

2007年中国乳制品市场研究及投资分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国乳制品市场研究及投资分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2873728737.html>

报告价格：电子版: 5500元 纸介版：6500元 电子和纸介版: 6800

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

引言根据国家统计局的统计显示：2006年1-12月全国累计乳制品产量为14595685.53吨；2006年1-12月全国累计液体乳产量为12440379.69吨。另据海关统计，2006年，我国乳品进出口全面增长，进口金额增幅较大，出口金额和数量增幅降低，出口在贸易的比重逐步增加。全年乳制品进出口总额同比增长了20.7%，其中进口金额占进出口总金额的85.6%；乳品进出口总量比上年同期增长8.4%，其中进口量占进出口总量的82.3%。无论是金额不是数量，进口占贸易总量的比重都在逐步降低，出口比重在逐步上升。根据国家发改委价格监测网的监测，2006年全国鲜乳品零售市场价格有小幅增长，季节间波动幅度较小。2006年1 - 12月，全国监测城市鲜乳品的平均价格为2.25元/500克，与上年同期相比，上涨2.7%左右；从不同季度看，前三季度全国平均价格稳定在2.24 - 2.25元/500克之间，第四季度小幅增至2.28元/500克。本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、中国奶业协会等提供的大量资料，对我国乳制品市场的发展现状、关联行业、细分市场、供需状况、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。

世界乳制品行业发展状况分析	10	第一节	世界奶业发展的特点分析
10一、奶业是现代农业的重要组成部分，各国普遍重视发展奶业			
10二、欧美国家主导奶业市场，发展中国家奶业发展加快			
10三、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	11	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	12一、	全球乳品市场仍将以需求增长为主
12二、	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”
13四、	乳品价格走高不会成为需求增长“绊脚石”	14五、	2007年世界奶制品需求预测
14第三节	保加利亚奶制品市场	15第四节	世界乳业发展趋势分析
25一、	世界奶业生产趋势	25二、	世界奶业消费趋势
26三、	世界奶业贸易	27四、	世界原料奶价格
27五、	世界奶业贸易政策	28第二章	中国乳制品关联行业发展分析
29第一节	中国乳制品主要原料市场发展分析	29一、	乳制品原料市场的分析
29二、	中国原料奶生产现状分析	30三、	中国原料奶生产的组织经营模式分析
34四、	乳制品原料市场存在的问题	35五、	中国原料奶市场发展趋势分析
38第二节	中国乳制品行业技术分析	42一、	膜分离技术
42二、	微生物基因工程技术	43三、	克隆激素应用技术
44四、	免疫乳技术	44五、	固定化技术
44六、	数字模拟和计算机化技术	45七、	激光散射分析技术
46八、	流变学分析技术		

46九、同位素示踪生物有效性分析技术	46十、高效毛细管电泳分析技术
47十一、显微镜分析技术 47第三节 中国乳制品的包装分析	48一、包装的目的和组成部分
48二、乳制品常用的包装材料	49三、乳制品工业包装机械
56四、我国乳业包装机械发展的主要问题分析	58五、不同乳制品的包装
62六、液态奶包装的发展分析 68七、国内外牛奶包装市场发展现状	71八、包装策略分析
71第四节 中国乳饮料发展分析	74一、乳饮料拐点突破正在进行
74二、新国标是解决乳酸菌饮料行业问题的关键	
76三、国内外乳酸菌饮料行业的机遇与挑战	76四、我国乳酸菌饮料市场堪忧
77五、科学的标准利于中国乳酸菌饮料业发展 78第三章 中国乳制品行业发展现状分析	
80第一节 我国规划五大奶业产区确立奶源大格局	80第二节
我国乳品在世界乳品中的地位分析	81一、中国乳业受到全球瞩目
81二、中国乳品消费只及世界水平二成	82三、中国对世界乳品市场影响与日俱增
83四、中国乳制品与世界水平存在三大差距	84第三节 我国乳品行业发展现状分析
85一、WTO过渡期我国奶业正面临洋奶冲击	85二、我国乳品企业规模效益不同步
87三、建设现代奶业正当其时	88四、超市牛奶价格战导致利润急降
88五、乳业市场产品创新战风生水起	91六、我国乳业发展亟待突破六大难点
93七、我国乳制品业将着力开拓国际市场 95八、我国乳制品消费不足乳业高速发展有风险	
96九、功能乳品将成乳业盈利重点	96十、我国奶类产量2020年将列世界第三
97十一、中国乳制品重整山河还须民族品牌 97十二、中国乳业市场需科学布局 100第四节	
高端牛奶发展现状分析	101一、高端牛奶市场呈现“三国演义”
101二、高端牛奶市场遭遇奶源瓶颈	102三、高端牛奶市场前景看好
103四、牧场奶源品质是决定因素 103五、高端奶选择高端代理商	104第五节
我国奶业发展面临的新问题与对策建议 104第六节 加快内蒙古奶源基地建设的分析	
109一、奶源基地建设的现状分析	109二、加强奶源基地建设途径的选择
110三、加强奶源基地建设的建议 111第七节 呼和浩特市奶牛养殖户经营情况分析	
113一、基本情况 114二、饲养成本收益分析 116三、改善养殖户经营状况的对策建议	
116第八节 平顶山奶牛养殖业的调查分析 117一、发展现状 117二、市场潜力分析	
118三、主要问题 119四、主要措施 120第九节 重庆奶业现状调查分析 121第十节	
甘肃省乳业发展现状分析 123一、我国乳业发展历程和现状 123二、甘肃乳业发展的现状	
125三、甘肃乳业发展的对策与建议 126第四章 2005-2006年中国奶业形势分析 129第一节	
2005年我国奶业形势分析 129一、奶类生产情况分析 129二、乳品消费情况分析	
129三、鲜奶市场价格情况分析 130第二节 2006年我国奶业形势分析	
131一、奶牛存栏、奶类产量平稳增长，高产奶牛比重上升	
131二、乳品消费继续小幅回升，北方人均消费大于南方	
131三、鲜乳品市场价格小幅增长，季度间波动幅度较小	133第五章

2002-2006年全国及各地区乳制品产量情况	136	第一节	2002-2006年全国乳制品产量情况	
136一、2002-2006年全国乳制品产量	136	二、	2002-2006年全国液体乳产量	136
2002-2006年东北地区乳制品产量情况	137	一、	2002-2006年东北地区乳制品产量	137
137二、2002-2006年东北地区液体乳产量				138
2002-2006年华北地区乳制品产量情况	139	一、	2002-2006年华北地区乳制品产量	139
139二、2002-2006年华北地区液体乳产量				140
2002-2006年华东地区乳制品产量情况	142	一、	2002-2006年华东地区乳制品产量	142
142二、2002-2006年华东地区液体乳产量				145
2002-2006年华南地区乳制品产量情况	147	一、	2002-2006年华南地区乳制品产量	147
147二、2002-2006年华南地区液体乳产量				148
2002-2006年华中地区乳制品产量情况	150	一、	2002-2006年华中地区乳制品产量	150
150二、2002-2006年华中地区液体乳产量	151	第七节	200-2006年西部地区乳制品产量情况	
152一、2002-2006年西部地区乳制品产量	152	二、	2002-2006年西部地区液体乳产量	152
155	第六章		2006年中国液体乳及乳制品制造综合运行数据	158
			第一节	
2006年中国液体乳及乳制品制造产销情况				
158一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产成品				
158二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造工业总产值				
158二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产品销售收入				158
				第二节
2006年中国液体乳及乳制品制造资产负债情况				
158一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产品销售成本				
158二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产品销售费用				
158三、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造管理费用				
159四、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造财务费用				159
				第三节
2006年中国液体乳及乳制品制造成本费用情况				
159一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资产总计				
159二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造负债合计				
159三、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资本负债率				
159四、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资本保值增值率				160
				第四节
2006年中国液体乳及乳制品制造行业规模情况				
160一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造企业单位数				
160二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造全部从业人员平均人数				160
				第五节
2006年中国液体乳及乳制品制造行业效益情况				
160一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造利润总额				
160二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产值利税率				
160三、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造成本费用利润率				

161四、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资金利润率	
161五、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产成品资金占用率	161第六节
2006年中国液体乳及乳制品制造行业亏损情况	
161一、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造亏损企业单位数	
161二、2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造亏损企业亏损总额	161第七章
2006年中国液体乳及乳制品制造不同规模和不同经济类型企业主要经济指标	162第一节
2006年液体乳及乳制品制造业不同规模企业主要经济指标	
162一、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业大型企业主要经济指标	
162二、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业中型企业主要经济指标	
163三、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业小型企业主要经济指标	165第二节
2006年液体乳及乳制品制造业不同经济类型企业主要经济指标	
166一、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业国有企业主要经济指标	
166二、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业集体企业主要经济指标	
168三、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业股份合作企业主要经济指标	
169四、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业股份制企业主要经济指标	
170五、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业私营企业主要经济指标	
172六、2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标	
173第八章 中国乳制品行业细分市场分析 175第一节 液态奶市场分析 175一、液态奶的增长	
175二、液态奶的结构 177三、液态奶生产快速增长的原因 178四、液态奶市场需求分析	
179五、液态奶细分战分析 180六、液态奶加工企业的竞争特点 185七、液态奶市场展望	
185第二节 奶粉市场分析 186一、中外奶粉正式进入拐点期 186二、民族奶粉品牌亟待突围	
188三、中外激战婴幼儿奶粉高端市场 190四、国产奶粉还得抓住质量命门	
192五、我国奶粉的发展现状 194六、后奶粉时代的产品创新 196第三节 奶酪市场分析	
203一、奶酪及其历史渊源 203二、奶酪的营养与保健功能 204三、奶酪的分类	
206四、国内“奶酪”市场正蓄势待发 207五、奶酪在乳制品市场的发展潜力巨大 208第四节	
其他乳制品市场分析 210一、冰淇淋 210二、发酵乳 212第九章	
2004-2006年中国乳制品进出口分析 214第一节 2004年乳品进出口贸易情况	
214一、乳品进口 214二、乳品出口 216第二节 2005年乳品进出口贸易情况 217第三节	
2006年乳品进出口贸易情况 217一、乳品进口 218二、乳品出口 219第四节	
我国乳品的进口增长因素分析 220第十章 中国乳制品市场需求及销售渠道分析 223第一节	
影响我国奶类需求的主要因素 223一、收入增长仍是影响奶类需求的主要因素	
223二、城市化进程是乳类产品消费需求增长的新动因	
223三、人口增长及其结构变化将是乳品需求的推动力	
223四、市场细化和宏观政策将有效促进消费需求 223第二节 我国乳制品需求状况分析	
224一、乳制品人均消费量 224二、消费结构 226三、乳制品消费品种	

- 230四、乳制品的消费人群和消费方式
- 231五、从需求角度看我国乳业发展的市场空间
- 234六、国人饮食习惯变化给乳品市场提供巨大空间
- 235七、乳品消费市场蕴涵广阔增长空间
- 236第三节 乳制品消费者分析
- 238一、消费者构成
- 238二、消费者主要特征
- 241三、影响乳品消费的因素
- 2411、传统消费习惯和消费偏好
- 2422、人均收入水平
- 2433、营养知识和营养意识
- 2444、产品质量问题
- 2455、销售服务问题
- 2456、区域因素
- 246第四节 我国学生饮用奶现状分析
- 247一、学生奶基本情况
- 247二、我国“学生饮用奶计划”存在主要问题
- 248三、学生奶受益者甚少的原因分析
- 249四、对我国学生饮用奶推广的几点建议
- 251第五节 乳制品需求预测分析
- 252一、乳制品消费需求预测
- 252二、中国居民乳制品消费预测
- 255三、中国成年人均饮奶量增长
- 257四、未来10年中国乳制品发展预测
- 2581、未来10年中国乳业总体描述
- 2582、乳制品供需缺口分析
- 2593、未来5年乳业形势预测
- 2604、未来10年中国乳业发展前景
- 261第六节 牛奶营销运动分析
- 261第十一章 超市的迅速发展对中国奶业的影响分析
- 269一、问题的提出
- 269二、制约中国奶业发展的主要原因
- 269(一)区域奶制品供需不平衡
- 270(二)液态奶零售方式的制约
- 270三、中国超市的发展
- 271四、超市发展对中国奶业的影响
- 271(一)超市在奶制品零售中确立了主导地位
- 271(二)超市促成“西奶东运”
- 273(三)超市促进全国统一奶制品市场加速形成
- 273(四)超市促进奶业向规模企业集中
- 274(五)超市促进全国性乳业集团的确立
- 275五、超市发展对奶制品消费的影响
- 276六、结论与建议
- 278第十二章 中国乳制品行业竞争格局分析
- 279第一节 中国乳制品行业竞争特点分析
- 279一、大牌企业主导市场
- 279二、国际竞争国内化冲击中国乳业格局
- 279三、国内化格局——跨省扩张全国市场
- 279四、内资与外资、国有与非国有企业加速融合
- 281五、乳业竞争形式：奶牛基地和非奶源地区的竞争
- 282第二节 我国乳业市场竞争现状分析
- 285一、三巨头调整布局：中国乳业竞争的“新鲜时刻”
- 285二、中国奶业标准之争愈演愈烈
- 289三、中国乳品市场毛利率直线下滑引发竞争再度升级
- 290四、中国乳业市场由诸侯混战走向“三国”鼎立
- 291五、奶源竞争将愈发激烈
- 292第三节 乳业竞争的焦点分析
- 294一、竞争的支撑点：产品竞争随着经济的发展在转变
- 294二、市场经济下的产品体系
- 294三、乳业竞争的平衡点：价格竞争
- 295四、乳业竞争的制衡点：渠道竞争
- 296五、竞争的焦点：销售促进的多样化
- 297六、由焦点引发的乳品市场的震荡、未来的乳制品竞争将由单一到多元
- 297第四节 乳业竞争的显规则
- 298一、规则之一：缺谁都行
- 298二、规则之二：做一头跑得最快的大象
- 299第五节 乳品龙头谋划高端竞争
- 299一、高端产品避开

300二、扩大产能谋求“强者恒强”	300三、取国际之长补己之短	301第六节
中国乳品加工业的过度竞争分析		301一、产业过度竞争的判断标准
301二、中国乳品加工业的过度竞争表现	302三、中国乳品加工业形成过度竞争的原因剖析	
304四、相关政策建议	306第七节	内蒙古地区乳业国际竞争力的分析
307一、内蒙古乳业在国际市场上的竞争优势	307二、内蒙古乳业在国际市场上的竞争劣势	
308三、提高内蒙古乳业国际竞争力	309第八节	乳品市场竞争分析及应对策略
310一、市场竞争表现	3101、国内市场群雄纷争	3102、国外洋品牌介入
3103、强势品牌跨行业进入	311二、竞争方向	3111、规模的竞争
3112、奶源的争夺	3123、资本的鏖战	3134、市场的抢夺
3135、价格的竞争	314三、应对策略	
3141、培育消费	3142、提高管理水平	3153、发展农村市场
3154、从竞争走向竞合	316第十三章	业内乳制品领先企业分析
317第一节	伊利乳业集团	317一、公司简介
317二、伊利集团的市场布局	317三、伊利的奶源基地	317四、经营业绩
318第二节	蒙牛乳业集团	318一、公司简介
318二、蒙牛模式分析	319三、蒙牛企业文化带来的品牌效应	320四、专注乳品领域领跑行业发展
323五、经营策略	326六、蒙牛销售额首破100亿欲走差异化路线	
326七、蒙牛：大策略有大智慧	327第三节	上海光明乳业
335一、公司简介	335二、经营范围	335三、光明乳业：供应链上的新鲜时刻
336四、光明乳业液态奶渠道多元整合模式分析	338五、光明液态奶渠道多元整合模式分析	
341第十四章	中国乳制品行业发展趋势与发展策略分析	345第一节
利润导向下的中国乳业发展趋势	345一、品牌投入谨慎，公关、事件营销唱主角	
345二、控制渠道成本，选择性扩张与网络建设	345三、价格趋于稳定、促销趋于理性	
346四、加强消费引导，细分市场精耕细作	346五、强化保鲜产品阵营，优化产品结构	
347六、提高产品质量，谨慎开发新品	347七、合理使用人才，重视企业战略及长远规划	
347八、苦练内功，提升管理水平	348第二节	奶业市场细分潮流不可逆转
348第三节	我国奶牛养殖业发展趋势	349第四节
353第五节	未来2-3年中国乳品行业的发展趋势分析	356第六节
359第七节	乳品市场策略分析	363一、广告大战
363二、概念战	363三、渠道战	364第八节
区域性乳品企业的营销策略	364一、资源型	365二、扩张型
365三、技术型	366四、成本型	
366部分图表目录图表		2006-2007年世界牛奶产量图表
2010年、2020年中国人均占有的奶量图表		2010年、2020年我国国内奶类总产量图表
2010年、2020年奶牛存栏数图表		
2010年、2020年乳制品加工业产值占食品工业产值的比重图表		
2006年全国城镇居民消费乳品量情况图表		2006年四个直辖市人均乳品消费变动情况图表
2006年部分牛奶生产大省城镇居民鲜乳品消费量图表		
2006年和2005年城镇居民乳制品消费情况图表		

2006年与2005年各省区鲜乳品市场平均价格图表

2000-2006年鲜乳品零售市场季度平均价格图表 2006年1 - 12月乳品进出口情况图表

2006年1 - 12月与上年同期相比乳品进口情况图表 2006年主要省份乳品进出口情况图表

2006年1 - 12月乳品出口情况图表

2001-2015年乳制品需求量预测结果(实施学生饮用奶计划方案)图表

2001-2015年乳制品需求量预测结果(未实施学生饮用奶计划方案)图表

1996-2030年我国人均乳制品拥有量及预测图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产成品图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造工业总产值图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产品销售收入图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产品销售成本图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产品销售费用图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造管理费用图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造财务费用图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资产总计图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造负债合计图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资本负债率图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资本保值增值率图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造企业单位数图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造全部从业人员平均人数图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造利润总额图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产值利税率图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造成本费用利润率图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造资金利润率图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造产成品资金占用率图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造亏损企业单位数图表

2006年1-12月中国液体乳及乳制品制造亏损企业亏损总额图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业大型企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业中型企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业小型企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业国有企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业集体企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业股份合作企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业股份制企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业私营企业主要经济指标图表

2006年1-12月我国液体乳及乳制品制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标图表

2002-2006年我国乳制品产量图图表

2002-2006年吉林省乳制品产量图图表

2002-2006年北京市乳制品产量图图表

2002-2006年河北省乳制品产量图图表

2002-2006年内蒙古乳制品产量图图表

2002-2006年山东省乳制品产量图图表

2002-2006年江苏省乳制品产量图图表

2002-2006年安徽省乳制品产量图图表

2002-2006年广东省乳制品产量图图表

2005-2006年海南乳制品产量图图表

2002-2006年湖北省乳制品产量图图表

2002-2006年四川省乳制品产量图图表

2002-2006年云南省乳制品产量图图表

2002-2006年甘肃省乳制品产量图图表

2002-2006年青海省乳制品产量图图表

2002-2006年新疆乳制品产量图图表

2002-2006年黑龙江液体乳产量图图表

2002-2006年辽宁液体乳产量图图表

2002-2006年天津市液体乳产量图图表

2002-2006年山西省液体乳产量图图表

2002-2006年上海市液体乳产量图图表

2002-2006年浙江省液体乳产量图图表

2003-2006年福建省液体乳产量图图表

2002-2006年江西省液体乳产量图图表

2002-2006年广西液体乳产量图图表

2002-2006年河南省液体乳产量图图表

2002-2006年湖南省液体乳产量图图表

2002-2006年重庆液体乳产量图图表

2002-2006年贵州省液体乳产量图图表

2002-2006年宁夏液体乳产量图图表

2002-2006年陕西省液体乳产量图图表

2005年四个直辖市人均乳品消费量图表

2004年各包装形态在乳品中所占的比重图图表 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图表

2002-2006年黑龙江省乳制品产量图图表

2002-2006年辽宁省乳制品产量图图表

2002-2006年天津市乳制品产量图图表

2002-2006年山西省乳制品产量图图表

2002-2006年上海市乳制品产量图图表

2002-2006年浙江省乳制品产量图图表

2003-2006年福建省乳制品产量图图表

2002-2006年江西省乳制品产量图图表

2004-2006年广西乳制品产量图图表

2002-2006年河南省乳制品产量图图表

2002-2006年湖南省乳制品产量变化图图表

2002-2006年重庆市乳制品产量图图表

2002-2006年贵州省乳制品产量图图表

2002-2006年宁夏乳制品产量图图表

2002-2006年陕西省乳制品产量图图表

2002-2006年我国液体乳产量图图表

2002-2006年吉林液体乳产量图图表

2002-2006年北京市液体乳产量图图表

2002-2006年河北省液体乳产量图图表

2002-2006年内蒙古乳制品产量图图表

2002-2006年山东省液体产量图图表

2002-2006年江苏省液体乳产量图图表

2002-2006年安徽省液体乳产量图图表

2002-2006年广东省液体乳产量图图表

2002-2006年海南省液体乳产量图图表

2002-2006年湖北省液体乳产量图图表

2002-2006年四川省液体乳产量图图表

2002-2006年云南省液体乳产量图图表

2002-2006年甘肃省液体乳产量图图表

2003-2006年青海省液体乳产量图图表

2002-2006年新疆液体乳产量图图表

2005年1 - 12月乳品进出口情况图表

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

2003-2004年全国城镇居民各种乳及乳制品人均消费量和消费金额图表

2004年、2005年伊利、蒙牛和光明乳业市场占有率图表

2001-2004年保加利亚各类奶产量图表 2001 - 2004年保加利亚市场奶制品供求情况图表

2000-2004年保加利亚奶制品的人均消费量图表 2000 - 2004年保加利亚奶制品出口量图表

2003 - 2004年保加利亚奶制品出口量图表 2000 - 2004年保加利亚奶制品进口量图表

2003 - 2004年保加利亚奶制品进口量图表 世界各地人均占有/消费奶量图表

对罐装消毒牛乳的塑料瓶成型容器的质量要求图表 乳制品的包装形式所占市场比例图表

奶酪和酸奶及牛奶营养价值差异比较表(每100克)图表

我国与世界发达国家冰淇淋人均消费比较图表 不同文化程度对奶制品消费的比例图表

不同职业对乳制品消费的比例图表 北京市乳品消费的职业结构抽样调查结果图表

北京市居民乳品购买地点抽样调查结果图表 伊利、蒙牛与光明乳业的产品种类分析图表

伊利、蒙牛和光明乳业品牌知名度图表 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图表

六大乳品集团加工企业在各地区的分布情况图表

昆明居民购买奶制品行为的Heekman选择模型回归结果图表 液态奶分销渠道模式比较图表

液态奶主要零售终端类型图表 光明乳业主要城市保鲜奶渠道分布图表

光明乳业主要城市常温奶渠道分布图表 光明乳业主要城市常温、保鲜奶比例

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2873728737.html>