

2007-2010年中国液态奶行业市场调研与市场投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2010年中国液态奶行业市场调研与市场投资前景分析报告》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.abaogao.com/b/ruzhipin/006189EEBY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2007-2010年中国[b]液态奶[/b]行业市场调研与市场投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

本报告详尽描述了中国乳制品市场需求趋势分析

[b]第二章 2007-2008年中国乳制品发展趋势

一、未来液态奶包装的发展趋势

二、液态奶包装将呈新格局

三、液态奶包装营销模式新走向

[b]第十二章 2007-2010年中国液态奶市场需求呈上扬趋势

第五节 功能性食品添加剂在液态奶中的应用和发展趋势

一、在复原奶中的应用

二、在巧克力奶和强化钙奶中的应用

三、在中性奶饮料中的应用

四、在酸奶中的应用

五、在低pH值奶饮料中的应用

六、在植物蛋白饮料中的应用

[b]第十三章 2007-2010年中国液态奶行业投资机会与风险展望[/b]

第一节 2007-2010年液态奶行业投资机会分析

一、2007-2010年液态奶行业区域投资机会

二、2007-2010年液态奶需求增长投资机会

三、2007-2010年液态奶多元化投资机会

第二节 2007-2010年液态奶行业投资风险展望

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第三节 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

第四节 专家建议

[b]图表目录部分[/b]

图表 1 2002-2007我国乳制品产量变动轨迹

图表 2 2007年1-12月份我国各省市乳制品产品产量增长分析 单位：吨

图表 3 2007年1-12月份我国乳制品产量前五位的省市排名 单位：吨

图表 4 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 5 2007年1-12月份中国乳制品行业销售利润增长分析 单位：千元

图表 6 2007年1-12月份中国乳制品行业运行成本分析 单位：千元

图表 7 2007年中国各种乳制品(各种乳制品出口数据)出口比重分析

图表 8 2007年中国各种乳制品(各种乳制品进口数据)进口比重分析

图表 9 2007年中国各种乳品进(各种乳品进出口数据)出口单价分析 单位：元/千克

图表 10 2007年1-12月份我国国内液态奶总产值增长分析 单位：千元

图表 11 2007年1-12月份我国液态奶主要产区销售数据增长分析 单位：千元

图表 12 2007年1-12月份我国液态奶主要产区工业总产值增长分析 单位：千元

图表 13 我国个种液态奶消费量分析 单位：万吨

图表 14 我国液态奶内部结构比重分析

图表 15 北京液态奶市场终端热卖榜

图表 16 北京乳品市场占有率情况

图表 17 广州液态奶市场终端热卖榜

图表 18 2000-2005年鲜乳品零售市场季度平均价格走势分析 单位：元/斤

图表 19 直辖市人均乳品消费变动情况 单位：公斤/人、年

图表 20 我国液态奶消费人群性别及引用情况分析

图表 21 我国液态奶饮用者具体情况分析

图表 22 我国液态奶非饮用者具体情况分析

图表 23 蒙牛消费人群中不同性别比重分析

图表 24 蒙牛消费人群中不同收入比重分析

图表 25 蒙牛消费人群中不同家庭收入比重分析

图表 26 蒙牛品牌男性消费人群中不同年龄阶段比重分析

图表 27 蒙牛品牌女性消费人群中不同年龄阶段比重分析

图表 28 光明品牌消费者性别比重分析

图表 29 光明品牌消费者个人收入比重分析

图表 30 光明品牌消费者家庭收入比重分析

图表 31 光明品牌男性消费者年龄阶段比重分析

图表 32 光明品牌女性消费者年龄阶段比重分析

图表 33 伊利品牌消费人群性别比重分析

图表 34 伊利品牌消费人群个人收入比重分析

图表 35 伊利品牌消费人群家庭收入比重分析

图表 36 伊利品牌男性消费人群年龄阶段比重分析

图表 37 伊利品牌女性消费人群年龄阶段比重分析

图表 38 完达山品牌消费者性别比重分析

图表 39 完达山品牌消费者个人收入比重分析

图表 40 完达山品牌消费者家庭收入比重分析

图表 41 三鹿品牌消费者性别分析

图表 42 三鹿品牌消费者个人分析

图表 43 三元品牌消费者性别比重分析

图表 44 三元品牌消费者个人收入比重分析

图表 45 三元品牌消费者家庭收入比重分析

图表 46 三元品牌男性消费者年龄阶段比重分析

图表 47 三元品牌女性消费者年龄阶段比重分析

图表 48 2007年蒙牛乳业集团上半年经营情况 单位：千元

图表 49 2003-2007年蒙牛乳业集团营业收入变化趋势图

图表 50 2007年我国液态奶按产品划分收入情况

图表 51 2007年我国按液态奶产品产品划分收入情况

图表 52 2007年光明乳业股份有限公司经营情况 单位：元

图表 53 2003-2007年光明乳业股份有限公司营业收入变化趋势图

图表 54 2003-2007年光明乳业股份有限公司营业利润总额趋势图

图表 55 2007年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况 单位：元

图表 56 2003-2007年伊利集团营业收入变化趋势图

图表 57 2003-2007年伊利集团营业利润总额趋势图

图表 58 2007年伊利集团分产品分行业经营情况

图表 59 黑龙江省完达山乳业股份有限公司主要经济指标情况 单位：千元

- 图表 60 黑龙江省完达山乳业股份有限公司主要产量收入情况 单位：千元
- 图表 61 黑龙江省完达山乳业股份有限公司成本费用情况 单位：千元
- 图表 62 黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利情况 单位：千元
- 图表 63 黑龙江省完达山乳业股份有限公司资产负债情况 单位：千元
- 图表 64 石家庄三鹿集团股份有限公司主要经济指标情况 单位：千元
- 图表 65 石家庄三鹿集团股份有限公司主要产量收入情况 单位：千元
- 图表 66 石家庄三鹿集团股份有限公司成本费用情况 单位：千元
- 图表 67 石家庄三鹿集团股份有限公司盈利情况 单位：千元
- 图表 68 石家庄三鹿集团股份有限公司资产负债情况 单位：千元
- 图表 69 2007年北京三元食品股份有限公司经营情况 单位：元
- 图表 70 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 71 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 72 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 73 目前我国我国液态奶包装情况
- 图表 74 2007年我国液态奶制品的不同产品比重
- 图表 75 2001-2007年我国内蒙古牛奶产量增长趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/006189EEBY.html>