

中国奶业行业市场调查及投资规划研究报告（2015-2020）

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《中国奶业行业市场调查及投资规划研究报告（2015-2020）》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/rupin/201349201349.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

一、有利因素

(1) 奶业服务三农、各级政府高度重视奶业发展

首先，我国政府高度重视“三农”问题，近年来中央一号文件都将“三农”作为首要关注问题，具体包括农民增收、提高农业综合生产力、新农村建设等方面。而通过乳制品工业带动，大力发展奶牛养殖及牧草种植业，对农村富余劳动力的有效平稳转移、广辟增收渠道、拓展增收空间、建设现代化农业具有重要意义。因此，奶业在服务“三农”、改善民生、扩大就业等方面发挥着重要作用。

其次，我国各级政府都高度关注奶业发展，把发展奶业放在重要位置，并不断加大政策落实和资金扶持力度。国家连续出台了一系列规范和扶持行业发展的政策，将促进奶业规范发展作为保障奶业持续健康发展、保证食品安全、增加农民收入、促进产业结构调整、提高居民营养水平的重要手段。这些政策集中体现在《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》、《奶业整顿和振兴规划纲要》、《乳制品工业产业政策（2009年修订）》、《全国奶业发展规划（2009-2013年）》等文件中。从政策环境看，国家扶持奶业发展的政策日趋完善，促进奶业健康发展的管理制度逐步健全。

因此，乳制品加工行业作为奶业产业链的核心环节，奶业发展得到了政府高度重视，为乳制品加工行业的持续健康发展提供了有利保障。

(2) 乳制品消费需求潜力巨大

根据《全国奶业发展规划（2009-2013年）》，现阶段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增长潜力。从消费市场看，本世纪以来我国居民人均乳制品消费水平较低，城镇居民人均消费始终低于25kg/年，相当于世界平均水平的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、城乡居民收入持续增长、消费结构不断改善以及国民对乳品认知的不断提升，乳品消费需求增长空间巨大。

(3) 行业发展更加规范、健康

近年来，为贯彻落实《国务院关于促进奶业持续健康发展的意见》，促使乳制品加工行业迅速走出危机，进入更加规范、健康发展的良性轨道，我国政府及监管部门积极进行行业整顿，不断加大奶业监管力度。主要表现在制定完善了关于生鲜乳生产收购和食品安全的法律法规，出台了奶业整顿和振兴规划，修订了乳制品工业产业政策，制定了66项食品安全国家标准，出台了奶业发展规划，重新审核发放了乳制品生产许可证等方面。

通过上述措施的实施，我国乳制品行业法律法规和行业政策得到了健全和完善，乳制品市场得到了净化，我国乳制品加工行业将进入下一个规范、健康发展的良性轨道。

(4) 发达国家的成功经验，为我国奶业发展提供了有益借鉴

世界奶业发展历史已达百年之久，积累了丰富的经验，可以为我国发展奶业提供有益

借鉴。世界发达国家在奶牛品种改良、机械化挤奶技术、奶牛单产水平、奶业一体化建设、鼓励和扶持奶业发展的优惠政策应用等方面取得了巨大成就并积累了丰富经验：如美国最大的养牛基地加州奶牛平均年单产量为10吨，最高已经达到15吨，而我国2012年的奶牛单产量平均仅为5.5吨/年；发达国家政府鼓励扶持奶业发展政策上的政策目标更加明确、且与本国的奶业发展状况相吻合，政策手段相对丰富，而我国的奶业政策对奶业的发展支持效果不够理想。奶业各环节联系十分紧密，奶业的发展决定了乳制品加工行业的发展，世界发达国家奶业的成功经验也为我国乳制品加工行业的发展提供了有益的指导和借鉴。

二、不利因素

现阶段，我国人均乳制品消费量显著低于世界平均水平，除受我国人均收入水平较低影响外，我国居民对乳制品的消费观念落后也是主要原因之一。消费观念落后仍可能对我国未来乳制品消费需求增长带来不利影响。但是随着全面建设小康社会的加快，我国政府及行业监管部门、乳制品加工企业将通过多形式、多途径在全社会广泛宣传和大力普及乳制品营养知识，提高公益性宣传力度，培养国民乳制品消费习惯，引导城乡居民扩大消费。消费观念落后因素对我国乳制品消费增长造成的不利影响将逐渐减弱。

中国报告网发布的《中国奶业行业市场调查及投资规划研究报告（2015-2020）》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

第一章 牛奶产业相关概述

第一节 牛奶产业链分析

第二节 牛奶成份及营养价值

第三节 牛奶种类

一、巴氏消毒奶

二、常温奶

三、还原奶

四、生鲜牛奶

五、灭菌牛奶

六、无抗奶

七、水牛奶

第二章 世界牛奶产业发展状况分析

第一节 全球奶牛养殖业运行概况

一、世界奶牛养殖品种

二、世界奶牛养殖规模

三、世界奶牛养殖模式

四、世界奶牛养殖成本与营利

五、世界奶牛养殖技术

第二节 世界牛奶产业运行概况

一、世界牛奶产业亮点分析

二、全球牛奶生产与消费情况

三、世界牛奶市场价格分析

四、世界牛奶贸易分析

五、优质奶源对乳制品业的影响

第三节 世界主要国家牛奶行业发展情况分析

一、美国

二、日本

三、加拿大

第四节 2015-2020年世界牛奶行业发展趋势分析

第三章 中国牛奶产业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

十三、中国乳制品业在国民经济中的地位分析

第二节 中国牛奶产业发展政策环境分析

一、牛奶产业标准、政策分析

二、乳制品标准分析

三、进出口政策分析

第三节 中国牛奶产业社会环境分析

一、中国人口规模及结构分析

二、人们饮食结构

三、居民消费观念和习惯

四、教育环境分析

五、文化环境分析

六、生态环境分析

七、中国城镇化率

第四章 中国奶牛养殖业运行态势分析

第一节 全球奶牛养殖业运行概况

一、中国奶牛养殖品种

二、中国奶牛养殖规模

三、中国奶牛养殖模式

四、中国奶牛养殖成本与营利

第二节 中国奶牛养殖技术研究

一、奶牛综合养殖技术

二、奶牛其综新技术研究

第三节 中国牛奶业供给分析

一、奶牛存栏（分奶牛品种、存栏规模、地域分布）

二、牛奶产量（总产量、单产水平（分品种、分地区））

三、奶牛进口

1、活畜

2、冻精

3、胚胎

第五章 中国牛奶产业发展形势分析

第一节 中国牛奶产业发展综述

一、增长迅速产量高

二、消费集中在大中城市

三、人均产量处于较低水平

四、奶制品企业不断发展

第二节 中国牛奶产业最新资讯分析

- 一、中国牛奶新国标引发消费信任危机
- 二、三聚氰胺事件”对乳制品业造成的危机分析
- 三、OMP分析
- 四、有关于蒙牛特仑苏OMP牛奶分析
- 第三节 中国牛奶产业发展存在的问题分析
 - 一、行业标准、政策不健全
 - 二、牛奶制品质量安全问题
 - 三、我国奶业与国际先进水平的差距
 - 四、对加强我国乳业质量管理的启示
- 第六章 中国牛奶行业奶源市场动态分析
 - 第一节 中国原奶供给分析
 - 一、原奶供给量分析
 - 二、原料奶价格分析
 - 第二节 中国奶源地分析
 - 一、内蒙古
 - 二、黑龙江
 - 三、河北
 - 四、新疆
 - 第三节 中国原料奶生产存在的问题探讨
 - 一、奶牛平均单产水平低
 - 二、原料奶质量问题突出
 - 三、农户组织性弱
 - 四、奶牛饲料结构不合理
 - 五、新技术推广应用缓慢
- 第七章 中国牛奶制品市场深度剖析
 - 第一节 牛奶制品市场整体状况分析
 - 一、我国牛奶产业市场结构分析
 - 二、我国牛奶制品市场特点及机会分析
 - 三、国内牛奶制品价格形势剖析
 - 四、我国牛奶制品市场消费形势及景气度分析
 - 五、中国牛奶制品各级市场分析
 - 第二节 牛奶制品市场产品分析
 - 一、我国牛奶制品市场新品纷呈
 - 二、高端奶成乳品企业利润新增长点
 - 第三节 牛奶制品市场策略分析

一、我国牛奶市场的特点及营销推广

二、乳品新产品开发的有效途径

三、牛奶制品新市场开发运作策略分析

第八章 2014年中国牛奶市场消费状况调研

第一节 牛奶消费者分析

一、牛奶消费者构成及其营养需求

二、牛奶消费者及消费特点分析

三、牛奶市场消费结构分析

四、牛奶消费者行为与心理探究

第二节 牛奶市场消费状况

一、牛奶消费与公众营养改善

二、中国牛奶消费现状

三、中国各省市城镇居民人均乳品消费变化

四、牛奶供需总量及结构浅析

第三节 影响中国牛奶需求的重要因素

一、收入增长

二、城市化进程

三、人口增长及其结构变化

四、市场细化和宏观政策

第四节 牛奶消费趋势预测

一、我国牛奶消费潜力大

二、牛奶消费趋势分析

三、扩大我国牛奶市场需求的战略对策

第九章 中国牛奶加工行业运行态势分析

第一节 中国牛奶市场构成

第二节 液态奶细分市场分析

一、巴氏杀菌奶

二、超高温灭菌奶/UHT奶

三、酸奶

四、含乳饮料

第三节 中国固态奶细分市场分析

一、奶粉

二、奶酪

第十章 中国牛奶产业相关产量数据分析

第一节 中国乳制品产量统计分析

- 一、全国乳制品产量分析
- 二、全国及主要省份乳制品产量分析
- 三、乳制品产量集中度分析
- 第二节 中国液态奶产量统计分析
- 一、全国液态奶产量分析
- 二、全国及主要省份液态奶产量分析
- 三、液态奶产量集中度分析
- 第十一章 牛奶市场营销分析
- 第一节 乳品营销概况
- 一、牛奶消费迈入价值营销时代
- 二、我国乳企实现跨界营销
- 三、我国牛奶领域首次掀起会员营销
- 四、我国牛奶行业“超女营销”模式反思
- 第二节 牛奶广告投放情况分析
- 一、我国牛奶平面媒体广告
- 二、牛奶电视广告投放情况
- 三、牛奶网络广告投放情况
- 四、牛奶其它形式广告投放情况
- 第三节 牛奶营销存在的问题及突围
- 一、牛奶行业营销面临的十大问题
- 二、我国牛奶行业亟待解决的营销问题
- 三、牛奶行业营销的四大突围
- 第四节 牛奶营销策略分析
- 一、牛奶行业营销十大法则
- 二、乳品促销之五步走
- 三、乳业促销竞争策略
- 四、乳业价格之外的营销策略
- 五、中小企业营销之柔道战略运用
- 第五节 中小型牛奶企业渠道及终端营销对策
- 一、选择适合自己的经销商
- 二、渠道选择
- 三、推广途径
- 第十二章 中国牛奶产业市场竞争格局分析
- 第一节 中国牛奶产业竞争现状分析
- 一、牛奶成本飙升竞争趋白热化

二、中国牛奶面临国际竞争

三、品牌竞争分析

第二节 中国牛奶产业提升竞争力的策略分析

第三节 中国重点地区牛奶产业竞争分析

一、重点区域竞争力分析

二、市场集中度分析

三、生产企业集中度分析

第四节 中国牛奶产业竞争存在的问题分析

第十三章 中国牛奶产业重点公司主要财务指标分析（企业可自选）

第一节 伊利股份(600887)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光明乳业(600597)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 三元股份(600429)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 新希望集团 (000876)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 蒙牛乳业（北京）有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十四章 2015-2020年中国牛奶产业发展前景展望分析

第一节 2015-2020年中国牛奶行业发展趋势分析

一、市场细分趋势更加明显

二、市场份额将高度集中

三、企业运作重心逐渐下移

四、市场竞争重点转向高端

第二节 2015-2020年中国牛奶产业市场预测分析

一、市场供给预测分析

二、产品需求预测分析

三、进出口预测分析

第三节 2015-2020年中国牛奶产业盈利预测分析

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/201349201349.html>