

2018年中国乳业行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

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年中国乳业行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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/325341325341.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

1、价增：产品结构升级及高端产品渗透率提升仍具空间

从乳制品消费结构来看，消费升级的路径一般是：奶粉-液体奶-酸奶-奶酪，我国目前仍远未达到成熟阶段，主要消费仍集中在稳步增长的液体奶，酸奶市场保持快速增长的势头，而奶酪尚处于发展初期，故从消费结构来看乳制品消费单价仍有充分空间。

图：各国及地区乳制品消费金额对比（元/人）

资料来源：公开资料整理

就一二线城市而言，消费水平的快速提升和大量进口高端乳制品的涌入共同造就了价格敏感度较低的消费者，但同时也使得市场竞争趋于激烈、消费者品牌忠诚度也相对较低，未来如高端巴氏奶、低温酸奶、奶酪等高阶产品的消费增加会是一二线城市的主要增量来源，但对乳企的产品创新也会提出非常高的要求。而对于三四线及农村市场而言，常温白奶特别是高端白奶渗透率未来仍有提升空间，而低温产品受制于冷链物流条件的限制渗透率仍明显低于城市，未来伴随更高单价的高端品和低温品占比持续提升，预计农村市场的消费均价还会有较大提升空间。

表：上海地区部分低温乳制品价格对比

资料来源：公开资料整理

2、伊利股份：份额提升逻辑明确，全球化及品类扩张更加值得期待

目前市场上对伊利的投资机会分析主要集中于行业回暖、伊利可充分受益其渠道及品牌等优势加快实现份额提升步伐，但伊利的投资价值远不止于此。在低线市场需求转好、乳品消费习惯加速形成的背景下，未来几年乳制品行业的增长动力已十分明确，伊利也的确在凭借领先而深入的渠道布局以及多方面的综合优势保持优于行业的增速水平，持续实现份额提升。但若以更高视角更长时间维度去看，伊利的全球化布局及品类扩张更值得期待。

目前伊利在欧洲、北美洲和大洋洲均已通过合作建立奶源生产基地、与领先乳品生产商战略合作等方式实现布局，并与全球三大认证机构结成战略合作伙伴，还在荷兰成立了中国乳业规格最高的海外研发中心——伊利欧洲研发中心。未来除了持续扩大国内龙头领先优势以外，更应关注伊利走出国门的全球化进程，无论是通过内生还是外延的方式将业务拓展

至其他国家，特别是乳业仍在发展早期、成长性高、空间广阔的新兴市场，将会是伊利未来发展的一大突破。

伊利的愿景是成为全球最值得信赖的健康食品提供者，这也反映了公司对自身的定位绝不仅仅是一家乳企，而是更加综合和多元的健康食品集团。截至到目前，伊利的产品结构中仍以乳制品为主导，但伊利已经具备向健康食品进军的实力，公司近两年来也陆续推出女性健康饮品、综合谷物麦片等综合性健康食品试水，反响良好，新品豆奶的推出也已在筹备之中。伊利未来持续推进品类扩张的发展方向已非常明确，这将会帮助公司不断打破现有发展天花板，单个细分品类所在行业增速放缓再也不会成为公司发展的掣肘。此外伊利近两年业一直专注于收购优质的健康食品企业，尽管目前尚未有项目成功实施，但我们预计伊利未来仍将坚持这一发展方向，长期投资价值将不断明确。

图：伊利海外布局一览

资料来源：公开资料整理（GYGSL） 我国高速增长的经济为乳业行业提供了广阔的市场空间，随着人民生活水平的不断提高，行业需求量激增，行业利润水平不断提高。但同时，随着行业内企业数量的增加，业内竞争逐渐加剧，行业内优秀的企业越来越重视市场的研究，特别是企业发展环境和需求趋势变化的研究。

观研天下发布的《2018年中国乳业行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》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乳业交易所等，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、PEST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年中国乳业行业发展概述

第一节 乳业行业发展情况概述

- 一、乳业行业相关定义
- 二、乳业行业基本情况介绍
- 三、乳业行业发展特点分析

第二节 中国乳业行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乳业行业产业链条分析
- 三、中国乳业行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国乳业行业生命周期分析

- 一、乳业行业生命周期理论概述
- 二、乳业行业所属的生命周期分析

第四节 乳业行业经济指标分析

- 一、乳业行业的赢利性分析
- 二、乳业行业的经济周期分析
- 三、乳业行业附加值的提升空间分析

第五节 中国乳业行业进入壁垒分析

- 一、乳业行业资金壁垒分析
- 二、乳业行业技术壁垒分析
- 三、乳业行业人才壁垒分析
- 四、乳业行业品牌壁垒分析
- 五、乳业行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球乳业行业市场发展现状分析

第一节 全球乳业行业发展历程回顾

第二节 全球乳业行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乳业行业地区市场分析

- 一、亚洲乳业行业市场现状分析

二、亚洲乳业行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乳业行业市场前景分析

第四节 北美乳业行业地区市场分析

一、北美乳业行业市场现状分析

二、北美乳业行业市场规模与市场需求分析

三、北美乳业行业市场前景分析

第五节 欧盟乳业行业地区市场分析

一、欧盟乳业行业市场现状分析

二、欧盟乳业行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟乳业行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界乳业行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球乳业行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国乳业产业发展环境分析

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、全社会消费品乳业总额

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 中国乳业行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国乳业产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、乳业环境分析

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年中国乳业行业运行情况

第一节 中国乳业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 中国乳业行业市场规模分析

第三节 中国乳业行业供应情况分析

第四节 中国乳业行业需求情况分析

第五节 中国乳业行业供需平衡分析

第六节 中国乳业行业发展趋势分析

第五章 中国乳业所属行业运行数据监测

第一节 中国乳业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 中国乳业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 中国乳业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年中国乳业市场格局分析

第一节 中国乳业行业竞争现状分析

一、中国乳业行业竞争情况分析

二、中国乳业行业主要品牌分析

第二节 中国乳业行业集中度分析

一、中国乳业行业市场集中度分析

二、中国乳业行业企业集中度分析

第三节 中国乳业行业存在的问题

第四节 中国乳业行业解决问题的策略分析

第五节 中国乳业行业竞争力分析

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年中国乳业行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国乳业行业消费特点

第二节 中国乳业行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 乳业行业成本分析

第三节 乳业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 中国乳业行业价格现状分析

第五节 中国乳业行业平均价格走势预测

一、中国乳业行业价格影响因素

二、中国乳业行业平均价格走势预测

三、中国乳业行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国乳业行业区域市场现状分析

第一节 中国乳业行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地乳业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区乳业市场规模分析

四、华东地区乳业市场规模预测

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、华中地区乳业市场规模分析
- 四、华中地区乳业市场规模预测

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、华南地区乳业市场规模分析
- 四、华南地区乳业市场规模预测

第九章 2015-2017年中国乳业行业竞争情况

第一节 中国乳业行业竞争结构分析（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 中国乳业行业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 中国乳业行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 乳业行业重点生产企业分析（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

第六节 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年中国乳业行业发展前景分析与预测

第一节 中国乳业行业未来发展前景分析

一、乳业行业国内投资环境分析

二、中国乳业行业市场机会分析

三、中国乳业行业投资增速预测

第二节 中国乳业行业未来发展趋势预测

第三节 中国乳业行业市场发展预测

一、中国乳业行业市场规模预测

二、中国乳业行业市场规模增速预测

三、中国乳业行业产值规模预测

四、中国乳业行业产值增速预测

五、中国乳业行业供需情况预测

第四节 中国乳业行业盈利走势预测

- 一、中国乳业行业毛利润同比增速预测
- 二、中国乳业行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国乳业行业投资风险与营销分析

第一节 乳业行业投资风险分析

- 一、乳业行业政策风险分析
- 二、乳业行业技术风险分析
- 三、乳业行业竞争风险分析
- 四、乳业行业其他风险分析

第二节 乳业行业企业经营发展分析及建议

- 一、乳业行业经营模式
- 二、乳业行业销售模式
- 三、乳业行业创新方向

第三节 乳业行业应对策略

- 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年中国乳业行业发展策略及投资建议

第一节 中国乳业行业品牌战略分析

- 一、乳业企业品牌的重要性
- 二、乳业企业实施品牌战略的意义
- 三、乳业企业品牌的现状分析
- 四、乳业企业的品牌战略
- 五、乳业品牌战略管理的策略

第二节 中国乳业行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 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

第三节 中国乳业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年中国乳业行业发展策略及投资建议

第一节 中国乳业行业产品策略分析

- 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 中国乳业行业定价策略分析

第二节 中国乳业行业营销渠道策略

- 一、乳业行业渠道选择策略
- 二、乳业行业营销策略

第三节 中国乳业行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国乳业行业重点投资区域分析
- 二、中国乳业行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/325341325341.html>