

# 2010-2015年中国液态奶行业深度调研与市场投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2010-2015年中国液态奶行业深度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.cction.com/report/201011/53597.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

### 【报告前言】

当前，我国奶业正处于从数量扩张向整体优化、全面提高产业素质转变的关键时期，还有很大的发展空间和潜力。从消费市场看，城镇居民的人均乳品消费量只有世界平均水平的1/4，农村居民的人均乳品消费量只有城镇居民的1/5，随着人口增长特别是城镇人口大量增加、城乡居民收入持续较快增长和消费结构不断改善，乳品消费需求增长空间巨大。从资源条件看，奶牛存栏已突破1200万头，还有1000多万头牦牛、2000多万头水牛和500多万只奶山羊资源可供开发，农区种植业结构调整和饲草产业稳步发展，牧区生态逐步恢复，近7亿吨可用作饲料的农作物秸秆还有40%左右的利用空间，奶业发展相关资源还有较大的开拓潜力。从政策环境看，《国务院关于促进奶业持续健康发展的意见》、《乳品质量安全监督管理条例》和《奶业整顿和振兴规划纲要》、《乳制品工业产业政策》相继出台，国家扶持奶业发展的政策日趋完善，规范奶业发展的管理制度逐步健全。各级政府把发展奶业摆在重要位置，加大政策落实和资金扶持力度。只要采取有效措施，因势利导，就能化危机为机遇，促进奶业持续健康发展。

中国以散养农户投资舍饲为主模式下，农户自供饲料对中国奶牛分布的影响更明显，这体现在玉米主产区成为了牛奶主产区。供需分离是影响中国原奶供应的另一重要原因。由于牛奶消费主体远离饲料主产区，短保鲜期产品远距离运输难以实现，常温产品具有明显优势。常温产品适合规模生产，大型乳企在引导原奶供给方面发挥了重要作用。如蒙牛和伊利将内蒙古打造成了全国最大的原奶供应基地，完达山、飞鹤等则引导了黑龙江原奶的供应。

我国奶业在快速发展的同时，一些长期积累的矛盾和问题日益凸显。

一是养殖方式落后。小规模散养户仍是生鲜乳生产的主体，专用饲草饲料缺乏，饲养方式粗放，高产奶牛比例不高，单产水平与国外发达国家相比差距较大，成母牛平均单产不足5吨。

二是乳品质量安全监管依然薄弱。生鲜乳收购站点数量多，条件参差不齐，开办主体复杂，监管难度大；乳品质量安全保障体系不健全，监管力量不足。

三是乳制品市场秩序不规范。一些乳制品企业缺乏稳定的奶源基地，淡季压价、旺季争抢奶源的现象时有发生；部分乳制品企业为抢市场打价格战和广告战，炒作概念，不落实复原乳标识制度，误导消费者。

四是原料奶定价机制不合理。奶农组织化程度低，乳制品企业单方面决定生鲜乳价格，奶农利益难以保证。

五是消费市场培育滞后。科学消费的观念和习惯尚未形成，乳品消费市场培育滞后于奶

业发展。这些深层次矛盾和问题，与婴幼儿乳粉事件、国际金融危机等多重因素叠加，交互影响，使得2008年下半年以来，我国乳品消费萎缩，乳粉进口大幅增加，出口下降，乳制品企业经营困难，生鲜乳价格持续下行，奶牛养殖亏损严重，奶业面临前所未有的严峻挑战。

## 【报告目录】

### 第一章 2009年世界乳制品行业分析 14

#### 第一节 世界乳制品行业现状 14

- 一、世界常温奶销量上升 14
- 二、2009年世界乳品市场形势分析 14
- 三、世界乳清生产现状 15
- 四、全球乳制品行业新标准出台 16

#### 第二节 美国乳制品市场现状及预测 16

- 一、2009年美国乳制品市场情况 16
- 二、2010年美国奶牛存栏量分析 18
- 三、2010年美国乳制品市场及预测 18

#### 第三节 澳大利亚乳业现状及发展趋势 20

- 一、澳大利亚乳业现状 20
- 二、澳大利亚乳业发展趋势 22
- 三、发展启示 24

#### 第四节 亚洲乳制品行业现状 26

- 一、菲律宾乳制品市场现状 26
- 二、印度、智利乳业瞄准中国市场 27

#### 第五节 世界乳制品市场需求趋势分析 27

### 第二章 2009-2010年中国乳制品行业发展分析 29

#### 第一节 我国乳制品行业现状 29

- 一、乳制品工业现状 29
- 二、企业竞争日趋激烈 29
- 三、存在问题和市场前景 29
- 四、乳制品工业产业新政发布 30
- 五、2010年5月乳制品制造成本压力进一步加大 31
- 六、2010年上半年中国乳制品行业的经济效益整体下滑， 32
- 七、2010年上半年原料奶供应出现阶段性供需失衡，问题奶重新流入市场 32

#### 第二节 2009-2010年乳制品供应结构 33

第三节 各地区乳制品行业发展情况	38
一、内蒙古乳制品加工业现状	38
二、上海乳制品加工业重新布局	45
三、黑龙江省乳制品行业现状	46
第四节 低成本散养农户决定原奶供给价格和结构特征	46
第五节 乳制品消费需求分析	55
第六节 2010年1-6月我国乳品最新进展分析	56
第三章 2007-2009年中国液态奶市场背景分析	58
第一节 液态奶定义和分类	58
第二节 全国液态奶生产形势分析	61
一、国内液态奶生产总量及主产区产量	61
二、乳业整合进入关键时期	65
三、液态奶内部结构	65
第三节 我国液态奶消费市场情况	65
一、产品周期越来越短	65
二、四种因素决定了中国液态奶市场将继续增长	66
第四节 我国液态奶价格走向	66
一、从不同省份液态奶分类	66
二、2010-2011年价格展望	67
第五节 各地区液态奶市场情况	67
一、上海液态奶市场调查	67
二、广州液态奶价格涨多跌少	68
三、山东液态奶市场情况	68
第四章 2009-2010年中国液态奶市场热点问题分析	69
第一节 解密“还原奶”迷雾	69
一、六成“液态奶”是奶粉造	69
二、乳制品协会为“还原奶”正名	70
三、奶业专家集体声援“还原奶”始末	71
第二节 “毒奶粉”背后的产业黑幕回放	72
第三节 从“无抗奶”看液态奶的概念炒作	74
第四节 北京城区居民乳品消费需求分析	75
第五节 收缩战略暗藏伏笔，外资乳业的隐身游戏	76

第六节 卫生部公布2010年66项新乳品安全国家标准	78
第五章 2009年中国液态奶行业主要品牌消费人群构成分析	80
第一节 液态奶总体消费人群构成分析	80
第二节 蒙牛消费人群构成分析	81
第三节 光明消费人群构成分析	82
第四节 伊利消费人群构成分析	84
第五节 完达山消费人群构成分析	85
第六节 三元消费人群构成分析	87
第六章 2009年中国消费行为特征分析	89
第一节 液态奶消费特征	89
一、消费基础的逐渐成熟带动消费市场发展	89
二、消费者对液态奶的知识水平有所提高	89
第二节 液态奶消费者特点	89
一、饮用方式	89
二、饮用量	89
三、饮用包装	90
四、饮用地点	90
五、购买地点	90
六、购买量	90
第三节 消费者认识奶品信息来源	90
第七章 2009年中国液态奶细分市场分析	92
第一节 巴氏杀菌奶	92
一、巴氏奶市场的迷失	92
二、巴氏奶市场的竞争策略	92
三、推广“巴氏奶”，光明乳业结盟国际纸业	94
第二节 超高温灭菌奶/UHT奶	95
一、灭菌奶激活奶市	95
二、灭菌奶冲击巴氏奶	95
第三节 酸奶	98
一、华南酸奶市场大战升级	98
二、杯装酸奶悄然杀入液态奶市场	99
四、日本：盛行酸奶制品	100

## 第八章 2009-2010年中国液态奶行业竞争分析 101

### 第一节 奶源竞争分析——液态奶市场掀起“圈地”热 101

### 第二节 产品竞争分析——液态奶构成及分布 101

#### 一、产品种类 101

#### 二、按照地理环境因素分类 102

#### 四、消费心理因素 103

#### 五、消费行为因素 103

### 第三节 品牌竞争分析 104

#### 一、液态奶品牌市场变化情况 104

#### 二、液态奶市场发展趋势 104

### 第四节 液态奶市场竞争格局的变化 105

#### 二、草原牛奶上升趋势明显 105

#### 三、北上南下、企业的大市场大格局行为 106

#### 四、品牌战加剧 108

#### 五、液态奶逐步趋于理性和成熟 109

## 第九章 中国液态奶行业主要品牌企业运营分析 110

### 第一节 蒙牛 110

#### 一、企业基本概况 110

#### 二、经营状况与财务分析 110

#### 三、竞争策略分析 111

#### 四、发展战略和前景展望 111

### 第二节 光明 112

#### 一、企业基本概况 112

#### 二、经营状况与财务分析 112

#### 三、竞争策略分析 114

#### 四、发展战略和前景展望 116

### 第三节 伊利 120

#### 一、企业基本概况 120

#### 二、经营状况与财务分析 121

#### 三、竞争策略分析 123

#### 四、伊利战略营销五部曲 124

### 第四节 完达山 126

- 一、企业基本概况 126
- 二、经营状况与财务分析 127
- 三、竞争策略分析 129
- 四、发展战略和前景展望 130
- 第五节 三元 131
  - 一、企业基本概况 131
  - 二、经营状况与财务分析 131
  - 三、竞争策略分析 133
- 第十章 关联产业之&mdash;&mdash;奶业现状分析 134
  - 第一节 世界奶业现状 134
  - 第二节 2010年我国奶业形势分析 134
    - 一、2010年国内奶业现状 134
    - 二、2010年中国奶牛进口数量预计将超过8万头 135
    - 三、2010年6月中国奶牛存栏总量为1329.5万头 136
    - 四、2010年奶牛科技入户工作重点 136
  - 第三节 中国西部奶业现状分析 137
    - 一、2009-2010年黑龙江奶牛存栏量大幅减少 137
    - 二、2010年内蒙古奶牛养殖业稳定发展 138
    - 三、东、西部奶业发展优势与特点 138
  - 第四节 中国乳业的奶源堪忧 139
- 第十一章 关联产业之&mdash;&mdash;液态奶包装行业现状分析 141
  - 第一节 液态奶包装行业现状 141
  - 第二节 外企垄断无菌包装 142
  - 第三节 液态奶包装膜选择及印制工艺浅析 143
  - 第四节 软包装液态鲜奶保质期如何保障 146
  - 第五节 我国液态奶包装发展趋势 147
- 第十二章 2007-2010年中国液态奶行业发展趋势分析 150
  - 第一节 中国乳品市场发展趋势 150
  - 第二节 液态奶市场发展趋势特征 150
  - 第三节 城镇有效市场有效需求得到满足 151
  - 第四节 价格是影响液态奶消费模型分析 154
  - 第五节 收入增长是农村需求释放必要条件 155

## 第六节 液态奶制品包装新趋势 159

### 一、利乐包装 159

### 二、塑料杯无菌包装 159

### 三、黑白鲜奶膜包装 159

### 四、全球OPP包装薄膜市场需求呈上扬趋势 160

## 第七节 功能性食品添加剂在液态奶中的应用和发展趋势 161

### 一、在复原奶中的应用 161

### 二、在巧克力奶和强化钙奶中的应用 161

### 三、在中性奶饮料中的应用 161

### 四、在酸奶中的应用 161

### 五、在低pH值奶饮料中的应用 162

### 六、在植物蛋白饮料中的应用 162

## 第十三章 2010-2015年中国液态奶行业投资机会与风险展望 163

### 第一节 2010-2015年液态奶行业投资机会分析 163

#### 一、2010-2015年液态奶行业区域投资机会 163

#### 二、2010-2015年液态奶市场投资机会 163

#### 三、2010-2015年液态奶多元化投资机会 164

### 第二节 2010-2015年液态奶行业投资风险展望 164

#### 一、宏观调控风险 164

#### 二、行业政策出台风险 165

#### 三、市场竞争风险 165

#### 四、产品创新风险 165

#### 五、经营管理风险 165

#### 六、其他风险 167

### 第三节 成功案例与对策研究 167

#### 一、内蒙古乳品产业的成长模式研究 167

#### 二、光明、达能、优诺上海酸奶市场征战解读 171

#### 三、西部奶业发展的对策与措施 178

### 第四节 专家建议 179

#### 【图表目录】

图表 1 2004-2009年全球液态奶消费量走势图 14

图表 2 1990年以来美国乳制品进出口及逆差情况 17

图表 3 2009年美国乳制品出口中国量值统计 17

图表 4 2010年第一季度美国出口中国乳制品情况统计表 17

图表 5 2010年2月美国各州奶牛存栏数量 18

图表 6 2008-2009财年澳大利亚乳制品出口额 22

图表 7 2008-2009财年澳大利亚牛奶产量 22

图表 8 2010年液态奶消费约占43% 33

图表 9 2007-2008年度奶粉消费结构 33

图表 10 乳制品产业链简图 34

图表 11 2009年不同城市各渠道销售金额占比 36

图表 12 2003-2009年中国工业奶粉下游需求市场规模 37

图表 13 农村居民养牛机会成本低 47

图表 14 原奶主产区奶牛饲养资源简表 48

图表 15 中国奶牛和成母牛存栏数变化 50

图表 16 中国牛奶产区集中在饲料主产省份 51

图表 17 美国牛奶主产区在北纬40度附近 53

图表 18 中国牛奶主产区在北纬40度附近 53

图表 19 中国牛奶生产与消费地域分离特征明显 53

图表 20 巴氏奶 59

图表 21 液态奶生产工艺 60

图表 22 2007-2009年中国液态奶全国及各省市产量统计表 61

图表 23 2007年中国液态奶产量分布图 62

图表 24 2008年中国液态奶产量分布图 63

图表 25 2009年中国液态奶产量分布图 63

图表 26 2009年中国主要省市液态奶产量对比图 64

图表 27 2010年上半年中国56城市液态奶消费者年龄构成 80

图表 28 2010年上半年中国56城市液态奶消费者职业构成 80

图表 29 2010年上半年中国56城市液态奶不同消费者收入构成 81

图表 30 2010年上半年中国56城市蒙牛液态奶消费者年龄构成 81

图表 31 2010年上半年中国56城市蒙牛液态奶消费者职业构成 81

图表 32 2010年上半年中国56城市蒙牛液态奶不同消费者收入构成 82

图表 33 2010年上半年中国56城市光明液态奶消费者年龄构成 82

图表 34 2010年上半年中国56城市光明液态奶消费者职业构成 83

图表 35 2010年上半年中国56城市光明液态奶不同消费者收入构成 83

图表 36 2010年上半年中国56城市伊利液态奶消费者年龄构成 84

图表 37 2010年上半年中国56城市伊利液态奶消费者职业构成 84

图表 38 2010年上半年中国56城市伊利液态奶不同消费者收入构成 85

图表 39 2010年上半年中国56城市完达山液态奶消费者年龄构成 85

图表 40 2010年上半年中国56城市完达山液态奶消费者职业构成 86

图表 41 2010年上半年中国56城市完达山液态奶不同消费者收入构成 86

图表 42 2010年上半年中国56城市三元液态奶消费者年龄构成 87

图表 43 2010年上半年中国56城市三元液态奶消费者职业构成 87

图表 44 2010年上半年中国56城市三元液态奶不同消费者收入构成 88

图表 45 2009年蒙牛乳业资产负债表 110

图表 46 2002-2009年蒙牛乳业综合损益表 110

图表 47 2003-2010年1-6月光明乳业主要财务指标表 112

图表 48 2002-2009年光明乳业成长性指标表 112

图表 49 2002-2009年光明乳业经营能力指标表 113

图表 50 2002-2009年光明乳业盈利能力指标表 113

图表 51 2002-2009年光明乳业偿债能力指标表 113

图表 52 2003-2010年1-6月内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要财务指标表 121

图表 53 2002-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长性指标表 121

图表 54 2002-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力指标表 122

图表 55 2002-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力指标表 122

图表 56 2002-2009年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力指标表 122

图表 57 2008-2009年黑龙江省完达山乳业股份有限公司主要经济指标 128

图表 58 2008-2009年 黑龙江省完达山乳业股份有限公司工业总产值及存货产成品指标表 128

图表 59 2008-2009年黑龙江省完达山乳业股份有限公司主营收入及各项成本指标表 128

图表 60 2008-2009年黑龙江省完达山乳业股份有限公司偿债能力指标表 128

图表 61 2008-2009年黑龙江省完达山乳业股份有限公司偿债比率指标表 128

图表 62 2008-2009年黑龙江省完达山乳业股份有限公司利润指标表 129

图表 63 2008-2009年黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利比率（能力）指标表 129

图表 64 2003-2010年1-6月北京三元食品股份有限公司主要财务指标表 131

图表 65 2002-2009年北京三元食品股份有限公司成长性指标表 131

图表 66 2002-2009年北京三元食品股份有限公司经营能力指标表 132

- 图表 67 2002-2009年北京三元食品股份有限公司盈利能力指标表 132
- 图表 68 2002-2009年北京三元食品股份有限公司偿债能力指标表 132
- 图表 69 中国液态奶人均消费量仍明显低于世界其他国家 151
- 图表 70 中国城镇人均液态奶购买量趋稳 单位：KG 151
- 图表 71 近五年中国不同收入阶层收入增长情况 152
- 图表 72 收入分配两极化下必须重视有效需求 152
- 图表 73 多数城镇居民牛奶消费的收入弹性较高 153
- 图表 74 价格和收入对城镇居民液态奶消费有重要影响 154
- 图表 75 城镇人均液态奶消费与价格明显负相关 154
- 图表 76 城镇人均液态奶消费与收入 154
- 图表 77 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 155
- 图表 78 中国城乡居民收入走势对比 157
- 图表 79 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 158
- 图表 80 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 158

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201011/53597.html>