

# 2007-2010年中国含乳饮料 植物蛋白饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2007-2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告》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/Y16189J8JE.html>

报告价格：纸质版：7000元 电子版：7800元 纸质+电子版：8500元

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年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报  
告内容介绍：[/b]

含乳饮料是以鲜乳或乳粉为原料，添加或不添加食品添加剂与辅料，经杀菌、冷却等工艺而制成的活性或非活性饮料，其种类可分为配制型含乳饮料和发酵型含乳饮料两种。含乳饮料因其含有丰富的碳水化合物及微量元素，易吸收和消化，口感好，越来越受到消费者的青睐。部分含添加剂的含乳饮料还可以提供人体所需的钙、维生素、促进消化功能的乳酸菌。

植物蛋白饮料产品是以蛋白质含量较高的植物果实、种子或核果类、坚果类的果仁等为原料，经处理、制浆、调配、均质、灌装、杀菌（或杀菌、灌装）等工序加工而成的饮料。植物蛋白饮料较传统豆浆营养更为丰富，因其蛋白质、维生素含量高的特点被认为是发展前景良好的一类饮料。

由于含乳饮料和植物蛋白饮料具有很多优点，深受广大消费者的欢迎。不少企业开始进入含乳饮料和植物蛋白饮料行业，至使行业内竞争激烈。目前含乳饮料的竞争可能是饮料市场中竞争最混乱的，不仅因为这一领域的竞争品名众多，更因为这一领域处于乳业和饮料业的结合地带而争夺异常激烈。

现在渠道现状是：一线品牌在商超决战，买一赠一、特价、堆头屡见不鲜，二线品牌在农村市场发威，以最原始的价格战打的你死我活，三、四线品牌死缠乱打，不法商贩造假售假使本就不平静的乳饮料市场成为一个硝烟弥漫的战场。

目前我国宏观经济持续向好，居民收入提高，必定会推动食品饮料行业消费增长，含乳饮料和植物蛋白饮料行业符合国家鼓励消费的政策需求，其非周期性、防御性和业绩的稳定增长等特质，未来10年食品饮料行业总量将继续增长，含乳及植物蛋白饮料市场，约占整个饮料行业年销售收入的9%左右。

[b]第一部分 含乳饮料和植物蛋白饮料行业运行情况[/b]

[b]第一章 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业企业概况 [/b]

第一节 企业性质分析

第二节 企业规模分析

第三节 企业区域分布

[b]第二章 2005-2007年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业生产情况 [/b]

第一节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业总产量

第二节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业区域特征分析

### 第三节 不同规模企业产量

## [b]第三章 2005-2007年中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业销售情况 [/b]

### 第一节 中国都制品行业议价能力 [/b]

#### 第一节 上游原材料供应量

一、 2005-2007年含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产量

二、 主要原材料区域分布

三、 2005-2007年主要原材料进出口总量

#### 第二节 原材料价格

一、 近年我国含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产品的价格变动趋势

二、 不同地区含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产品价格

#### 第三节 原材料供应商议价能力

一、 中国含乳饮料和植物蛋白饮料主要原料产品的供求对比

二、 原材料行业与含乳饮料和植物蛋白饮料行业的议价能力

## [b]第七章 下游行业议价能力 [/b]

### 第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料消费总量分析

一、 2005-2007年含乳饮料和植物蛋白饮料消费总量

二、 重点地区消费量分析

三、 含乳饮料和植物蛋白饮料消费结构

### 第二节 含乳饮料和植物蛋白饮料消费影响因素

一、 产品质量因素

二、 产品价格因素

三、 渠道因素

四、 品牌因素

五、 包装因素

### 第三节 含乳饮料和植物蛋白饮料的主要渠道分析

一、 便利店

二、 批发商

三、 超市、大卖场

四、 出口贸易

### 第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）

## [b]第八章 含乳饮料和植物蛋白饮料厂商竞争分析 [/b]

### 第一节 国内含乳饮料和植物蛋白饮料市场竞争主体

一、 中小含乳饮料和植物蛋白饮料加工企业

二、 含乳饮料和植物蛋白饮料加工集团

第二节 含乳饮料和植物蛋白饮料企业之间的竞争程度

一、 行业集中度

二、 产品差异化程度

三、 不同竞争主体的盈利对比

四、 重点地区含乳饮料和植物蛋白饮料竞争格局

五、 不同种类产品竞争格局

第三节 含乳饮料和植物蛋白饮料企业竞争因素分析

一、 原料采购与制造

二、 市场营销

三、 品牌竞争

第四节 含乳饮料和植物蛋白饮料企业竞争行为总结

[b]第九章 含乳饮料和植物蛋白饮料潜在进入者威胁 [/b]

第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料行业进入壁垒

一、 市场准入机制

二、 原料竞争状况

三、 市场竞争状况

四、 渠道资源问题

第二节 新进入者主要群体竞争力

一、 中小含乳饮料和植物蛋白饮料加工企业

二、 含乳饮料和植物蛋白饮料加工集团

第三节 新进入者将对市场的影响

一、 供求关系

二、 竞争激烈程度

[b]第十章 含乳饮料和植物蛋白饮料替代产品的发展 [/b]

第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料的替代品发展

一、 茶饮料

二、 碳酸饮料

三、 纯净水

四、 固体饮料

第二节 替代品发展对含乳饮料和植物蛋白饮料市场的影响

### 第三节 针对替代品影响提出的改进策略

## [b]第三部分 行业内重点企业分析[/b]

## [b]第十一章 娃哈哈 [/b]

### 第一节 公司基本情况

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

### 第二节 公司经营情况

#### 一、2005-2007年公司产销情况

#### 二、公司财务指标分析

### 第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

#### 一、企业发展战略规划

#### 二、企业发展前景

## [b]第十二章 露露 [/b]

### 第一节 公司基本情况

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

### 第二节 公司经营情况

#### 一、2005-2007年公司产销情况

#### 二、公司财务指标分析

### 第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

#### 一、企业发展战略规划

#### 二、企业发展前景

## [b]第十三章 乐百氏 [/b]

### 第一节 公司基本情况

#### 一、企业组织结构

#### 二、企业业务结构

#### 三、企业经营策略

### 第二节 公司经营情况

#### 一、2005-2007年公司产销情况

#### 二、公司财务指标分析

### 第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

#### 一、企业发展战略规划

#### 二、企业发展前景

### [b]第十四章 银鹭 [/b]

#### 第一节 公司基本概况

##### 一、企业组织结构

##### 二、企业业务结构

##### 三、企业经营策略

#### 第二节 公司经营情况

##### 一、2005-2007年公司产销情况

##### 二、公司财务指标分析

### 第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

#### 一、企业发展战略规划

#### 二、企业发展前景

### [b]第十五章 小洋人 [/b]

#### 第一节 公司基本概况

##### 一、企业组织结构

##### 二、企业业务结构

##### 三、企业经营策略

#### 第二节 公司经营情况

##### 一、2005-2007年公司产销情况

##### 二、公司财务指标分析

### 第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

#### 一、企业发展战略规划

#### 二、企业发展前景

### [b]第十六章 太子奶 [/b]

#### 第一节 公司基本概况

##### 一、企业组织结构

##### 二、企业业务结构

##### 三、企业经营策略

#### 第二节 公司经营情况

##### 一、2005-2007年公司产销情况

## 二、公司财务指标分析

### 第三节 公司未来发展规划及发展前景分析

#### 一、企业发展战略规划

#### 二、企业发展前景

#### [b]第三部分 行业发展前景分析[/b]

#### [b]第十七章 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展外部环境分析 [/b]

##### 第一节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料所处的政策环境

###### 一、中国饮料行业“十一五”发展规划

###### 二、产品质量管理体制

###### 三、中国含乳饮料和植物蛋白饮料贸易政策

##### 第二节 中国含乳饮料和植物蛋白饮料行业所处的经济环境

###### 一、2008年中国经济走势

###### 二、居民食品消费支出

#### [b]第十八章 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势预测 [/b]

##### 第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料市场预测

###### 一、2008-2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料生产规模预测

###### 二、2008-2010年中国含乳饮料和植物蛋白饮料销售规模预测

###### 三、含乳饮料和植物蛋白饮料产品结构预测

###### 四、2008-2010年含乳饮料和植物蛋白饮料贸易情况

##### 第二节 含乳饮料和植物蛋白饮料行业发展趋势预测

###### 一、含乳饮料和植物蛋白饮料消费需求动向

###### 二、含乳饮料和植物蛋白饮料行业生命周期分析

###### 三、含乳饮料和植物蛋白饮料制造技术动向

###### 四、含乳饮料和植物蛋白饮料品牌发展趋势

###### 五、含乳饮料和植物蛋白饮料行业竞争趋势分析

#### [b]第十九章 含乳饮料和植物蛋白饮料企业经营策略及报告总结 [/b]

##### 第一节 含乳饮料和植物蛋白饮料企业经营策略

###### 一、品牌策略

###### 二、营销策略

###### 三、产品策略

##### 第二节 报告总结

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/Y16189J8JE.html>