

2014-2020年中国酸奶行业 调研与发展战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国酸奶行业调研与发展战略研究报告》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.cction.com/report/201403/102889.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

酸奶一般指酸牛奶,它是以新鲜的牛奶为原料,经过巴氏杀菌后再向牛奶中添加有益菌(发酵剂),经发酵后,再冷却灌装的一种牛奶制品。目前市场上酸奶制品多以凝固型、搅拌型和添加各种果汁果酱等辅料的果味型为多。酸奶不但保留了牛奶的所有优点,而且某些方面经加工过程还扬长避短,成为更加适合于人类的营养保健品。面粉经发酵制成馒头就容易消化吸收,牛奶发酵制成酸奶也有同样效果,发酵过程使奶中糖、蛋白质有20%左右被分解成为小的分子(如半乳糖和乳酸、小的肽链和氨基酸等)。奶中脂肪含量一般是3-5%。经发酵后,乳中的脂肪酸可比原料奶增加2倍。这些变化使酸奶更易消化和吸收,各种营养素的利用率得以提高。酸奶由纯牛奶发酵而成,除保留了鲜牛奶的全部营养成分外,在发酵过程中乳酸菌还可产生人体营养所必须的多种维生素,如VB1、VB2、VB6、VB12等。特别是对乳糖消化不良的人群,吃酸奶也不会发生腹胀、气多或腹泻现象。鲜奶中钙含量丰富,经发酵后,钙等矿物质都不发生变化,但发酵后产生的乳酸,可有效地提高钙、磷在人体中的利用率,所以酸奶中的钙磷更容易被人体吸收。虽然说酸奶的营养成分取决于原料奶的来源和成分,但是一般说,酸奶比原料奶的成分都有所提高,一方面因为原料质量的要求高,另一方面因为有些酸奶制作中加入少量奶粉。所以一般来讲,饮用一杯150克的酸奶,可以满足10岁以下儿童所需的一大钙量的1/3、成人钙量的1/5。

2012年12月底,全球乳制品生产总量从2011年的2387万吨上涨到2545.1万吨。预计未来5年乳品市场空间将增长逾75%,乳品行业市场容量将维持12%复合增速。另外,乳品行业进入转型发展期,伴随产品结构升级与规模化养殖发展,行业均价提高,原奶价格趋向稳定,将促进毛利率增长。同时,竞争格局利好龙头企业,恶性竞争时代有望告终,预计未来利润增速将进一步提升,新兴市场将在拉动全球乳业发展方面发挥更为重要的作用。近年,随着对酸奶和乳酸菌研究的不断深入,酸奶的许多保健作用又浮出水面,降血糖、降血脂酸奶,抗肠道感染酸奶以及给无法正常用餐者食用的代餐酸奶等等新概念产品,已引起各界的广泛重视。目前,酸奶在我国消费量仍然十分有限,远远没有充分发挥改善我国人民健康状况、预防多种疾病的保健作用。有许多消费者以为酸奶仅仅是一种含奶的冷饮,也有的认为是-种儿童喜爱的小零食,没有充分地认识其意义和价值。实际上,酸奶老幼咸宜,风味多样,是乳制品当中适应性最广的产品之一。在奶制品行业中,酸奶等功能乳品是奶制品中增长最快的一个领域。近两年,我国酸奶的产销量都达40%以上,几大乳业巨头都进入酸奶这一领域。总之,目前酸奶已成为一种时尚、健康的休闲饮品,拥有了自己固定的消费群,不论对于注重健康的人士,还是贪嘴的年轻人,酸奶都是一个不错的选择。面对巨大的市场需求,各酸奶品牌的竞争愈来愈激烈,中国的酸奶市场也在摸索中逐步走向成熟。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国乳品工业协会、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关刊物杂志的基础信息以及酸奶研究单位等公布和提供的大量资料，结合产业洞察网对酸奶相关企业的实地调查，对我国酸奶行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了酸奶行业的前景与风险。报告揭示了酸奶市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目 录 】

第一部分行业发展现状

第一章酸奶概述 1

第一节酸奶的定义 1

第二节酸奶的营养价值 1

第三节酸奶的分类 2

第四节酸奶的发展和生产工艺 3

一、酸奶的发展过程 3

二、酸奶发酵剂应用和发展 4

第二章世界酸奶行业整体运营状况分析 10

第一节全球酸奶市场分析 10

第二节世界酸奶行业动态分析 11

一、美国酸奶行业发展分析 11

1、美国酸奶行业特点 11

2、美国乳制品行业的发展概述 12

二、欧洲酸奶行业发展分析 13

三、日本酸奶市场发展分析 14

第三节世界酸奶产业趋势探析 14

第四节国际酸奶市场分析预测 17

第三章我国酸奶行业发展现状 19

第一节中国酸奶政策环境分析	19
第二节中国酸奶行业现状	22
一、我国酸奶行业发展潜力分析	22
二、我国酸奶市场形态分析	22
三、我国酸奶现有市场规模分析	23
第三节我国酸奶行业发展	24
一、中国酸奶行业发展趋势	24
二、酸奶行业发展情况分析	26
第四节中国酸奶行业供需分析	29
一、中国酸奶市场需求空间	29
二、中国酸奶市场供需情况	29
三、乳制品市场的供需分析	29
1、乳制品消费趋势	29
2、乳制品市场运行	30
四、中国酸奶市场需求态势	30
第四章中国酸奶行业消费市场分析	32
第一节中国酸奶消费者分析	32
一、酸奶主要消费群体分析	32
二、消费者信心指数分析	33
第二节酸奶消费市场状况分析	33
一、市场销售的酸奶产品	33
二、酸奶产品市场消费分析	34
第三节酸奶市场消费需求分析	36
一、消费市场状况分析	36
1、乳制品消费现状分析	36
2、乳制品消费趋势分析	37
3、乳制品产品结构分析	38
4、市场需求分析	38
二、行业消费者调查分析	38
1、乳制品消费者消费态度分析	38
2、乳制品消费者消费心理分析	40

3、杭州乳制品消费者调查分析	41
三、消费者购买行为分析	43
1、消费者人口统计变量分析	43
2、消费者购买行为变量分析	45
3、主要对策建议	50
四、消费者购买意愿分析	52
第四节酸奶市场消费需求的影响因素分析	57
第五节促进乳制品消费的措施建议	59

第五章中国酸奶行业营销渠道分析	61
第一节营销渠道	61
第二节纵向一体化的渠道模式	61
第三节通过纵向约束建立的渠道模式	64
第四节企业类型划分及市场营销方法	66
一、基地型企业	66
二、城市型企业	69
1、稳固核心市场	69
2、建立新鲜壁垒	70
3、开放型终端的建设	71
三、市场营销策略	71
1、产品决策	71
2、价格决策	72
3、分销渠道决策	72
4、广告决策	72

第六章中国酸奶行业发展状况	74
第一节酸奶行业市场情况分析	74
一、酸奶行业市场发展分析	74
二、酸奶市场存在的问题	75
三、酸奶市场规模分析	78
第二节中国酸奶行业发展趋势分析	80
一、行业结构的变化	80

二、产品的差异化 81

三、市场的变化 82

四、竞争焦点的变化 82

第三节酸奶行业发展形势分析 83

第七章中国酸奶进出口数据统计及分析 88

第一节 2011-2013年中国酸奶及乳制品进口分析 88

一、中国酸奶及乳制品进口现状 88

1、液态奶进口 88

2、其他乳制品进口 89

3、进口分析 90

二、乳制品贸易格局的成因分析 94

三、进口乳制品造成的主要影响 95

四、中国乳制品进口的结论及政策建议 96

1、主要结论 96

2、政策建议 97

第二节 2011-2013年中国酸奶及乳制品出口分析 98

一、中国乳制品出口现状分析 98

1、液态奶出口 98

2、其他奶制品出口 99

3、出口分析 100

二、中国乳制品在国际市场的竞争力分析 101

1、中国原料奶价格竞争力分析 101

2、中国全脂奶粉在国际市场上的竞争力分析 102

3、中国其它乳制品在国际市场上的竞争力分析 102

三、中国乳制品出口分析 103

四、中国乳制品出口前景预测 103

第三节我国乳制品的国际竞争力及影响因素分析 103

一、我国乳制品国际贸易的特点 104

二、我国乳制品的国际竞争力分析 105

1、生产价格和出口价格分析 105

2、国际市场占有率分析 106

3、显示性比较优势 107

三、我国乳制品国际竞争力分析 107

第八章中国酸奶行业整体运行经济指标分析 108

第一节 2012-2013年中国酸奶行业总体规模分析 108

一、企业数量和结构分析 108

二、2012-2013年中国酸奶行业产销分析 111

1、产成品情况总体分析 111

2、产品销售收入总体分析 112

三、2012-2013年中国酸奶行业财务指标总体分析 113

1、行业盈利水平分析 113

2、行业偿债能力分析 113

3、行业营运能力分析 113

4、行业发展能力分析 115

第二节 2012-2013年中国酸奶行业区域市场分析 119

一、华北地区酸奶行业分析 119

二、东北地区酸奶行业分析 120

三、华东地区酸奶行业分析 121

四、华南地区酸奶行业分析 123

五、华中地区酸奶行业分析 124

六、西南地区酸奶行业分析 125

七、西北地区酸奶行业分析 126

第三节 2012-2013年中国酸奶行业企业经济规模经济指标分析 127

第四节我国酸奶行业不同经济类型企业分析 131

第五节乳制品行业景气指数分析 134

一、企业景气指数分析 134

二、企业家信心指数分析 135

第二部分赢利水平分析

第九章 2012-2013年酸奶行业赢利水平分析 136

第一节利润情况分析 136

一、整体分析 136

二、成本分析	136
三、政府支持情况	140
四、酸奶原材料价格预测	140
五、酸奶行业人工成本分析	142
第二节产销运存分析	144
一、酸奶行业产销情况	144
二、酸奶行业库存情况	145
第三节盈利水平分析	145
一、酸奶行业价格走势	145
二、2012年酸奶行业营业收入情况	147
三、2012年酸奶行业毛利率情况	148
四、2012年酸奶行业赢利能力	149
第十章 2012-2013年酸奶行业盈利能力分析	150
第一节 2012中国酸奶行业利润总额分析	150
一、利润总额分析	150
二、不同规模企业利润总额比较分析	150
三、不同所有制企业利润总额比较分析	150
第二节 2012年中国酸奶行业资产负债率	151
一、资产负债率分析	151
二、不同规模企业资产负债率比较分析	151
三、不同所有制企业资产负债率比较分析	151
第三节 2012年中国酸奶行业产值利税率	152
一、产值利税率分析	152
二、不同规模企业产值利税率比较分析	152
三、不同所有制企业产值利税率比较分析	152
第四节 2012年中国酸奶行业资金利税率	153
一、资金利税率分析	153
二、不同规模企业资金利税率比较分析	153
三、不同所有制企业资金利税率比较分析	153
第五节酸奶及乳制品业盈利水平变化及分析	154

第三部分竞争格局分析

第十一章酸奶行业竞争格局分析 160

第一节酸奶行业竞争结构分析 160

一、行业内现有企业的竞争 160

二、新进入者的威胁 161

三、替代品的威胁 162

四、供应商的讨价还价能力 163

五、购买者的讨价还价能力 164

第二节酸奶行业集中度分析 165

一、酸奶行业集中度 165

二、酸奶集中度预测 166

三、国外乳业巨头的竞争影响 168

四、国内企业竞争力 170

第三节酸奶行业竞争格局分析 171

一、酸奶行业主要企业 171

二、我国酸奶企业市场份额 171

三、我国酸奶行业竞争格局 172

四、酸奶行业竞争形势分析 173

第十二章酸奶重点企业发展分析 175

第一节内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 175

一、企业概况 175

二、企业实力 177

三、2012年经营状况 179

1、主要财务指标 179

2、盈利情况 180

3、资产负债情况 180

四、竞争能力分析 181

第二节内蒙古伊利实业集团股份有限公司 190

一、企业概况 190

二、经营状况 199

三、竞争能力分析 202

四、发展战略	204
五、伊利液态奶用户满意度情况	207
第三节光明乳业股份有限公司	209
一、企业概况	209
二、经营状况	210
三、竞争能力分析	213
1、优势分析	213
2、劣势分析	215
3、机遇	215
4、挑战	216
四、发展战略	219
1、产品策略的优化	219
2、价格策略的优化	220
3、渠道策略的优化	221
4、促销策略的优化	222
第四节北京三元食品股份有限公司	225
一、企业概况	225
二、经营状况	227
三、竞争能力分析	231
四、发展战略	233
第五节广州益力多乳品有限公司	235
一、企业概况	235
二、经营范围	236
三、亚洲市场情况	236
四、中国市场布局	236
第六节石家庄君乐宝乳业有限公司	238
一、企业概况	238
二、品质创新分析	239
三、经营状况	241
四、销售状况	243
第七节杭州娃哈哈集团有限公司	244
一、企业概况	244

二、经营状况	246
三、竞争能力分析	248
四、发展战略	253
第八节辽宁辉山控股（集团）有限公司	255
一、企业概况	255
二、经营状况	257
三、竞争能力分析	258
四、发展战略	259
第九节重庆市天友乳业股份有限公司	263
一、公司概况	263
二、经营状况	264
三、竞争能力分析	266
四、发展战略	267
第十节广东燕塘乳业股份有限公司	268
一、企业概况	268
二、发展状况	270
三、竞争能力分析	271

第四部分发展趋势预测与投资建议

第十三章酸奶行业趋势和前景预测	273
第一节国内酸奶产品发展趋势	273
一、产品多元化	273
二、安全和高品质	274
三、功能性食品	274
第二节中国酸奶行业发展趋势展望	275
一、快速增长因素	275
二、发展驱动力	276
三、发展潜力	279
四、发展趋势分析	280
第三节中国酸奶行业市场预测分析	283
一、市场预测	283
二、消费需求分析	284

1、总体分析	284
2、细分市场需求分析	286
第四节中国酸奶乳制品行业内生动力仍需增强	287
第十四章酸奶行业整体分析和投资建议	289
第一节乳制品质量安全分析	289
一、乳品质量安全的重要意义	289
二、我国乳品质量安全现状	289
1、我国乳制品的品质现状	290
2、我国与奶业发达国家乳制品质量安全比较	290
三、影响乳制品质量安全的因素分析	291
1、影响乳制品质量安全的主观因素	291
2、影响乳制品质量安全的客观因素	291
3、影响乳制品质量安全的宏观因素	292
4、影响乳制品质量安全的微观因素	292
四、提高乳品质量安全的战略对策	293
第二节开发功能性酸奶	297
一、外添加型酸奶现状	298
1、益生菌乳制品	298
2、添加功能性成分(添加剂、配料)制作的乳制品	298
3、用酶制剂分解牛乳中的乳糖	299
4、生物学方法生产的功能性乳	300
二、天然功能性乳制品现状	300
1、牛初乳制品	300
2、以营养调控为手段生产的天然功能奶	302
三、未来功能性牛奶的发展趋势	303
第三节对我国酸奶市场的整体分析	303
一、市场格局	304
二、渠道发展模式	305
三、产品结构	307
四、产品质量	307
第四节区域性酸奶及乳制品企业商业模式分析	309

一、行业典型商业模式分析	309
1、全产业链模式	309
2、原料100%海外采购+国内生产	309
3、海外收购+本土营销	309
4、区域特色资源性	310
5、牧业运营	310
二、商业模式设计	310
三、商业模式策略建议	310

第十五章酸奶企业管理策略建议 312

第一节市场策略分析 312

一、价格策略分析	312
二、产品定位策略分析	313
三、企业宣传策略分析	313

第二节销售策略分析 317

一、酸奶营销分析	317
二、酸奶创新营销案例	318
三、未来趋势和营销建议	323

第三节提高酸奶企业竞争力的策略 325

一、提高中国酸奶企业核心竞争力的对策	325
二、影响酸奶企业核心竞争力的因素及提升途径	327
1、核心竞争力的构成因素	327
2、核心竞争力形成的影响因素	328
三、提高酸奶企业竞争力的策略	329
1、战略成本管理的涵义	329
2、战略成本管理的基本特点：	329
3、战略成本管理与企业核心竞争力的关系	330

第四节对我国酸奶品牌的战略思考 331

一、酸奶品牌的特性和作用	331
二、酸奶品牌价值战略研究	331
三、我国酸奶品牌竞争趋势	332
四、酸奶企业品牌发展战略	333

图表目录

图表：2012年1-12月乳制品产量情况	28
图表：2011-2012年各季度我国城镇居民人均可支配收入	32
图表：2012-2013年我国消费者信心指数情况	33
图表：2012-2013年我国消费者信心指数分析	33
图表：中国市场销售的酸奶名单	33
图表：调查样本的人口特征分布	44
图表：消费者购买品牌的情况	45
图表：消费者购买乳制品的动机调查	46
图表：消费者购买乳制品的频率	46
图表：消费者最常购买的乳品规格	47
图表：消费者购买乳制品的类型	47
图表：消费者购买乳制品的地点	48
图表：消费者对品牌的忠诚度	48
图表：消费者对乳品知识的掌握情况	49
图表：消费者获得乳品知识的渠道	49
图表：消费者拒绝购买乳制品的原因	50
图表：品牌和乳品类型的交叉分析	51
图表：消费者最关心的乳制品安全问题	53
图表：消费者对乳制品的满意程度调查	54
图表：消费者对市面上可识别的乳制品的购买意愿调查	55
图表：可识别安全乳制品的选择与消费者收入的相关结果分析	55
图表：2008-2012年我国乳制品市场规模及增长情况分析	78
图表：2011-2012年我国各省市液体乳和乳制品产品生产情况	78
图表：2011-2012年我国鲜奶月度进口数量及价格	88
图表：2011-2012年我国酸奶月度进口数量及价格	88
图表：2011-2012年我国工业奶粉月度进口数量及价格	89
图表：2011-2012年我国小包装奶粉月度进口数量及价格	89
图表：2011-2012年我国乳清月度进口数量及价格	89
图表：2011-2012年我国炼乳月度进口数量及价格	90
图表：2011-2012年我国液态奶月度出口数量及价格	98

图表：2011-2012年我国鲜奶月度出口数量及价格	98
图表：2011-2012年我国酸奶月度出口数量及价格	99
图表：2011-2012年我国干乳制品月度出口数量及价格	99
图表：2011-2012年我国奶粉月度出口数量及价格	99
图表：2012-2013年2月酸奶及乳制品行业企业单位数	108
图表：2012-2013年2月酸奶及乳制品行业企业类型情况	108
图表：2012酸奶及乳制品行业企业经济类型情况	108
图表：2012酸奶及乳制品行业企业经济类型情况	109
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业从业人员人数	109
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业从业人员人数	109
图表：2012年各季度酸奶及乳制品销售产值分析	109
图表：2012年各季度酸奶及乳制品主营业务收入分析	110
图表：2012-2013年2月酸奶及乳制品行业产成品及增长	112
图表：2012-2013年2月酸奶及乳制品行业产成品及增长	112
图表：2012-2013年2月酸奶及乳制品行业出口交货值	112
图表：2012年酸奶及乳制品行业利润总额	113
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业应收账款净额	113
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业流动资产合计	114
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业资产合计	114
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业负债合计	114
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业主营业务税金及附加	115
图表：2012-2013年各季度华北酸奶及乳制品行业产品产量累计	119
图表：2012年华北酸奶及乳制品行业工业销售产值	119
图表：2012年华北酸奶及乳制品行业主营业务收入	119
图表：2012年华北酸奶及乳制品行业利润总额	120
图表：2012年东北酸奶及乳制品行业产品产量	120
图表：2012年东北酸奶及乳制品行业工业销售产值	120
图表：2012年东北酸奶及乳制品行业主营业务收入	121
图表：2012年东北酸奶及乳制品行业利润总额	121
图表：2012年华东酸奶及乳制品行业产品产量	121
图表：2012年华东酸奶及乳制品行业工业销售产值	121
图表：2012年华东酸奶及乳制品行业主营业务收入	122

图表：2012年华东酸奶及乳制品行业利润总额	122
图表：2012年华南酸奶及乳制品行业产品产量	123
图表：2012年华南酸奶及乳制品行业工业销售产值	123
图表：2012年华南酸奶及乳制品行业主营业务收入	123
图表：2012年华南酸奶及乳制品行业利润总额	123
图表：2012年华中酸奶及乳制品行业产品产量	124
图表：2012年华中酸奶及乳制品行业工业销售产值	124
图表：2012年华中酸奶及乳制品行业主营业务收入	124
图表：2012年华中酸奶及乳制品行业利润总额	124
图表：2012年西南酸奶及乳制品行业产品产量	125
图表：2012年西南酸奶及乳制品行业工业销售产值	125
图表：2012年西南酸奶及乳制品行业主营业务收入	125
图表：2012年西南酸奶及乳制品行业利润总额	126
图表：2012年西北酸奶及乳制品行业产品产量	126
图表：2012年西北酸奶及乳制品行业工业销售产值	126
图表：2012年西北酸奶及乳制品行业主营业务收入	127
图表：2012年西北酸奶及乳制品行业利润总额	127
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业主要经济指标	127
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业单位数	129
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业工业销售产值	129
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业成产品产值	129
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业资产情况	130
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业主营业务收入	130
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同规模企业利润情况	130
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业数量	131
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业亏损单位数量	131
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业从业人员平均数	132
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业工业销售产值	132
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业存货情况	132
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业产成品情况	133
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业资产情况	133
图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业主营业务收入	133

图表：2012年1-12月酸奶及乳制品不同经济类型企业利润情况	134
图表：2012年各季度乳制品企业景气指数分析	134
图表：2012年各季度乳制品企业家信心指数分析	135
图表：2010-2012年我国规模化牛场生鲜乳价格变化趋势	137
图表：2010-2012年我国规模化牛场生鲜乳总成本变化趋势	138
图表：2011-2012年全国玉米平均价格变化趋势	139
图表：2011-2012年全国豆粕平均价格变化趋势	139
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业产量	144
图表：2012年酸奶及乳制品行业月度产量	144
图表：2012年酸奶及乳制品行业月度产量增长情况	145
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业存货	145
图表：2012年各季度酸奶及乳制品行业主营业务收入	147
图表：2012-2013年2月酸奶及乳制品行业主营业务成本	148
图表：2012各季度酸奶及乳制品不同规模企业亏损分析	149
图表：2012各季度酸奶及乳制品不同企业经济类型亏损分析	149
图表：2012各季度酸奶及乳制品亏损企业亏损总额分析	149
图表：2010年1-11月酸奶及乳制品行业利润总额	150
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同规模企业利润总额	150
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同所有制企业利润总额	151
图表：2012年酸奶及乳制品行业资产负债率	151
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同规模企业资产负债率	151
图表：2012年1-11月酸奶及乳制品行业不同所有制企业资产负债率	151
图表：2012年酸奶及乳制品行业产值利税率	152
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同规模企业产值利税率	152
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同所有制企业产值利税率	152
图表：2012年酸奶及乳制品行业资金利税率	153
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同规模企业资金利税率	153
图表：2012年酸奶及乳制品行业不同所有制企业资金利税率	153
图表：2008-2012年酸奶及乳制品产业景气指数	154
图表：2008-2012年酸奶及乳制品产业预警指数	155
图表：2009-2012年酸奶及乳制品产业预警灯号图	155
图表：2008-2012年酸奶及乳制品产量	156

图表：2008-2012年酸奶及乳制品产业销售收入	157
图表：2008-2012年酸奶及乳制品行业利润情况	158
图表：酸奶行业五力分析模型	160
图表：2012年中国乳酸菌饮料市场占有率	172
图表：蒙牛集团经营主要财务指标	180
图表：2012年蒙牛集团经营盈利情况	180
图表：2012年蒙牛集团经营资产负债分析	180
图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润	199
图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股收益	200
图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司总资产成长	200
图表：2010-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营收入成长	201
图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司财务指标	201
图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业业绩	201
图表：2011-2012年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产负债	202
图表：2012年光明乳业股份有限公司主营构成	210
图表：2012年光明乳业股份有限公司每股指标	210
图表：2012年光明乳业股份有限公司获利能力	211
图表：2012年光明乳业股份有限公司资产负债情况	211
图表：2012年光明乳业股份有限公司偿债能力	211
图表：2012年光明乳业股份有限公司发展能力	211
图表：2012年光明乳业股份有限公司经营效率	212
图表：2012年光明乳业股份有限公司现金流量分析	212
图表：2012年光明乳业股份有限公司获利能力	213
图表：2012年北京三元食品股份有限公司主营构成	227
图表：2012年北京三元食品股份有限公司每股指标	227
图表：2012年北京三元食品股份有限公司获利情况	228
图表：2012年北京三元食品股份有限公司资产负债情况	228
图表：2012年北京三元食品股份有限公司现金流量情况	228
图表：2012年北京三元食品股份有限公司偿债能力	228
图表：2012年北京三元食品股份有限公司发展能力	229
图表：2012年北京三元食品股份有限公司经营效率	229
图表：2012年北京三元食品股份有限公司现金流量分析	229

图表：2012年北京三元食品股份有限公司资本结构分析 230

图表：2012年北京三元食品股份有限公司获利能力分析 230

略.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102889.html>