

2017-2022年中国牛奶市场发展现状及十三五运行态势预测报告

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《2017-2022年中国牛奶市场发展现状及十三五运行态势预测报告》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/261960261960.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国牛奶市场发展现状及十三五运行态势预测报告》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。

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：

第一部分牛奶行业特性研究

第一章牛奶行业概述

第一节牛奶行业概述

一、牛奶行业定义

二、牛奶成份及营养价值

三、牛奶种类

(1) 巴氏消毒奶

(2) 常温奶

(3) 还原奶

(4) 生鲜牛奶

(5) 灭菌牛奶

(6) 无抗奶

(7) 水牛奶

第二节牛奶行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、牛奶行业国民经济地位分析

第三节牛奶行业特征研究

一、2014-2016年牛奶行业规模（连续5年数据提供）

二、2014-2016年牛奶行业成长性分析

三、2014-2016年牛奶行业盈利性分析

四、2014-2016年牛奶行业竞争强度分析

五、2014-2016年牛奶行业所处的生命周期

第四节牛奶行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、牛奶行业产业链模型分析

第二章2016年世界牛奶产业发展状况分析

第一节2016年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2016年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2016年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2017-2022年世界牛奶行业发展趋势分析

第三章2014-2016年我国牛奶行业发展环境分析

第一节2014-2016年牛奶行业经济环境分析

一、2016年国内生产总值初步核算为568845亿元

二、2016年全国居民消费价格总水平比上年上涨2.6%

三、2016年中国城乡居民收入情况分析

四、2016年社会消费品零售总额2327810亿元

五、2016年全国固定资产投资（不含农户）447074亿元

六、2016年我国外贸进出口总值41600亿美元

第二节2014-2016年牛奶国家“十三五”产业政策环境分析

一、行业主管亿元门、行业管理体制

二、行业主要法规与产业政策

三、行业“十三五”发展规划

四、出口关税政策分析

第三节2014-2016年中国牛奶行业产业社会环境分析

一、2014-2016年我国人口结构分析

二、2014-2016年教育环境分析

三、2014-2016年文化环境分析

四、2014-2016年生态环境分析

五、2014-2016年中国城镇化率分析

第四节2014-2016年牛奶行业消费环境分析

一、饮食保健：健康就是粗粮为主薯类为副

二、消费观念

三、中国饮料消费结构单

第二部分牛奶行业发展现状研究

第四章 2014-2016年中国饮料行业运行新形势透析

第一节2014-2016年中国饮料行业总体概述

一、中国饮料行业的发展历程回顾

二、饮料行业已步入多元化格局

三、中国发展饮料工业的优势

第二节2014-2016年中国饮料行业运行状况

一、饮料市场百花齐放，逆势增长

二、我国饮料市场三足鼎立之势

第三节2016年我国饮料市场热点关注

一、饮料行业频发“门”事件

二、饮料行业引入风险投入资金，刮起“并购风”

第四节2014-2016年中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料新品牌层出不穷

二、国内饮料市场大众品牌分析

三、中国饮料品牌的沉浮

四、中国饮料行业品牌集中度上升

五、国内饮料品牌的发展战略解析

第五节2014-2016年中国饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、新国标出台饮料业又遇新门槛

三、国内饮料企业制胜策略

四、饮料行业产品和渠道创新是关键

第五章2014-2016年我国牛奶行业发展分析

第一节2014-2016年我国牛奶行业发展综述

一、行业运行特点分析

二、行业主要品牌分析

三、产业技术分析

第二节中国牛奶产品供给分析

一、牛奶行业总体产能规模

二、2016年中国奶源地分析

(1) 内蒙古

(2) 黑龙江

(3) 河北

(4) 新疆

三、2014-2016年中国牛奶产量分析

四、供给影响因素分析

第三节中国牛奶行业市场需求分析

一、2014-2016年中国牛奶行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、牛奶行业市场需求热点

第四节2014-2016年中国牛奶产品重点在建、拟建项目

一、在建项目

二、拟建项目

第五节2014-2016年牛奶行业市场价格走势分析

一、牛奶行业市场价格走势影响因素

二、2014-2016年牛奶行业价格走势

第六节2014-2016年牛奶行业发展存在的问题分析

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

第六章2014-2016年中国牛奶所属行业数据监测分析

第一节2014-2016年中国牛奶所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2014-2016年中国牛奶所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2014-2016年中国牛奶所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2014-2016年中国牛奶所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2014-2016年中国牛奶所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章2016年中国牛奶加工行业运行态势分析

第一节2016年中国牛奶市场构成

第二节2016年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2016年中国固态奶细分市场分析

一、奶粉

二、奶酪

第八章2014-2016年我国牛奶行业进出口市场分析

第一节2014-2016年中国牛奶进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节2014-2016年中国牛奶出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节2014-2016年中国牛奶进出口产品结构分析

一、牛奶行业进口产品结构

二、牛奶行业出口产品结构

第三节2014-2016年中国牛奶进出口平均单价分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

第九章2006-2016年中国牛奶加工业相关产量数据分析

第一节2014-2016年中国软饮料产量数据统计分析

一、2014-2016年全国软饮料产量数据分析

二、2016年全国软饮料产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

三、全国软饮料产量增长性分析

第二节2014-2016年中国果汁和蔬菜汁饮料产量数据统计分析

一、2014-2016年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析

二、2016年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析（数据均可更新至最新月份）

三、全国果汁和蔬菜汁饮料产量增长性分析

第十章中国牛奶区域行业市场分析

第一节东北地区

一、2014-2016年东北地区在牛奶行业中的地位变化

二、2014-2016年东北地区牛奶行业规模情况分析

三、2014-2016年东北地区牛奶行业企业分析

四、2014-2016年东北地区牛奶行业发展趋势预测

第二节华北地区

一、2014-2016年华北地区在牛奶行业中的地位变化

二、2014-2016年华北地区牛奶行业规模情况分析

三、2014-2016年华北地区牛奶行业企业分析

四、2014-2016年华北地区牛奶行业发展趋势预测

第三节华东地区

一、2014-2016年华东地区在牛奶行业中的地位变化

二、2014-2016年华东地区牛奶行业规模情况分析

三、2014-2016年华东地区牛奶行业企业分析

四、2014-2016年华东地区牛奶行业发展趋势预测

第四节华中地区

一、2014-2016年华中地区在牛奶行业中的地位变化

二、2014-2016年华中地区牛奶行业规模情况分析

- 三、2014-2016年华中地区牛奶行业企业分析
- 四、2014-2016年华中地区牛奶行业发展趋势预测
- 第五节 华南地区
 - 一、2014-2016年华南地区在牛奶行业中的地位变化
 - 二、2014-2016年华南地区牛奶行业规模情况分析
 - 三、2014-2016年华南地区牛奶行业企业分析
 - 四、2014-2016年华南地区牛奶行业发展趋势预测
- 第六节 西部地区
 - 一、2014-2016年西部地区在牛奶行业中的地位变化
 - 二、2014-2016年西部地区牛奶行业规模情况分析
 - 三、2014-2016年西部地区牛奶行业企业分析
 - 四、2014-2016年西部地区牛奶行业发展趋势预测
- 第十一章 中国牛奶行业竞争状况分析
 - 第一节 2014-2016年中国牛奶行业竞争力分析
 - 一、中国牛奶行业要素成本分析
 - 二、品牌竞争分析
 - 三、技术竞争分析
 - 第二节 2014-2016年中国牛奶行业市场区域格局分析
 - 一、重点生产区域竞争力分析
 - 二、市场销售集中分布
 - 三、国内企业与国外企业相对竞争力
 - 第三节 2014-2016年中国牛奶行业市场集中度分析
 - 一、行业集中度分析
 - 二、企业集中度分析
 - 第四节 中国牛奶行业五力竞争分析
 - 一、“波特五力模型”介绍
 - 二、牛奶“波特五力模型”分析
 - (1) 行业内竞争
 - (2) 潜在进入者威胁
 - (3) 替代品威胁
 - (4) 供应商议价能力分析
 - (5) 买方侃价能力分析
 - 第五节 2014-2016年中国牛奶行业竞争的因素分析
- 第十二章 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

第三部分牛奶行业产业链分析

第十三章2016年中国奶牛养殖业运行态势分析

第一节2016年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2016年中国奶牛养殖技术研究

第三节2016年中国牛奶业供给分析

- 一、奶牛存栏
- 二、牛奶产量
- 三、奶牛进口

第十四章2014-2016年中国牛奶市场消费调查

第一节消费者基本情况分析

- 一、性别占比
- 二、年龄分布
- 三、职业
- 四、对牛奶认知情况

第二节2014-2016年中国消费者购买牛奶行为调研

- 一、消费者选用牛奶的目的
- 二、消费者最常喝牛奶品牌
- 三、消费者对牛奶价格敏感度分析

第三节影响消费者选择运动型饮料因素分析

第十五章2016年中国乳制品加工业运行态势及优质奶源需求预测

第一节2016年中国奶业运行总况

- 一、中国奶业发展的四个阶段
- 二、中国奶业发展取得较大成就
- 三、中国奶业的科技发展
- 四、中国奶业的国际合作与交流
- 五、中国奶业发展呈现积极变化

第二节2016年中国乳制品运行形势分析

- 一、乳品业逐步恢复正常平稳运行
- 二、2016年中国乳制品业经济指标分析
- 三、推动我国乳制品行业逐渐回暖的主要因素
- 四、促进乳制品行业健康发展的主要举措
- 五、中国乳制品行业正逐渐回归理性
- 六、外资趁营销乱局觊觎中国乳业市场

第三节2016年中国乳制品市场运行透析

- 一、我国乳业市场结构分析
- 二、国内乳制品消费场景气度持续回升
- 三、乳制品市场基本恢复

第四节2017-2022年中国乳制品加工业对优势奶源的影响分析

第四部分牛奶行业企业竞争力分析

第十六章2014-2016年牛奶行业优势企业分析

第一节伊利股份经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2014-2016年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第二节光明乳业经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2014-2016年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第三节三元股份经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2014-2016年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第四节新希望集团经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2014-2016年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第五节黑龙江省完达山乳业股份有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2014-2016年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

第六节蒙牛乳业（北京）有限责任公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、2014-2016年企业主要经济指标（收入、成本、利润）

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

七、企业成长能力分析

八、企业经营状况SWOT分析

九、企业投资兼并与重组分析

十、企业最新发展动向分析

……

第五部分牛奶行业未来市场前景展望、投资前景研究

第十七章2017-2022年中国牛奶产业发展趋势预测分析

第一节2017-2022年中国牛奶发展趋势分析

一、牛奶产业技术发展方向分析

二、牛奶竞争格局预测分析

三、牛奶行业发展预测分析

第二节2017-2022年中国牛奶市场预测分析

一、牛奶供给预测分析

二、牛奶需求预测分析

三、牛奶进出口预测分析

第三节2017-2022年中国牛奶市场盈利预测分析

第十八章2017-2022年中国牛奶行业投资机会与风险分析

第一节2017-2022年中国牛奶行业行业前景调研分析

第二节2017-2022年中国牛奶行业投资特性分析

一、2017-2022年中国牛奶行业行业进入壁垒分析

二、2017-2022年中国牛奶行业行业盈利模式分析

三、2017-2022年中国牛奶行业行业盈利因素分析

第三节2017-2022年中国牛奶行业投资机会分析

一、2017-2022年中国牛奶行业细分市场投资机会分析

二、2017-2022年中国牛奶行业区域市场投资潜力分析

第四节2017-2022年中国牛奶行业投资前景分析

一、2017-2022年中国牛奶行业市场竞争风险

二、2017-2022年中国牛奶行业技术风险

三、2017-2022年中国牛奶行业政策风险

四、2017-2022年中国牛奶行业进入退出风险

第十九章2017-2022年中国牛奶行业投资策略及投资建议

第一节牛奶行业投资策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节牛奶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、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四章专家建议

图表目录：

图表：牛奶行业产业链模型图

图表：2014-2016年中国GDP增长变化趋势图

图表：2014-2016年中国消费价格指数变化趋势图

图表：2014-2016年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表：2014-2016年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表：2014-2016年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表：2014-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2014-2016年中国牛奶产量情况

图表：2016年我国牛奶消费结构表

图表：2016年我国牛奶消费结构图

图表：2014-2016年中国牛奶需求量情况

图表：2014-2016年中国牛奶进口量情况表

图表：2014-2016年中国牛奶进口量变化趋势图

图表：2014-2016年中国牛奶进口金额情况表

图表：2014-2016年中国牛奶进口平均价格情况表

图表：2010年中国牛奶分国家进口情况

图表：2011年中国牛奶分国家进口情况

图表：2014-2016年中国牛奶出口量情况表

图表：2014-2016年中国牛奶出口量变化趋势图

图表：2014-2016年中国牛奶出口金额情况表

图表：2014-2016年中国牛奶出口平均价格情况表

图表：2014-2016年中国牛奶行业产品市场价格变化趋势图

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业企业数量及其增长情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业亏损企业数量及亏损面情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业从业人数及其增长情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业资产规模及其增长情况

图表：2012年中国牛奶所属行业不同类型企业数量情况

图表：2012年中国牛奶所属行业不同类型企业企业数量结构图

图表：2012年中国牛奶所属行业不同所有制企业数量情况

图表：2012年中国牛奶所属行业不同所有制企业企业数量结构图

图表：2012年中国牛奶所属行业不同类型企业销售收入情况

图表：2012年中国牛奶所属行业不同类型企业销售收入结构图

图表：2012年中国牛奶所属行业不同所有制企业销售收入情况

图表：2012年中国牛奶所属行业不同所有制企业企业销售收入结构图

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业产成品及其增长情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业工业销售产值及其增长情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业出口交货值及其增长情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业销售成本情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业营业费用情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业利润总额及其增长情况

图表：2014-2016年中国牛奶所属行业盈利能力变化趋势图

图表：伊利股份主要经济指标

图表：伊利股份销售收入变化趋势图

图表：伊利股份盈利指标分析

图表：伊利股份盈利能力分析

图表：伊利股份偿债能力分析

图表：伊利股份经营能力分析

图表：伊利股份成长能力分析

图表：光明乳业主要经济指标

图表：光明乳业销售收入变化趋势图

图表：光明乳业盈利指标分析

图表：光明乳业盈利能力分析

图表：光明乳业偿债能力分析

图表：光明乳业经营能力分析

图表：光明乳业成长能力分析

图表：三元股份主要经济指标

图表：三元股份销售收入变化趋势图

图表：三元股份盈利指标分析

图表：三元股份盈利能力分析

图表：三元股份偿债能力分析

图表：三元股份经营能力分析

图表：三元股份成长能力分析

图表：新希望集团主要经济指标

图表：新希望集团销售收入变化趋势图

图表：新希望集团盈利指标分析

图表：新希望集团盈利能力分析

图表：新希望集团偿债能力分析

图表：新希望集团经营能力分析

图表：新希望集团成长能力分析

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司主要经济指标

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司销售收入变化趋势图

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利指标分析

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利能力分析

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司偿债能力分析

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司经营能力分析

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司成长能力分析

图表：2017-2022年中国牛奶产量预测

图表：2017-2022年中国牛奶需求量预测

图表：2017-2022年中国牛奶进出口量预测

图表：2017-2022年中国牛奶市场价格预测

图表：2017-2022年中国牛奶盈利能力预测

(GYZT)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/261960261960.html>