



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国乳制品行业市场分析 及发展趋势预测报告

一、调研说明

《2008年中国乳制品行业市场分析及发展趋势预测报告》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/56080.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

2008年中国乳制品行业市场分析及发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

第一部分 行业发展概述

第一章 行业相关概念及宏观环境分析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 行业发展地位和政策分析3

一、我国乳业发展成就分析3

二、国务院发布《关于促进奶业持续健康发展的意见》4

三、“十一五”规划助力行业发展5

第三节 我国宏观经济及居民消费分析6

一、2007年宏观经济政策分析6

二、2007年我国居民收入分析9

三、2007年我国居民消费价格分类指数分析14

四、2008年我国经济增长趋势预测19

第二章 世界乳制品行业发展分析25

第一节 世界乳制品行业现状分析25

一、世界乳制品消费状况25

二、世界乳制品地区分布26

三、全球奶制品需求分析26

四、2007年全球液态奶消费分析29

五、2008年世界牛奶产量预测29

六、2010年世界乳制品消费需求预测30

七、未来50年乳制品业发展趋势预测31

第二节 美国乳制品行业发展分析32

一、美国乳制品行业的发展概述32

二、美国乳制品行业发展特点36

三、美国西部地区乳制品市场分析37

四、2010年美国乳制品包装市场需求预测38

第三节 澳大利亚乳制品行业发展分析38

- 一、澳大利亚乳制品行业的概述39
- 二、澳大利亚乳制品行业发展特点40
- 三、澳大利亚乳制品行业发展对我国的启示42

第四节 新西兰乳制品行业发展分析44

- 一、新西兰的乳业生产分析44
- 二、新西兰乳制品贸易分析45
- 三、新西兰乳制品进口卫生标准更加完善46
- 四、新西兰乳业发展现状49

第五节 亚太地区乳业发展状况49

- 一、日本奶业发展基本概况50
- 二、越南奶业的发展基本状况53
- 三、泰国奶业发展基本概况54
- 四、韩国奶业发展基本概况56

第六节 其他地区乳业发展状况58

- 一、英国乳制品市场发展概况58
- 二、印度乳制品市场发展概况58
- 三、爱尔兰乳业发展概况59

第二部分 行业市场现状分析

第三章 我国乳制品行业现状分析63

第一节 我国乳制品行业现状分析63

- 一、我国乳制品行业发展概况63
- 二、我国乳品消费仍有很大增长空间73
- 三、乳制品行业整合时代来临74
- 四、规避奶业风险必须走产业化之路77

第二节 我国乳制品市场分析78

- 一、国内乳业发展面临新挑战78
- 二、2007年我国乳业市场发展途径分析79

第三节 我国奶业的发展现状分析81

- 一、我国奶业发展的现状与问题81
- 二、我国奶业存在的问题及趋势分析85
- 三、促进我国奶业持续健康发展的政策建议91

第四节 我国奶业发展中存在问题及对策95

一、中国奶业发展特征分析	96
二、我国奶业发展混乱	100
三、促使我国奶业超常规发展的因素与背景分析	104
四、2007年中国奶业市场发展分析	106
五、我国奶业对策建议	108
第四章 我国乳制品经济运行分析	110
第一节 我国乳制品行业绩效分析	110
一、2007年行业产销情况	110
二、2007年行业规模	118
三、2007年行业盈利能力	124
四、2007年行业经营发展能力	138
五、2007年行业偿债能力	146
第二节 我国乳制品行业经济运行分析	156
一、销售收入前十家企业分析	156
二、分地区主要经济指标分析	157
第三节 我国乳制品行业进出口分析	202
一、2007年我国乳制品进口量分析	202
二、2007年内蒙古乳制品出口额分析	204
三、2007年新疆奶粉出口量分析	205
四、2007年内蒙古乳制品出口量分析	206
第五章 我国乳制品供求分析	207
第一节 我国乳制品的市场规模	207
一、2007年产量分析	207
二、2007年婴幼儿乳制品市场规模分析	220
三、婴幼儿奶粉市场规模分析	221
第二节 我国乳制品供求的影响因素分析	222
一、影响消费需求的关键因素	222
二、影响乳品供给的首要因素	223
三、高端牛奶市场遭遇奶源瓶颈	229
第三节 我国乳制品行业需求特点分析	230
一、城镇居民消费群体逐渐形成	230
二、收入、文化程度以及职业影响乳品消费结构	232

三、乳品消费的目的和习惯发生变化234

四、乳制品主要消费时间不确定234

五、城镇销售网点的增加便利了群众购买235

六、消费者习惯于购买固定品牌236

第四节 我国乳制品消费现状及发展趋势237

一、乳制品消费现状237

二、乳制品消费趋势237

第六章 我国乳制品行业细分市场分析239

第一节 液态奶市场现状分析239

一、2007年液态奶实施新规定239

二、液态奶市场竞争软肋分析240

三、液态奶未来市场分析242

第二节 奶粉市场分析245

一、我国奶粉市场特点分析245

二、国产品牌瞄准高端婴儿奶粉市场248

三、品牌形象增强国产高端奶粉国际竞争力248

四、乳品企业推出新型奶粉250

第三节 其他乳制品251

一、奶酪市场251

二、UHT奶254

三、牛初乳256

四、冰淇淋258

五、发酵乳260

六、功能性乳品261

第七章 我国区域乳制品市场分析262

第一节 北京市乳制品市场供给分析262

一、北京乳制品市场供给分析262

二、北京乳制品市场消费分析265

第二节 中南地区乳制品市场分析265

一、广东省乳制品市场供给分析265

二、湖南奶业市场发展状况271

三、河南乳业市场发展状况274

四、湖北省乳制品市场供给分析	275
第三节 华东地区乳制品市场分析	279
一、杭州市乳业市场发展状况	279
二、上海地区乳制品市场分析	280
三、山东省乳制品市场供给分析	283
第四节 西部地区乳制品市场分析	284
一、新疆乳制品市场发展分析	284
二、新疆乳业发展干酪创新之路	287
三、宁夏乳制品市场发展分析	290
四、成都液态奶市场发展现状	294
第八章 中国乳制品行业原材料市场分析	297
第一节 乳制品行业原奶供给现状分析	297
一、我国乳制品原料市场总体分析	297
二、我国原料奶生产的组织经营模式分析	315
三、我国原料奶市场存在的问题	317
四、奶源基地发展分析	320
第二节 乳制品包装材料市场分析	323
一、奶业包装市场格局分析	323
二、乳制品与包装的关系	328
三、影响我国乳制品包装因素分析	330
第三部分 行业竞争格局分析	
第九章 我国乳制品行业市场竞争分析	333
第一节 我国乳制品市场竞争现状	333
一、奶业市场竞争造就规模企业知名品牌	333
二、高端奶粉市场竞争形势	333
三、乳业竞争的焦点分析	336
四、乳业竞争发展趋向	341
第二节 我国乳制品行业竞争格局分析	343
一、中国乳制品市场格局	343
二、乳业市场产品创新战	346
三、乳饮料行业拐点突破	349
第十章 外资乳制品领先企业分析	352

第一节 瑞典雀巢公司352

一、公司概况352

二、在华发展352

三、公司动态353

第二节 美国美赞臣公司354

一、公司概况354

二、公司动态355

第三节 美国惠氏公司356

一、公司概况356

二、发展状况358

三、公司动态359

第四节 法国达能集团361

一、集团概况361

二、公司动态361

第十一章 国内乳制品著名企业分析363

第一节 内蒙古伊利乳业集团363

一、公司概况363

二、2007年公司财务经营状况379

三、公司动态383

第二节 内蒙古蒙牛乳业集团385

一、公司概况385

二、文化营销策略386

三、公司动态390

第三节 河北三鹿乳业集团393

一、公司概况393

二、品牌运营395

三、公司动态399

第四节 光明乳业集团402

一、公司概况402

二、2007年公司财务经营状况407

三、公司动态411

第五节 北京三元食品股份有限公司413

一、公司概况413

二、2007年公司财务经营状况413

三、市场分析417

第六节 维维集团420

一、公司概况420

二、2007年公司财务经营状况422

三、公司动态426

第七节 黑龙江省完达山股份有限公司427

一、公司概况427

二、品牌发展428

三、公司动态431

第八节 广东雅士利集团有限公司433

一、公司概况433

二、公司动态434

第九节 湖南太子奶集团435

一、公司概况435

二、公司动态438

第十节 宁夏新华百货夏进乳业集团股份有限公司439

一、公司概况439

二、公司发展440

第四部分 行业发展策略及趋势预测

第十二章 我国乳制品行业发展策略分析443

第一节 乳制品营销策略分析443

一、中国奶业跨越式发展模式分析443

二、乳企市场营销战略448

三、2007年中国乳业营销的发展分析455

四、蒙牛营销渠道变革策略分析458

第二节 中小型乳制品企业产品上市推广思路分析460

一、选择经销商分析461

二、渠道选择分析461

三、推广思路分析462

第三节 我国乳制品发展战略分析465

一、积极开拓市场，扩大乳制品消费	465
二、加快奶业科技步伐提高原料乳及乳制品质量	466
三、调整产品结构开发新产品	468
第十三章 乳制品行业投资分析及市场发展趋势研究报告及发展预测	469
第一节 乳制品投资发展分析	469
一、乳酸菌饮料行业的机遇与挑战	469
二、2015年发展目标和市场展望	470
三、投资趋势预测	471
第二节 乳制品发展趋势分析	474
一、干酪是我国乳业发展的新亮点	474
二、我国乳制品的发展趋势及变化	475
三、羊奶市场发展分析	483
四、2010年我国乳业市场发展态势预测	484
五、未来20年我国乳业发展需求量预测	486
第三节 全国奶业“十一五”发展规划和2020年远景目标规划	486
一、奶业发展现状	487
二、奶业发展的条件分析	489
三、奶业发展的指导思想、原则和目标	491
四、奶业发展的主攻方向	493
五、奶业发展的区域布局和重大项目	495
六、奶业发展的保障措施	500
图表目录	
图表：乳制品的定义与分类	1
图表：2001-2007年社会消费品零售总额走势图	7
图表：2007年各月社会消费品零售总额走势图	7
图表：2007年一季度各地区城镇居民家庭收支基本情况	9
图表：2007年上半年各地区城镇居民家庭收支基本情况	10
图表：2006年10月-2007年8月全国居民消费价格指数	11
图表：2000-2006年我国农村及城镇家庭食品支出增长情况	11
图表：2000-2006年我国城市和农村零售增长及所占比重情况	11
图表：2002-2007年前三季度农民人均现金收入情况	12
图表：2000-2006年我国农村及城镇家庭食品支出增长情况	13

图表：2006年社会消费品零售总额实际与预测走势图13

图表：2006年社会消费品零售总额预测值与实际值对比14

图表：2007年1月居民消费价格分类指数分析14

图表：2007年2月居民消费价格分类指数分析15

图表：2007年3月居民消费价格分类指数分析16

图表：2007年4月居民消费价格分类指数分析16

图表：2007年5月居民消费价格分类指数分析17

图表：2007年6月居民消费价格分类指数分析17

图表：2007年7月居民消费价格分类指数分析18

图表：2007年8月居民消费价格分类指数分析18

图表：2007年9月居民消费价格分类指数分析19

图表：2003-2007年7月我国CPI增长与PPI的两波增长比较20

图表：1979-2007年我国GDP缩减指数和CPI年度增长率变化趋势20

图表：1981-2007年我国GDP增长与投资 and 消费增长的周期关系21

图表：世界各国乳制品工业占食品工业的比重26

图表：2005-2006年全国城镇居民消费乳品量情况66

图表：2006年直辖市人均乳品消费变动情况67

图表：2005-2006年部分牛奶生产大省城镇居民鲜乳品消费量67

图表：2006年和2005年城镇居民乳制品消费情况67

图表：2005-2006年全国监测城市鲜乳品的平均价格68

图表：2000-2006年鲜乳品零售市场季度平均价格69

图表：1998-2006年我国奶牛、牛奶生产变化情况82

图表：2002-2005年全国不同规模奶牛场（户）比例变化83

图表：2006年山西省存栏奶牛不同规模程度场（户）个数及比例83

图表：1998-2005年鲜奶、乳制品生产与消费86

图表：2000-2007年二季度全国鲜乳品零售市场季度平均价格87

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产成品110

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产成品比上年同期增长111

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售收入112

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售收入比上年同期增长113

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售成本114

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售成本比上年同期增长115

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售费用116

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售费用比上年同期增长117

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计全部从业人数平均个数118

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计全部从业人数平均比上年同期增长119

图表：2007年1-9月全国各省市液体乳及乳制品制造累计企业单位数120

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计亏盈企业单位数121

图表：2007年1-9月全国各省市液体乳及乳制品制造累计工业总产值122

图表：2007年1-9月全国各省市液体乳及乳制品制造累计工业总产值比上年同期增长123

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计利润总额124

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造上年本月止累计利润总额125

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计亏损企业亏损总额126

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计亏损企业亏损总额比上年同期增长127

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造产值利税率128

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造产值利税率最好水平129

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造资金利税率130

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造资金利税率最好水平131

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造成本费用利润率132

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造成本费用利润率最好水平133

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造人均销售率134

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造人均销售率135

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计产品销售税金及附加136

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计税金总额137

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造产成品资金占用率138

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造产成品资金占用率最好水平139

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造资本保值增值率140

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造资本保值增值率最好水平141

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造流动资产周转次数142

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造流动资产周转次数最好水平143

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计管理费用144

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计财务费用145

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计流动资产平均余额146

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计流动资产平均余额比上年同期增长147

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计固定资产净值平均余额148

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计固定资产净值平均余额比上年同期增长149

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计资产总计150

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计资产总计比上年同期增长151

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计负债合计152

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造累计负债合计比上年同期增长153

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造资产负债率154

图表：2007年1-8月全国各省市液体乳及乳制品制造资产负债率最好水平155

图表：2007年2月液体乳和乳制品制造销售收入前十家企业156

图表：2007年5月液体乳和乳制品制造销售收入前十家企业156

图表：2007年8月液体乳和乳制品制造销售收入前十家企业157

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标全国合计157

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标北京市合计159

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标天津市合计160

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标河北省合计161

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标山西省合计163

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标内蒙古合计164

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标辽宁省合计166

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标吉林省合计167

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标黑龙江合计168

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标上海市合计170

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标江苏省合计171

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标浙江省合计173

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标安徽省合计174

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标福建省合计175

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标江西省合计177

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标山东省合计178

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标河南省合计180

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标湖北省合计181

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标湖南省合计182

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标广东省合计184

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标广西区合计185

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标海南省合计187

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标重庆市合计188

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标四川省合计189

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标贵州省合计191

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标云南省合计192

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标西藏区合计194

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标陕西省合计195

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标甘肃省合计196

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标青海省合计198

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标宁夏区合计199

图表：2007年1-8月液体乳和乳制品制造主要经济指标新疆区合计201

图表：2005-2006年乳品进出口情况202

图表：2006年1-12月与上年同期相比乳品进口情况203

图表：2006年主要省份乳品进出口情况203

图表：2007年2-9月乳制品产量全国合计207

图表：2007年2-9月乳制品产量北京市合计207

图表：2007年2-9月乳制品产量天津市合计208

图表：2007年2-9月乳制品产量河北省合计208

图表：2007年2-9月乳制品产量山西省合计208

图表：2007年2-9月乳制品产量辽宁省合计209

图表：2007年2-9月乳制品产量吉林省合计209

图表：2007年2-9月乳制品产量黑龙江合计210

图表：2007年2-9月乳制品产量上海市合计210

图表：2007年2-9月乳制品产量江苏省合计210

图表：2007年2-9月乳制品产量浙江省合计211

图表：2007年2-9月乳制品产量安徽省合计211

图表：2007年2-9月乳制品产量福建省合计212

图表：2007年2-9月乳制品产量江西省合计212

图表：2007年2-9月乳制品产量山东省合计212

图表：2007年2-9月乳制品产量河南省合计213

图表：2007年2-9月乳制品产量湖北省合计213

图表：2007年2-9月乳制品产量湖南省合计214

图表：2007年2-9月乳制品产量广东省合计214

图表：2007年2-9月乳制品产量广西区合计214

图表：2007年2-9月乳制品产量海南省合计215

图表：2007年2-9月乳制品产量重庆市合计215

图表：2007年2-9月乳制品产量四川省合计216

图表：2007年2-9月乳制品产量贵州省合计216

图表：2007年2-9月乳制品产量云南省合计216

图表：2007年2-9月乳制品产量陕西省合计217

图表：2007年2-9月乳制品产量甘肃省合计217

图表：2007年2-9月乳制品产量新疆区合计218

图表：2007年2-9月乳制品产量宁夏区合计218

图表：2007年2-9月乳制品产量内蒙古合计218

图表：2007年2-9月乳制品产量青海省合计219

图表：2007年2-9月乳制品产量西藏区合计219

图表：1974-2004年我国奶牛年末存栏数及增长速度224

图表：1991-2004年我国奶牛单产及同比增速224

图表：1990-2004年我国牛奶产量及同比增幅224

图表：1995-2005年我国历年进口种牛及单价225

图表：2000-2004年我国奶牛进口增幅趋势225

图表：我国牛奶生产地域分布226

图表：我国奶牛存栏地域分布227

图表：我国奶牛单产的地域差异227

图表：乳品进口地区结构228

图表：不同文化程度对乳制品消费的比例231

图表：不同职业对乳制品消费的比例231

图表：消费结构与收入关系表233

图表：消费者的文化程度对乳制品消费的影响233

图表：消费者的职业结构对乳制品消费的影响234

图表：北京市居民乳制品购买地点抽样调查结果236

图表：北京市场上的液体牛奶品牌品种规格（第一方阵）262

图表：北京市场上的液体牛奶品牌品种规格（第二方阵）263

图表：北京市场上的液体牛奶包装类型263

图表：北京市场上各类型牛奶市场占有率264

图表：2005年广州市民食用纯牛奶的频率统计266

图表：广州市消费者纯牛奶品牌取向267

图表：消费者习惯购买纯牛奶场所268

图表：消费者喜欢的行销或促销方式269

图表：武汉市场液体牛奶最畅销品牌277

图表：液体牛奶品牌畅销原因277

图表：武汉市场现有奶粉品牌及占有率278

图表：2005年武汉市场最畅销奶粉品牌278

图表：2006年上海含乳饮料市场占有率281

图表：2006年上海乳酸菌饮料市场占有率281

图表：2006年上海液态奶市场占有率282

图表：2006年上海酸奶市场占有率282

图表：2006年上海奶粉市场占有率282

图表：2006年上海豆奶粉市场占有率282

图表：2006年上海婴幼儿奶粉市场占有率282

图表：2006年上海奶酪市场占有率282

图表：制约山东牛奶消费的主要因素283

图表：山东家庭成员中喝牛奶的比例283

图表：我国与发达国家各种饲料对比298

图表：2005年中国奶产量构成299

图表：2005年世界奶产量构成300

图表：1961-2005年牛奶产量301

图表：1962-2005年牛奶产量增长率301

图表：1961-2005年中国牛奶产量占世界产量的比重302

图表：2005年牛奶产量前20名国家302

图表：1961-2005年水牛奶产量303

图表：1962-2005年水牛奶产量增长率303

图表：1961-2005年中国水牛奶产量占世界水牛奶的比重304

图表：2005年水牛奶产量前20名国家304

图表：1961-2005年山羊奶产量305

图表：1962-2005年山羊奶产量增长率305

图表：1961-2005年中国山羊奶产量占世界山羊奶产量的比重306

图表：2005年山羊奶产量前20名国家306

图表：1961-2005年绵羊奶产量307

图表：1962-2005年绵羊奶产量增长率307

图表：1961-2005年中国绵羊奶产量占世界绵羊奶产量的比重308

图表：2005年绵羊奶产量前20名国家308

图表：1961-2005年骆驼奶产量310

图表：1962-2005年骆驼奶产量增长率310

图表：1961-2005年中国骆驼奶产量占世界骆驼奶产量的比重311

图表：2005年主要生产国骆驼奶产量311

图表：1998-2004年中国奶业生产情况312

图表：2002-2007年上半年达能产品收入和利润情况361

图表：伊利未来将要投资的乳品项目366

图表：2004-2009年伊利原奶加工量及预期366

图表：伊利新增产能及其他新增项目收入预测367

图表：乳品产业链条示意图368

图表：UHT奶及利乐包含乳饮料的成本构成368

图表：其他乳品成本构成369

图表：2004-2009年伊利原奶全国平均收购价格走势及预测370

图表：2006年11月全国大中城市居民各种奶及奶制品消费比例371

图表：2006年11月居民人均奶及奶制品消费水平前十名城市371

图表：乳品消费前十大城市当地强势品牌371

图表：2006年我国奶粉消费人群比例373

图表：2007-2008年伊利股份未来两年业务趋势预测375

图表：2006-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入预测376

图表：2005-2007年上半年全国乳品行业前五位销售收入的变动情况376

图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利预测377

图表：2000-2006年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务指标分析378

图表：2006-2007年上半年内蒙古伊利实业集团股份有限公司乳品业务收入、成本和毛利率变化情况378

图表：2007年二季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务构成图379

图表：2007年三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额构成图379

图表：2007年二季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成表379

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标380

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表380

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表381

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表381

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表381

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表381

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表382

图表：2007年一、二、三季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润分配表382

图表：光明乳业产品覆盖情况403

图表：光明乳业奶源基地分布404

图表：光明乳业生产基地分布405

图表：2003-2007年6月乳制品行业的销量走势图406

图表：2003-2007年5月乳制品行业的毛利率走势图406

图表：2007年二季度光明乳业股份有限公司主营业务构成图407

图表：2007年三季度光明乳业股份有限公司利润总额构成图407

图表：2007年二季度光明乳业股份有限公司主营构成表407

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司每股指标408

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司获利能力表408

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司经营能力表408

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司偿债能力表408

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司资本结构表409

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司发展能力表409

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司现金流量分析表409

图表：2007年一、二、三季度光明乳业股份有限公司利润分配表409

图表：2007年二季度北京三元食品股份有限公司主营业务构成图413

图表：2007年三季度北京三元食品股份有限公司利润总额构成图414

图表：2007年二季度北京三元食品股份有限公司主营构成表414

图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司每股指标414

图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司获利能力表415

图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司经营能力表415

图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司偿债能力表415
图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司资本结构表415
图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司发展能力表416
图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司现金流量分析表416
图表：2007年一、二、三季度北京三元食品股份有限公司利润分配表416
图表：2007年二季度维维食品饮料股份有限公司主营业务构成图422
图表：2007年三季度维维食品饮料股份有限公司利润总额构成图422
图表：2007年二季度维维食品饮料股份有限公司主营构成表422
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司每股指标423
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司获利能力表423
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司经营能力表423
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司偿债能力表424
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司资本结构表424
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司发展能力表424
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司现金流量分析表424
图表：2007年一、二、三季度维维食品饮料股份有限公司利润分配表425
图表：伊利、蒙牛与光明乳业的产品种类分析450
图表：2004-2005年伊利、蒙牛和光明乳业市场占有率451
图表：伊利、蒙牛和光明乳业品牌知名度452

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56080.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。