国乳制品发展预测 223 1、未来10年中国乳业总体描述 223 2、乳制品供需缺口分析 224 3、未来5年乳业形势预测 225 4、未来10年中国乳业发展前景 226 第五节 2004-2005年中国乳制品销售渠道分析 227 一、2004年乳品销售渠道发展 227 1、对销售渠道、终端的争夺愈发激烈 227 2、企业自建渠道方兴未艾 227 3、销售重心下沉至二、三级城市甚至是县级市场 227 4、送奶入户渠道的规模日益萎缩 228 二、2005年乳品销售渠道的发展 228 1、现代零售渠道的精细化运作是大势所趋 228 2、很多乳企将继续尝试自建销售渠道，并力争寻求突破 230 第九章 超市的迅速发展对中国奶业的影响分析 233 一、问题的提出 233 二、制约中国奶业发展的主要原因 233 (一)区域奶制品供需不平衡 234 (二)液态奶零售方式的制约 234 三、中国超市的发展 235 四、超市发展对中国奶业的影响 235 (一)超市在奶制品零售中确立了主导地位 235 (二)超市促成“西奶东运” 237 (三)超市促进全国统一奶制品市场加速形成 237 (四)超市促进奶业向规模企业集中 238 (五)超市促进全国性乳业集团的确立 239 五、超市发展对奶制品消费的影响 240 六、结论与建议 242 第十章 中国乳制品行业竞争格局分析 243 第一节 中国乳制品行业竞争特点分析 243 一、大牌企业主导市场 243 二、国际竞争国内化冲击中国乳业格局 243 三、国内化格局——跨省扩张全国市场 243 四、内资与外资、国有与非国有企业加速融合 245 五、乳业竞争形式：奶牛基地和非奶源地区的竞争 246 第二节 我国规划五大奶业产区确立奶源大格局 249 第三节 中国乳业市场由诸侯混战走向“三国”鼎立 250 第四节 乳业竞争的显规则 251 一、规则之一：缺谁都行 251 二、规则之二：做一头跑得最快的大象 252 第五节 乳品龙头谋划高端竞争 253 一、高端产品避开“同质化” 253 二、扩大产能谋求“强者恒强” 254 三、取国际之长补己之短 254 第六节 中国乳制品市场竞争现状分析 255 第七节 中国乳品加工业的过度竞争分析 261 一、产业过度竞争的判断标准 261 二、中国乳品加工业的过度竞争表现 261 三、中国乳品加工业形成过度竞争的原因剖析 263 四、相关政策建议 265 第八节 乳品市场竞争分析及应对策略 266 一、市场竞争表现 266 1、国内市场群雄纷争 266 2、国外洋品牌介入 267 3、强势品牌跨行业进入 268 二、竞争方向 268 1、规模的竞争 268 2、奶源的争夺 269 3、资本的鏖战 270 4、市场的抢夺 270 5、价格的竞争 271 三、应对策略 271 1、培育消费 271 2、提高管理水平 271 3、发展农村市场 272 4、从竞争走向竞合 272 第十一章 业内乳制品领先企业分析 274 第一节 内蒙古伊利乳业集团 274 第二节 上海光明乳业 275 第三节 河北三鹿乳业集团 281 第四节 黑龙江省完达山乳业集团 285 第五节 北京三元乳业集团 286 第六节

江苏维维集团 292 第七节 内蒙古蒙牛乳业集团 298 第八节 瑞典雀巢公司 308 第九节 维利奥公司 309 第十节 美国美赞臣公司 309 第十二章 中国乳制品行业发展趋势与发展策略分析 311 第一节 2005年利润导向下的中国乳业发展趋势 311 一、品牌投入谨慎，公关、事件营销唱主角 311 二、控制渠道成本，选择性扩张与网络建设 312 三、价格趋于稳定、促销趋于理性 312 四、加强消费引导，细分市场精耕细作 312 五、强化保鲜产品阵营，优化产品结构 313 六、提高产品质量，谨慎开发新品 313 七、合理使用人才，重视企业战略及长远规划 313 八、苦练内功，提升管理水平 314 第二节 奶业市场细分潮流不可逆转 314 第三节 我国奶牛养殖业发展趋势 315 第四节 酸奶市场发展趋势 319 第五节 未来2-3年中国乳品行业的发展趋势分析 322 第六节 奶业发展战略分析 325 第七节 乳品市场策略分析 328 一、广告大战 328 二、概念战 329 三、渠道战 329 第八节 区域性乳品企业的营销策略 329 一、资源型 330 二、扩张型 331 三、技术型 331 四、成本型 332 部分图表目录 图表 2005年四个直辖市人均乳品消费量 图表 2005年乳制品进出口情况 图表 2001-2015年乳制品需求量(实施学生饮用奶计划方案) 图表 2001-2015年乳制品需求量(未实施学生奶计划方案) 图表 1996-2030年我国人均乳制品拥有量及预测 图表 2005年2-12月我国乳制品产量表 图表 2002-2005年我国乳制品产量变化图 图表 2002-2005年我国乳制品产量增长率变化图 图表 2005年2-12月黑龙江省乳制品合计 图表 2002-2005年黑龙江省乳制品产量变化图 图表 2002-2005年黑龙江省乳制品产量增长率变化图 图表 2005年2-12月吉林省乳制品合计 图表 2002-2005年吉林省乳制品产量变化图 图表 2002-2005年吉林省乳制品产量增长率变化图 图表 2005年2-12月辽宁省乳制品合计 图表 2002-2005年辽宁省乳制品产量变化图 图表 2002-2005年辽宁省乳制品产量增长率变化图 图表 2005年2-12月北京市乳制品合计 图表 2002-2005年北京市乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月天津市乳制品合计 图表 2002-2005年天津市乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月河北省乳制品合计 图表 2002-2005年河北省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月山西省乳制品合计 图表 2002-2005年山西省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月内蒙古乳制品合计 图表 2002-2005年内蒙古乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月上海市乳制品合计 图表 2002-2005年上海市乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月山东省乳制品合计 图表 2002-2005年山东省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月浙江省乳制品合计 图表 2002-2005年浙江省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月江苏省乳制品合计 图表 2002-2005年江苏省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月福建省乳制品合计 图表 2003-2005年福建省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月安徽省乳制品合计 图表 2002-2005年安徽省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月江西省乳制品合计 图表 2002-2005年江西省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月广东省乳制品合计 图表 2002-2005年广东省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月广西乳制品合计 图表 2004-2005年广东省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月海南省乳制品合计 图表 2005年2-12月河南省乳制品合 图表 2002-2005年河南省乳制

品产量变化图 图表 2005年2-12月湖北省乳制品合计 图表 2002-2005年湖北省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月湖南省乳制品合计 图表 2002-2005年湖南省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月四川省乳制品合计 图表 2002-2005年四川省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月重庆市乳制品合计 图表 2002-2005年重庆市乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月云南省乳制品合计 图表 2002-2005年云南省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月贵州省乳制品合计 图表 2002-2005年贵州省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月甘肃省乳制品合计 图表 2002-2005年甘肃省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月宁夏乳制品合计 图表 2002-2005年宁夏乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月青海省乳制品合计 图表 2002-2005年青海省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月陕西省乳制品合计 图表 2002-2005年陕西省乳制品产量变化图 图表 2005年2-12月新疆乳制品合计 图表 2002-2005年新疆乳制品产量变化图 图表 2005年12月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标(1) 图表 2005年12月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标(2) 图表 2005年12月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标(3) 图表 2005年12月份全国含乳饮料和植物蛋白饮料制造业经济指标(4) 图表 2005年2-12月我国液体乳产量表 图表 2002-2005年我国液体乳产量变化图 图表 2002-2005年我国液体乳产量增长率变化图 图表 2005年2-12月北京市液体乳产量表 图表 2005年2-12月天津市液体乳产量表 图表 2005年2-12月河北省液体乳产量表 图表 2005年2-12月山西省液体乳产量表 图表 2005年2-12月辽宁省液体乳产量表 图表 2005年2-12月吉林省液体乳产量表 图表 2005年2-12月黑龙江省液体乳产量表 图表 2005年2-12月上海市液体乳产量表 图表 2005年2-12月江苏省液体乳产量表 图表 2005年2-12月浙江省液体乳产量表 图表 2005年2-12月安徽省液体乳产量表 图表 2005年2-12月福建省液体乳产量表 图表 2005年2-12月江西省液体乳产量表 图表 2005年2-12月山东省液体乳产量表 图表 2005年2-12月河南省液体乳产量表 图表 2005年2-12月湖北省液体乳产量表 图表 2005年2-12月湖南省液体乳产量表 图表 2005年2-12月广东省液体乳产量表 图表 2005年2-12月广西液体乳产量表 图表 2005年2-12月海南省液体乳产量表 图表 2005年2-12月重庆市液体乳产量表 图表 2005年2-12月四川省液体乳产量表 图表 2005年2-12月贵州省液体乳产量表 图表 2005年2-12月云南省液体乳产量表 图表 2005年2-12月陕西省液体乳产量表 图表 2005年2-12月甘肃省液体乳产量表 图表 2005年2-12月新疆液体乳产量表 图表 2005年2-12月宁夏液体乳产量表 图表 2005年2-12月内蒙古液体乳产量表 图表 2005年2-12月青海省液体乳产量表 图表 1998-2004年乳品行业销售收入及利润总额变化趋势图 图表 2003-2004年全国城镇居民年乳品消费量 图表 2003-2004年四个直辖市人均乳品消费变动图 图表 2003-2004年乳品行业经营效率变化趋势 图表 1997-2004年液态奶产量增长率变化图 图表 2004年中国不同省区液体乳及乳制品行业利润规模 图表 2004年全国不同省区液体乳及乳制品企业平均销售收入情况 图表 2004年中国不同省区液体乳及乳制品行业亏损企业情况 图表

2004年液态奶品种构成 图表 2004年全国各地区城镇人均乳品消费量 图表 2004年不同省区乳品企业销售收入及变化 图表 2004年各包装形态在乳品中所占的比重图 图表 2004年北京各品牌市场份额排名 图表 2004年广州各品牌市场份额排名 图表 2004年武汉各品牌市场份额排名 图表 2004年成都各品牌市场份额排名 图表 2004年成都乳品市场纯奶价格 图表 2004年成都乳品市场高钙及低脂乳品价格 图表 2004年成都市场乳酸奶价格 图表 2004年西安各品牌市场份额排名 图表 2004年沈阳各品牌市场份额排名 图表 2004年龙头企业竞争态势 图表 2004年乳品行业新品情况 图表 2004年1 - 12月乳品进出口情况 图表 2004年1 - 12月与2003年同期相比乳品进口情况 图表 2004年主要省份乳品进出口情况 图表 2004年1 - 12月乳品出口情况 图表 我国与世界发达国家冰淇淋人均消费比较 图表 不同职业对乳制品消费的比例 图表 不同文化程度对奶制品消费的比例 图表 乳制品的包装形式所占市场比例 图表 对罐装消毒牛乳的塑料瓶成型容器的质量要求 图表 各主要现代通路品牌铺货率 图表 液态奶品种消费构成 图表 消费者指牌购买率 图表 部分城镇居民乳品消费量降幅较大的省区 图表 全国城镇居民消费乳品量情况 图表 四大直辖市人均乳品消费变动情况 图表 城镇居民鲜乳品消费量较高的省份 图表 北京市场上的液体牛奶品牌品种规格 图表 北京市场上的液体牛奶包装类型 图表 北京市场上各类型牛奶市场占有率 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 图表 (山东) 家庭成员喝牛奶的中比例 图表 广州市消费者纯牛奶品牌取向 图表 武汉市场液体牛奶最畅销品牌 图表 武汉市场现有奶粉品牌及占有率 图表 成都市场乳制品加工业情况 图表 北京、上海和广州消费者购买奶制品方式 图表 昆明、上海和北京超市销售液态奶品种数 图表 昆明、上海和北京超市平均销售奶制品的品种数

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40726.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。