

中国乳制品市场全景调查与投资方向研究报告（2012-2016）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国乳制品市场全景调查与投资方向研究报告（2012-2016）》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/142755142755.html>

报告价格：电子版: 7000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

近年来，尽管我国年人均奶占有量上升很快，但与世界平均水平相比仍有很大差距。同时，城乡之间、地区之间的乳品消费也极不平衡，广大农村乳品市场潜力巨大，有待挖掘。随着农村乳制品消费量的逐步增长，我国乳制品行业将会迎来更加广阔的发展空间。

中国报告网发布的《中国乳制品市场全景调查与投资方向研究报告（2012-2016）》共二十章。首先介绍了乳制品相关概述、中国乳制品市场运行环境等，接着分析了中国乳制品市场发展的现状，然后介绍了中国乳制品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国乳制品重点企业经营状况分析，最后分析了中国乳制品行业发展趋势与投资预测。您若想对乳制品产业有个系统的了解或者想投资乳制品行业，本报告是您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。

第一章 乳制品概述

1.1 乳及乳制品

1.1.1 乳与乳制品简介

1.1.2 乳与乳制品的分类

1.1.3 乳与乳制品的营养价值

1.2 几种与日常生活紧密联系的乳品

1.2.1 无抗奶

1.2.2 有抗奶

1.2.3 巴氏奶

1.2.4 复原乳

1.2.5 酸奶

第二章 2011-2012年国际乳制品行业市场分析

2.1 2011-2012年国际乳制品行业整体概况

2.1.1 国外乳制品行业的发展模式

2.1.2 全球乳业发展现况

2.1.3 主要发达国家奶业政策分析

2.1.4 全球乳制品市场发展趋势

2.1.5 全球乳制品行业的消费趋势

2.2 各大洲乳制品行业发展状况

2.2.1 各大洲乳业发展竞争力比较简述

2.2.2 欧盟奶业政策现状分析

2.2.3 欧盟采取措施促进乳品市场稳定发展

2.2.4 亚洲乳制品行业发展空间大

2.3 美国

2.3.1 美国奶业发展概况

2.3.2 2011年美国乳制品出口概况

2.3.3 2012年美国乳制品出口预测

2.3.4 美国奶品质量检验制度阐述

2.3.5 美国对乳制品安全的监管措施

2.4 澳大利亚

2.4.1 澳大利亚乳业的地区布局

2.4.2 澳大利亚乳制品产业发展状况分析

2.4.3 澳大利亚奶制品业严格监管

2.4.4 澳大利亚乳制品消费解析

2.5 印度

2.5.1 印度乳业成功发展的原因解析

2.5.2 印度乳品合作社促进牛奶业发展

2.5.3 印度推行乳业综合发展计划成绩显著

2.5.4 印度拟提高乳制品进口关税

2.6 新西兰

2.6.1 新西兰乳制品行业的现状概述

2.6.2 新西兰对乳制品的监管

2.6.3 新西兰乳业的发展经验

2.6.4 新西兰乳业的发展趋势

2.7 哈萨克斯坦

2.7.1 哈萨克斯坦乳制品业发展分析

2.7.2 哈萨克斯坦奶农生产经营活动中的主要问题

2.7.3 哈萨克斯坦乳制品进出口情况

2.7.4 哈萨克斯坦乳制品业主要发展措施

第三章 2011-2012年中国乳制品行业市场分析

3.1 2011-2012年中国奶业发展概况

3.1.1 中国奶业发展的四个阶段

3.1.2 中国奶业发展取得的成就回顾

3.1.3 2011年中国奶业市场发展现状

3.1.4 中国奶业的科技发展

3.2 2009-2012年中国乳制品行业发展现状

3.2.1 2009年中国乳制品行业发展状况分析

3.2.2 2010年我国乳品业继续调整和恢复

3.2.3 2011年我国乳制品行业平稳较快发展

3.2.4 2011年中国乳制品产业发展态势

3.2.5 2012年乳制品行业态势相对平稳

3.3 2011-2012年中国乳业面临的问题

3.4 乳业发展策略

第四章 2010年-2012年乳制品产量数据分析

4.1 2010年-2012年全国及主要省份乳制品产量分析

4.1.1 2010年1-12月全国及主要省份乳制品产量分析

4.1.2 2011年1-12月全国及主要省份乳制品产量分析

4.1.3 2012年全国及主要省份乳制品产量分析

4.2 2010年-2012年全国及主要省份液体乳产量分析

4.2.1 2010年1-12月全国及主要省份液体乳产量分析

4.2.2 2011年1-12月全国及主要省份液体乳产量分析

4.2.3 2012年全国及主要省份液体乳产量分析

第五章 中国液体乳及乳制品制造行业财务状况

5.1 中国液体乳及乳制品制造行业经济规模

5.1.1 2008-2012年液体乳及乳制品制造业销售规模

5.1.2 2008-2012年液体乳及乳制品制造业利润规模

5.1.3 2008-2012年液体乳及乳制品制造业资产规模

5.2 中国液体乳及乳制品制造行业盈利能力指标分析

5.2.1 2008-2012年液体乳及乳制品制造业亏损面

5.2.2 2008-2012年液体乳及乳制品制造业销售毛利率

5.2.3 2008-2012年液体乳及乳制品制造业成本费用利润率

5.2.4 2008-2012年液体乳及乳制品制造业销售利润率

5.3 中国液体乳及乳制品制造行业营运能力指标分析

5.3.1 2008-2012年液体乳及乳制品制造业应收账款周转率

5.3.2 2008-2012年液体乳及乳制品制造业流动资产周转率

5.3.3 2008-2012年液体乳及乳制品制造业总资产周转率

5.4 中国液体乳及乳制品制造行业偿债能力指标分析

5.4.1 2008-2012年液体乳及乳制品制造业资产负债率

5.4.2 2009-2012年液体乳及乳制品制造业利息保障倍数

第六章 2011-2012年中国乳制品市场分析

6.1 我国乳业市场结构分析

6.1.1 市场集中度

6.1.2 进入壁垒

6.1.3 产品差别化

6.2 乳制品市场整体状况分析

6.2.1 我国乳制品市场特点及机会分析

6.2.2 2010年国内乳制品价格形势剖析

6.2.3 2011年中国乳制品市场供求平衡

6.2.4 2011年中国乳制品市场价格走势

6.2.5 2012年中国乳制品市场价格走势

6.3 乳制品市场策略分析

6.3.1 我国牛奶市场的特点及营销推广

6.3.2 乳品新产品开发的有效途径

6.3.3 乳制品新市场开发运作策略分析

第七章 2011-2012年乳制品消费分析

7.1 乳制品消费者分析

7.1.1 乳制品消费者构成及其营养需求

7.1.2 乳品消费者分析

7.1.3 乳品消费结构分析

7.1.4 乳品业消费者行为与心理探究

7.2 乳制品市场消费状况

7.2.1 乳制品消费与公众营养改善

7.2.2 中国乳制品消费现状

7.2.3 中国人均乳品消费状况

7.2.4 乳业供需总量及结构浅析

7.3 影响中国乳类需求的重要因素

7.3.1 收入增长

7.3.2 城市化进程

7.3.3 人口增长及其结构变化

7.3.4 市场细化和宏观政策

7.4 乳制品消费趋势预测

7.4.1 未来推动我国乳制品消费增长的因素

7.4.2 未来中国鲜奶消费总量将稳步增长

7.4.3 中国酸奶消费增长空间仍然巨大

7.4.4 未来中国奶粉市场消费趋势分析

第八章 2011-2012年液态乳市场

8.1 2011-2012年中国液态乳市场分析

8.1.1 液态乳消费者分析

8.1.2 中国液态乳的市场格局

8.1.3 液态奶消费者满意度情况

8.2 超高温灭菌奶/UHT奶/常温奶

8.2.1 超高温灭菌奶概述

8.2.2 常温奶消费市场分析

8.2.3 常温奶市场发展概况

8.2.4 龙头企业争夺常温奶市场

8.3 巴氏奶

8.3.1 巴氏奶市场概述

8.3.2 中国巴氏奶市场发展概况

8.3.3 巴氏奶仍然是乳品行业未来趋势

8.3.4 巴氏奶企业未来发展的对策分析

8.3.5 中国巴氏奶发展建议

8.4 2011-2012年液态奶行业的竞争分析

8.5 液态乳发展趋势分析

第九章 2011-2012年奶粉市场

9.1 2011-2012年奶粉市场分析

9.1.1 中国奶粉行业发展逐步走向理性

9.1.2 2011年中国奶粉进出口概况

9.1.3 2012年中国奶粉进出口状况

9.1.4 我国中老年奶粉市场探析

9.2 2011-2012年奶粉市场价格分析

9.2.1 2011年我国奶粉进口价格总体上行

9.2.2 2012年进口奶粉价格再度上涨

9.2.3 外资奶粉品牌“操控定价权”的战略分析

9.3 2011-2012年中国奶粉行业存在的问题及发展对策

第十章 2011-2012年奶酪、酸奶、冰淇淋市场

10.1 奶酪

10.1.1 奶酪相关介绍

10.1.2 我国奶酪市场消费情况分析

10.1.3 我国发展奶酪行业正当其时

10.1.4 三大原因影响我国奶酪市场发展

10.1.5 中国奶酪市场的机会与风险分析

10.2 酸奶

10.2.1 中国酸奶市场发展特征

10.2.2 中国酸奶市场现状概述

10.2.3 功能性酸奶受市场青睐

10.2.4 我国酸奶市场有待规范

10.2.5 长效酸奶将改写市场新格局

10.2.6 我国酸奶市场发展存在的问题

10.3 冰淇淋

10.3.1 冰淇淋成乳制品市场新宠

10.3.2 中国冰淇淋市场现状分析

10.3.3 高端软冰淇淋市场将迎来发展机遇

第十一章 2011-2012年主要地区乳制品行业

11.1 2011-2012年内蒙古乳制品业现状分析

11.1.1 内蒙古乳业发展回顾

11.1.2 内蒙古乳业发展现状

11.1.3 制约内蒙古自治区乳业快速稳定发展的因素

11.1.4 提高内蒙古乳业国际竞争力的策略

11.2 内蒙古乳业自主创新发展分析

11.2.1 内蒙古乳品业发展环境分析

11.2.2 内蒙古乳品业自主创新的意义

11.2.3 内蒙古乳业自主创新发展现状

11.2.4 内蒙古乳企自主创新能力支撑体系

11.2.5 内蒙古乳品行业优先发展的领域

11.2.6 乳业政府政策指向

11.3 2011-2012年黑龙江乳业发展分析

11.3.1 黑龙江乳业在全国的重要地位

11.3.2 黑龙江乳业发展现状综述

11.3.3 2011年黑龙江乳业保持较好发展势头

11.3.4 黑龙江乳业存在的问题与制约因素

11.3.5 黑龙江乳业的发展对策

11.4 2011-2012年陕西奶业发展分析

11.4.1 陕西奶业发展概况

11.4.2 陕西全面开展乳制品认证试点工作

11.4.3 陕西奶业的科技发展

11.4.4 陕西奶业发展存在的问题

11.4.5 陕西奶业发展的策略分析

11.4.6 陕西奶业发展展望

11.5 2011-2012年宁夏乳业发展分析

11.5.1 “三聚氰胺事件”对宁夏乳业的影响

11.5.2 2011年宁夏重审乳制品企业“准生证”

11.5.3 宁夏奶业发展面临的问题与对策分析

11.5.4 宁夏牛奶品牌发展的建议

11.6 其它地区

11.6.1 四川出台乳业发展产业规划

11.6.2 安徽省乳业发展现状分析

11.6.3 2011年河北省乳制品行业发展概况

11.6.4 2011年辽宁省乳业发展概况

第十二章 2011-2012年乳制品进出口分析

12.1 2009-2012年中国乳制品进出口概况

12.1.1 2009年中国乳制品进出口情况分析

12.1.2 2010年中国乳制品进出口情况分析

12.1.3 2011年我国乳制品进口状况

12.1.4 2012年我国乳制品进出口概况

12.1.5 2012年婴幼儿奶粉进口关税下调

12.2 2011-2012年地区乳制品进出口情况

12.2.1 经广东口岸乳制品进口情况

12.2.2 山东口岸乳制品进口状况

12.2.3 上海乳制品进口状况

12.2.4 浙江乳制品进口状况

12.2.5 黑龙江乳制品出口回暖

12.3 2011-2012年中国与各国乳制品贸易动态

12.3.1 澳大利亚已成中国乳制品进口第二大来源国

12.3.2 2011年韩国解除对中国出口至韩国乳制品的限制

12.3.3 2011年中国成为智利乳制品主要出口目的地

12.3.4 2012年中国进口新西兰奶粉关税上调

第十三章 2011-2012年乳制品营销分析

13.1 乳品营销概况

13.1.1 乳制品行业迈入价值营销时代

13.1.2 我国乳企实现跨界营销

13.1.3 我国乳制品领域首次掀起会员营销

13.1.4 我国乳制品行业“超女营销”模式反思

13.2 2012年乳制品网络广告投放

13.3 乳制品营销存在的问题及突围

13.3.1 乳制品行业营销面临的十大问题

13.3.2 我国乳制品行业亟待解决的营销问题

13.3.3 乳制品行业营销的四大突围

13.4 乳制品营销策略分析

13.4.1 乳制品行业营销十大法则

13.4.2 乳品促销之五步走

13.4.3 乳业促销竞争策略

13.4.4 乳业价格之外的营销策略

13.4.5 中小企业营销之柔道战略运用

13.5 中小型乳制品企业渠道及终端营销对策

13.5.1 选择适合自己的经销商

13.5.2 渠道选择

13.5.3 推广途径

第十四章 2011-2012年乳制品质量安全问题分析

14.1 乳制品质量安全问题概况

14.1.1 近年来发生的全球乳制品污染事件

14.1.2 我国乳制品企业保障乳品安全的主要措施

14.2 “三聚氰胺事件”分析

14.2.1 “三聚氰胺事件”造成的巨大影响

14.2.2 “三聚氰胺事件”对乳制品业造成的危机分析

14.2.3 “三聚氰胺事件”反思

14.2.4 国家对乳制品行业的整顿整改情况

14.3 国际乳业质量管理经验及其启示

14.3.1 国际乳制品业质量管理经验

14.3.2 我国奶业与国际先进水平的差距

14.3.3 对加强我国乳业质量管理的启示

第十五章 乳制品包装分析

15.1 乳品包装概况

15.1.1 英国乳品包装业的发展

15.1.2 中国乳品包装状况分析

15.1.3 中国乳品包装安全质量状况

15.1.4 影响我国乳品包装的主要因素

15.1.5 中国乳品包装亟待发展的几个方面

15.1.6 乳品包装业的发展对乳企意义深远

15.2 液态乳包装分析

15.2.1 液态乳包装进展及存在的问题

15.2.2 树脂材料在液态乳品包装中的应用情况

15.2.3 液态奶包装袋卫生状况分析

15.2.4 完善液态乳纸箱外包装的10项举措

15.3 透析乳品包装设计

15.3.1 我国乳制品包装设计存在的主要问题

15.3.2 乳制品包装设计要点

15.3.3 包装设计展望

15.4 乳品包装的前景与趋势

第十六章 2011-2012年乳制品行业竞争分析

16.1 2011-2012年乳业竞争概况

16.1.1 乳业奶源竞争进一步加剧

16.1.2 中国乳企打入世界乳制品业第一阵营

16.1.3 国外品牌蚕食中国乳制品市场

16.1.4 国外高端婴幼儿奶粉陆续进入中国市场

16.2 中国乳制品行业国际竞争力分析

16.2.1 中国乳品业国际市场竞争力状况

16.2.2 国际竞争力提升的制约因素

16.2.3 提升国际竞争力的发展对策

16.3 中国乳制品行业竞争战略转向

16.3.1 从注重战术向关注战略方向转变

16.3.2 从价格战向价值战转移

16.3.3 从渠道争夺到消费者争夺

16.3.4 从产品宣传到营养教育

16.3.5 从争夺市场到价值链建设

16.3.6 从大众营销到体验营销

第十七章 2012年乳制品重点企业调研分析

17.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

17.1.1 公司简介

17.1.2 2010年1-12月伊利股份经营状况分析

17.1.3 2011年1-12月伊利股份经营状况分析

17.1.4 2012年伊利股份经营状况分析

17.2 蒙牛乳业

17.2.1 公司简介

17.2.2 2010年蒙牛乳业的经营状况

17.2.3 2011年蒙牛乳业经营状况分析

17.2.4 2012年蒙牛乳业经营状况分析

17.3 光明乳业

17.3.1 公司简介

17.3.2 2010年1-12月光明乳业经营状况分析

17.3.3 2011年1-12月光明乳业经营状况分析

17.3.4 2012年光明乳业经营状况分析

17.4 北京三元食品股份有限公司

17.4.1 公司简介

17.4.2 2010年1-12月三元股份经营状况分析

17.4.3 2011年1-12月三元股份经营状况分析

17.4.4 2012年三元股份经营状况分析

17.5 飞鹤乳业

17.5.1 公司简介

17.5.2 2010年飞鹤乳业经营状况

17.5.3 2011年飞鹤乳业经营状况

17.5.4 2012年飞鹤乳业经营状况

第十八章 乳制品投资分析

18.1 中国乳业的波特五力模型分析

18.1.1 潜在进入者

18.1.2 现有竞争对手间争夺的激烈程度

18.1.3 替代产品压力

18.1.4 供方砍价能力

18.1.5 买方砍价能力

18.2 乳制品行业投资现状分析

18.2.1 我国乳制品行业准入门槛提高

18.2.2 中国乳制品市场成投资焦点

18.2.3 利好预期拉动我国乳制品业投资增长

18.2.4 我国乳业迎来资本进入热潮

18.3 乳制品行业投资风险及建议

18.3.1 经营风险

18.3.2 行业风险

18.3.3 市场风险

18.3.4 乳企应对潜在经济风险对策分析

第十九章 2012-2016年乳制品行业前景趋势分析

19.1 乳制品市场前景分析

19.1.1 未来世界乳制品贸易市场展望

19.1.2 中国乳制品市场仍有广阔空间

19.1.3 未来中国乳制品消费将快速增长

19.1.4 中国乳制品市场未来竞争格局

19.2 2012-2016年中国液体乳及乳制品制造行业预测

19.2.1 2012-2016年中国液体乳及乳制品制造行业收入预测

19.2.2 2012-2016年中国液体乳及乳制品制造行业利润预测

19.2.3 2012-2016年中国液体乳及乳制品制造行业产值预测

19.2.4 2012-2016年中国液体乳及乳制品制造行业产量预测

19.2.5 2012-2016年中国液体乳及乳制品制造行业市场需求预测

19.3 乳制品行业发展趋势及方向

19.3.1 未来十年我国乳业发展趋势分析

19.3.2 未来高品质乳制品受政策利好

19.3.3 未来中国乳制品行业集中度仍将提高

19.3.4 中国乳制品品种发展方向探析

第二十章 2011-2012年乳制品行业政策分析

20.1 乳制品政策分析及解读

20.1.1 我国启动乳品企业HACCP体系认证

20.1.2 解读《乳制品工业产业政策（2009年修订）》

20.1.3 最新《乳品安全标准》解读

20.1.4 2010年我国乳业政策频出行业门槛提高

20.1.5 2010年国家乳品安全标准《生乳》解读

20.1.6 2011年我国拟禁母乳代用品作任何促销

20.1.7 2011年卫生部规定婴儿奶粉不许加太多DHA

20.1.8 2012年中央财政提高奶牛养殖保险保费补贴标准

20.2 乳制品行业政策法规介绍

20.2.1 中华人民共和国食品安全法

20.2.2 乳制品工业产业政策（2009年修订）

20.2.3 《乳品质量安全监督管理条例》

20.2.4 《生鲜乳生产收购管理办法》

20.2.5 《奶业整顿和振兴规划纲要》

20.2.6 企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则（2010版）

20.2.7 企业生产乳制品许可条件审查细则（2010版）

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/142755142755.html>