

2018年中国生鲜乳市场分析报告- 行业运营态势与发展前景研究

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《2018年中国生鲜乳市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》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/331701331701.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、生鲜乳价格的形成机制：通过谈判达成，按照用途差异化定价

鲜奶价格由乳业公司和农业协会之间协议决定，将形成协议的过程称为“奶价谈判”。在这个谈判中，综合考虑了生鲜乳和奶制品的供求状况、市场动向、经济环境、乳业公司和奶农的经营状况等因素。由于不同的乳业公司和不同农业协会都会存在差异，协商达成的结果（生鲜乳价格）也会有所不同。但从整体来看，整个行业的价格变化趋势都是相似的。

奶价谈判的参与者为作为卖方的指定团体和作为买方的该区域内的乳业公司。为确保指定团体可以代表奶农的利益，会有一些制度约束，例如指定团体中半数以上成员应为奶农，或通过委员会和会议等与奶农进行充分沟通等。并且指定团体需要及时的向奶农传达谈判结果，但对于可能会影响谈判顺利进行的个别信息需谨慎披露。

日本生鲜乳的定价具有一个非常明显的特点，即生鲜乳价格根据不同用途有所不同。一般的情况是用于生产饮用液态乳的生鲜乳价格最高，其次是鲜奶油用奶，再次是加工黄油和脱脂奶粉用奶，而生产奶酪所用的生鲜乳的价格则最低，最高用于液态乳的生鲜乳的价格是最低的用于奶酪的生鲜乳价格的1.5倍。

分用途差异定价是出于终端产品市场竞争格局的考虑，实现产品的交叉补贴。日本的生鲜乳分下游用途差异定价的出发点并不是下游产品的盈利能力，因为对于乳制品企业来说，包括鲜奶油、黄油和奶酪在内的乳制品的盈利能力一般高于液态奶，但是上游生鲜奶的定价反而是液态奶最高。

事实上终端产品的竞争格局才是决定对应的上游生鲜乳价格的关键因素，对于具有运输成本高、容易腐败特点的液态乳和鲜奶油来说，日本本土的乳制品企业较少受到来自国外企业的竞争，因此用于生产液态乳的生鲜乳的价格水平较高；但是奶酪则是自由贸易产品，为了使得本土乳制品企业的产品在市场上保持竞争力，用于生产奶酪的生鲜乳的价格水平较低。

图表：按用途划分的日本生鲜乳价格（2017年12月）

图表：分用途差异定价是出于产品市场竞争格局的考虑

二、生鲜乳价格持续高位：与国际奶价对比，跟涨多而跟跌少

作为乳制品公司重要生产原料的生鲜乳，价格一直保持了稳定上涨的趋势。在国际奶价上涨的背景下，日本生鲜乳价格跟随上调；但是当国际奶价下跌的周期，日本生鲜乳价格则保持独立并不跟随下调。

1)根据北海道农业协同组合联合会的统计，2016年北海道的生鲜乳生产量为389.6万吨，占据全日本生鲜乳生产量的53%，因此北海道生鲜乳价格具有较强的代表性。

2)从北海道农协历史的生鲜乳变化价格情况来看，在国际奶价上行的2013~2014年期间北海道农协密集的上调了多个用途的生鲜乳价格，但是在国际相对低迷的2015~2016年期间价格则保持相对稳定，并没有出现下调的情况，这意味着下游乳企的生鲜乳成本基本呈现

刚性上涨的趋势。

图表：2013-2016年全球奶价指标GDT Price Index的变化情况

图表：2009-2017年北海道农协生鲜乳售价变化（按用途划分，单位：日元/kg）

三、上游奶农的境况：盈利状况良好，稳定性较强

在指定生鲜乳生产团体的制度下，日本的上游生鲜乳生产在过去20年盈利状况良好并且稳定性较强，奶农的生存境况良好。

1)根据日本农林水产省的统计，日本上游生鲜乳生产的利润率在1995~2015年期间基本保持稳定，利润率的中枢在8%~10%。

2)仅有的极端情况出现在2007~2008年期间，伴随着全球宏观经济的波动导致需求量出现较为明显的下滑，上游生鲜乳生产盈利情况的快速恶化，但这一现象从2009年开始获得较大改善。

图表：日本上游生鲜乳生产的盈利情况

观研天下发布的《2018年中国生鲜乳市场分析报告-行业运营态势与发展前景研究》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、市场前景、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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、生鲜乳T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国生鲜乳行业发展概述

第一节 生鲜乳行业发展情况概述

一、生鲜乳行业相关定义

二、生鲜乳行业基本情况介绍

三、生鲜乳行业发展特点分析

第二节 中国生鲜乳行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、生鲜乳行业产业链条分析

三、中国生鲜乳行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国生鲜乳行业生命周期分析

一、生鲜乳行业生命周期理论概述

二、生鲜乳行业所属的生命周期分析

第四节 生鲜乳行业经济指标分析

一、生鲜乳行业的赢利性分析

二、生鲜乳行业的经济周期分析

三、生鲜乳行业附加值的提升空间分析

第五节 中国生鲜乳行业进入壁垒分析

一、生鲜乳行业资金壁垒分析

二、生鲜乳行业技术壁垒分析

三、生鲜乳行业人才壁垒分析

四、生鲜乳行业品牌壁垒分析

五、生鲜乳行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球生鲜乳行业市场发展现状分析

第一节 全球生鲜乳行业发展历程回顾

第二节 全球生鲜乳行业市场区域分布情况

第三节 亚洲生鲜乳行业地区市场分析

一、亚洲生鲜乳行业市场现状分析

二、亚洲生鲜乳行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲生鲜乳行业市场前景分析

第四节 北美生鲜乳行业地区市场分析

一、北美生鲜乳行业市场现状分析

二、北美生鲜乳行业市场规模与市场需求分析

三、北美生鲜乳行业市场前景分析

第五节 欧盟生鲜乳行业地区市场分析

一、欧盟生鲜乳行业市场现状分析

二、欧盟生鲜乳行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟生鲜乳行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界生鲜乳行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球生鲜乳行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国生鲜乳产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国生鲜乳行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国生鲜乳产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、生鲜乳环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国生鲜乳行业运行情况

第一节 中国生鲜乳行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国生鲜乳行业市场规模分析

第三节 中国生鲜乳行业供应情况分析

第四节 中国生鲜乳行业需求情况分析

第五节 中国生鲜乳行业供需平衡分析

第六节 中国生鲜乳行业发展趋势分析

第五章 中国生鲜乳所属行业运行数据监测

第一节 中国生鲜乳所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国生鲜乳所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国生鲜乳所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国生鲜乳市场格局分析

第一节 中国生鲜乳行业竞争现状分析

一、中国生鲜乳行业竞争情况分析

二、中国生鲜乳行业主要品牌分析

第二节 中国生鲜乳行业集中度分析

一、中国生鲜乳行业市场集中度分析

二、中国生鲜乳行业企业集中度分析

第三节 中国生鲜乳行业存在的问题

第四节 中国生鲜乳行业解决问题的策略分析

第五节 中国生鲜乳行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国生鲜乳行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国生鲜乳行业消费特点

第二节 中国生鲜乳行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 生鲜乳行业成本分析

第三节 生鲜乳行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国生鲜乳行业价格现状分析

第五节 中国生鲜乳行业平均价格走势预测

一、中国生鲜乳行业价格影响因素

二、中国生鲜乳行业平均价格走势预测

三、中国生鲜乳行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国生鲜乳行业区域市场现状分析

第一节 中国生鲜乳行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地生鲜乳市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜乳市场规模分析

四、华东地区生鲜乳市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区生鲜乳市场规模分析

四、华中地区生鲜乳市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区生鲜乳市场规模分析

第九章 2015-2017年中国生鲜乳行业竞争情况

第一节 中国生鲜乳行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国生鲜乳行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国生鲜乳行业竞争环境分析（生鲜乳T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 生鲜乳行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国生鲜乳行业发展前景分析与预测

第一节 中国生鲜乳行业未来发展前景分析

- 一、生鲜乳行业国内投资环境分析
- 二、中国生鲜乳行业市场机会分析
- 三、中国生鲜乳行业投资增速预测

第二节 中国生鲜乳行业未来发展趋势预测

第三节 中国生鲜乳行业市场发展预测

- 一、中国生鲜乳行业市场规模预测

二、中国生鲜乳行业市场规模增速预测

三、中国生鲜乳行业产值规模预测

四、中国生鲜乳行业产值增速预测

五、中国生鲜乳行业供需情况预测

第四节中国生鲜乳行业盈利走势预测

一、中国生鲜乳行业毛利润同比增速预测

二、中国生鲜乳行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国生鲜乳行业投资风险与营销分析

第一节 生鲜乳行业投资风险分析

一、生鲜乳行业政策风险分析

二、生鲜乳行业技术风险分析

三、生鲜乳行业竞争风险分析

四、生鲜乳行业其他风险分析

第二节 生鲜乳行业企业经营发展分析及建议

一、生鲜乳行业经营模式

二、生鲜乳行业销售模式

三、生鲜乳行业创新方向

第三节 生鲜乳行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国生鲜乳行业发展策略及投资建议

第一节 中国生鲜乳行业品牌战略分析

一、生鲜乳企业品牌的重要性

二、生鲜乳企业实施品牌战略的意义

三、生鲜乳企业品牌的现状分析

四、生鲜乳企业的品牌战略

五、生鲜乳品牌战略管理的策略

第二节 中国生鲜乳行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国生鲜乳行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国生鲜乳行业发展策略及投资建议

第一节 中国生鲜乳行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国生鲜乳行业定价策略分析

第二节 中国生鲜乳行业营销渠道策略

- 一、生鲜乳行业渠道选择策略
- 二、生鲜乳行业营销策略

第三节 中国生鲜乳行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国生鲜乳行业重点投资区域分析
- 二、中国生鲜乳行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/331701331701.html>