

# 2018-2023年中国乳制品行业市场需求现状分析与 未来发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国乳制品行业市场需求现状分析与未来发展前景预测报告》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/296811296811.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

消费升级趋势明显，产品持续高端化

根据中国报告网收集的数据显示，上半年液体乳销售额增长 7%，其中销售量增长 4.9%，另外 2% 多的增长来自于价格因素。我们认为在上半年行业竞争仍然较为激烈的情况下，产品并没有明显提价，所以我们判断价格的提升主要来自于消费升级，高端产品增长较快占比提升。

图：2017H1 液态乳增长结构分析

分产品来看，常温奶里面常温酸奶、高端白奶等高端奶仍保持了较快的增速，普通白奶、乳饮料等产品增速明显放缓。上半年安慕希继续发力高端常温酸奶，推出了瓶装新品、利乐冠新品，并增加了黄桃+燕麦新口味。根据中国报告网收集的数据显示，2017H1，安慕希有接近 50% 的增长。纯甄上半年推出了芝士新口味，并邀请张艺兴成为新代言人，2017 H1 收入同比增长在 35% 左右。我们认为常温酸奶未来仍将保持较高增速：（1）农村市场的渠道下沉，当前农村对液体乳的消费正逐渐向常温酸奶转变，且中国农村居民与城镇居民人均乳制品消费量存在巨大差距，2015 年城镇居民人均乳制品消费量约是农村居民的 3 倍。随着城乡收入差距缩小，农村存在巨大的常温奶市场空间；（2）常温酸奶品类多元化趋势可满足各类别城市消费者的口感需求；（3）无需冷藏的产品特性摆脱对冷链的依赖。

从高端白奶来看，仍然是特仑苏、金典两大龙头品牌，2017H1 的增长也分别达到了 10% 以上，20% 以上，明显快于行业增长。高端白奶营养丰富、富含各类微量元素，老少皆宜，礼盒装可满足节庆送礼需求，其代替低端白奶的趋势非常明显。

图：2017H1 常温酸奶、高端奶快速增长

从低温奶来看，随着一二线城市的消费升级，再加上一二线城市冷链运输的逐步完善，低温酸奶和巴氏奶今年上半年均实现了较快的增长。尤其是低温酸奶，近几年均有 2 位数的增长，是增速仅次于常温酸奶的品类。低温酸奶的消费升级也非常明显，在前两年推出的较高端的优诺取得较好的表现以后，今年乳制品企业纷纷推出高端低温酸奶，比如伊利推出了 joyday、帕瑞缇，蒙牛推出了特仑苏低温酸奶，味全推出了“放肆点”+“满足点”等新品，低温酸奶的价格也从之前的 5、6 元提升到 10 元左右一瓶，价格提升明显。

图：上半年厂商纷纷推出低温酸奶新品，聚焦高端市场

巴氏奶目前主要是区域性企业占主导地位，伊利、蒙牛等全国性企业的销售非常少。巴氏奶领域一直是光明、三元这类区域性乳企的强势所在，而蒙牛、伊利的产品以常温奶为

主。蒙牛现在是现代牧业的绝对控股股东，通过控股现代牧业，蒙牛可依托现代牧业的牧场和生产工厂资源，在华东、华中等区域生产巴氏奶、酸奶。根据双方披露的合作框架与加工协议，现代牧业负责根据蒙牛的要求生产配送巴氏奶等产品，代工生产的规模每年高达 10 亿元以上。现代牧业是国内最大的牧场企业，拥有 27 个牧场、近 23 头奶牛，牧场可辐射华东、华南、华北、东北、西南等多块消费区域。通过战略合作，蒙牛可强化巴氏奶板块的竞争力，且销售区域更贴近中东部地区及南方市场，下半年蒙牛也将加大力度推广其巴氏奶新品。

低线城市消费发力，消费升级明显 随着低线城市人均收入的提升，低线城市乳制品销售增速更快。尼尔森数据显示，三四线城市液态类乳品零售额比上年同期增长近 9%，快于行业整体 7% 多的增长。从量价来分析，县、乡镇等低线城市销售额的快速增长，除了销售量的增长，其价格的提升也是最明显的，也表明县、乡镇市场消费升级最为突出。

我们认为低线城市增长更为突出的原因主要有：（1）低线城市居民收入水平提升，城乡人均收入差距不断缩小，县、乡镇、农村消费者购买力较从前大幅提升；（2）低线城市人均乳制品消费量低，基数小，竞争相对缓和，增长空间更大；（3）低线城市乳制品存在消费升级趋势，购买产品逐渐从低价产品向高单价的常温酸奶等转变。

图：2017H1 低线城市消费升级更加明显

根据中国报告网收集的数据显示，从乳业龙头企业蒙牛、伊利的销售额看，也是低线城市表现更为亮眼，增速高于上线城市。从价格因素来看，伊利、蒙牛县级市、县、乡镇等低线城市价格提升更明显，表明低线城市消费升级更为明显。

图：2017H1 低线城市乳制品销售额增速更快

图：2017H1 低线城市乳制品销售价格提升更快

中国报告网发布的报告书内容严谨、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 乳与乳制品分类

#### 1.1.3 乳与乳制品营养价值

### 1.2 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

### 1.3 乳制品行业在国民经济中的地位

#### 1.3.1 行业政策定位

#### 1.3.2 对国民经济贡献程度

#### 1.3.3 对相关行业影响程度

## 第二章 国际乳制品行业分析

### 2.1 国际乳制品行业整体概况

#### 2.1.1 全球乳业运行情况

#### 2.1.2 全球乳业消费状况

#### 2.1.3 全球乳制品价格走势

#### 2.1.4 部分地区乳业发展模式

#### 2.1.5 主要发达国家奶业政策

#### 2.1.6 全球奶业发展趋势分析

### 2.2 各大洲乳制品行业发展状况

#### 2.2.1 各大洲乳业竞争力比较

#### 2.2.2 欧盟原料奶产量规模

#### 2.2.3 欧盟取消生产配额制

#### 2.2.4 亚洲乳制品行业发展空间

### 2.3 美国

#### 2.3.1 奶业发展概况

#### 2.3.2 奶业经营模式

#### 2.3.3 奶品质检制度

#### 2.3.4 乳制品监管措施

#### 2.3.5 牛奶产量情况

#### 2.3.6 乳制品市场现状

### 2.4 澳大利亚

#### 2.4.1 行业监管措施

#### 2.4.2 生产区域格局

#### 2.4.3 乳品消费分析

#### 2.4.4 牛奶产量规模

#### 2.4.5 产品出口规模

#### 2.4.6 中澳贸易动态

### 2.5 新西兰

#### 2.5.1 乳制品行业优势

#### 2.5.2 乳制品监管体系

#### 2.5.3 行业出口申报规定

#### 2.5.4 牛奶产量规模分析

#### 2.5.5 乳制品行业发展经验

#### 2.5.6 新西兰乳业发展趋势

### 2.6 印度

#### 2.6.1 乳业发展成因

#### 2.6.2 乳品合作社模式

#### 2.6.3 乳制品产业规模

#### 2.6.4 市场投融资动态

#### 2.6.5 乳业综合发展计划

### 2.7 阿根廷

#### 2.7.1 乳品行业发展综述

#### 2.7.2 乳品行业产业链分析

#### 2.7.3 乳制品价格或上涨

#### 2.7.4 未来牛奶产量预测

### 2.8 其他国家

#### 2.8.1 荷兰

#### 2.8.2 法国

#### 2.8.3 德国

#### 2.8.4 波兰

#### 2.8.5 俄罗斯

#### 2.8.6 越南

### 第三章 中国乳制品行业分析

#### 3.1 中国奶业发展分析

##### 3.1.1 行业发展概况

##### 3.1.2 2016年行业状况

##### 3.1.3 2016年行业状况

##### 3.1.4 行业面临的挑战

##### 3.1.5 行业发展建议

##### 3.1.6 行业发展趋势

#### 3.2 中国乳制品行业发展综述

##### 3.2.1 行业发展简史

##### 3.2.2 工业结构分析

##### 3.2.3 行业运行特点

##### 3.2.4 产品差别化分析

#### 3.3 中国乳制品行业运行分析

##### 3.3.1 2016年行业发展状况

##### 3.3.2 2016年行业运行状况

##### 3.3.3 2016年行业运行现状

#### 3.4 2015-2017年中国乳制品行业景气走势分析

##### 3.4.1 2016年行业景气走势

##### 3.4.2 2016年行业景气走势

##### 3.4.3 2016年行业景气走势

#### 3.5 中国乳制品市场品牌发展分析

##### 3.5.1 国内市场品牌分布格局

##### 3.5.2 国内市场主要品牌介绍

##### 3.5.3 乳制品品牌价值及市场定位

##### 3.5.4 乳制品品牌市场结构及影响因素

##### 3.5.5 提升乳制品品牌价值的途径

#### 3.6 中国乳业发展中存在的问题

##### 3.6.1 行业存在的差距

##### 3.6.2 行业发展存在问题

##### 3.6.3 行业发展面临挑战

#### 3.7 中国乳制品行业发展策略分析

##### 3.7.1 产品丰富完善对策

##### 3.7.2 积极开展技术创新

### 3.7.3 规范外资监管

### 3.7.4 加强原材料基地建设

### 3.7.5 区域型企业发展战略

## 第四章 中国乳制品制造行业财务状况

### 4.1 中国乳制品制造行业经济规模

#### 4.1.1 行业销售规模

#### 4.1.2 行业利润规模

#### 4.1.3 行业资产规模

### 4.2 中国乳制品制造行业盈利能力指标分析

#### 4.2.1 行业亏损面

#### 4.2.2 行业销售毛利率

#### 4.2.3 行业成本费用利润率

#### 4.2.4 行业销售利润率

### 4.3 中国乳制品制造行业营运能力指标分析

#### 4.3.1 行业应收账款周转率

#### 4.3.2 行业流动资产周转率

#### 4.3.3 行业总资产周转率

### 4.4 中国乳制品制造行业偿债能力指标分析

#### 4.4.1 行业资产负债率

#### 4.4.2 行业利息保障倍数

### 4.5 中国乳制品制造行业财务状况综合评价

#### 4.5.1 行业财务状况综合评价

#### 4.5.2 影响财务状况的经济因素分析

## 第五章 乳制品产量数据分析

### 5.1 全国乳制品产量分析

#### 5.1.1 行业产量趋势

#### 5.1.2 2016年产量情况

#### 5.1.3 2016年产量情况

#### 5.1.4 2016年产量分布

#### 5.1.5 2016年产量情况

### 5.2 2015-2017年全国液体乳产量分析

#### 5.2.1 行业产量趋势

#### 5.2.2 2016年产量分析

### 5.2.3 2016年产量分析

### 5.2.4 2016年产量分析

### 5.2.5 2016年产量分布情况

## 第六章 2015-2017乳制品消费分析

### 6.1 中国乳制品市场消费调查分析

#### 6.1.1 消费者基本情况

#### 6.1.2 乳制品消费特征

#### 6.1.3 乳制品消费量情况

#### 6.1.4 乳制品消费选择情况

#### 6.1.5 乳制品消费产品结构

### 6.2 中国乳制品市场消费状况

#### 6.2.1 我国乳制品消费发展阶段

#### 6.2.2 2016年市场消费分析

#### 6.2.3 2016年市场消费现状

#### 6.2.4 乳业供需总量及结构浅析

### 6.3 影响中国乳类需求的重要因素

#### 6.3.1 收入增长

#### 6.3.2 城市化进程

#### 6.3.3 人均消费结构

#### 6.3.4 市场细化和宏观政策

### 6.4 乳制品消费趋势预测

#### 6.4.1 未来消费增长的因素

#### 6.4.2 乳制品消费升级趋势

#### 6.4.3 鲜奶消费总量展望

#### 6.4.4 酸奶消费增长空间分析

#### 6.4.5 奶粉市场消费趋势分析

## 第七章 液态乳发展分析

### 7.1 中国液态乳市场分析

#### 7.1.1 液态奶产量规模

#### 7.1.2 液态乳市场格局

#### 7.1.3 外资扩张中国市场

#### 7.1.4 进口奶市场冲击现状

#### 7.1.5 国内液态奶市场预警

#### 7.1.6 液态乳消费者分析

#### 7.1.7 消费者满意度情况

### 7.2 超高温灭菌奶/UHT奶/常温奶

#### 7.2.1 超高温灭菌奶概述

#### 7.2.2 常温奶占市场主流

#### 7.2.3 常温奶消费市场分析

#### 7.2.4 常温奶市场竞争格局

### 7.3 巴氏奶

#### 7.3.1 巴氏奶市场概述

#### 7.3.2 行业扶持政策分析

#### 7.3.3 企业积极布局市场

#### 7.3.4 国内市场消费规模

#### 7.3.5 国内市场竞争现状

#### 7.3.6 企业发展对策分析

#### 7.3.7 巴氏奶市场发展建议

#### 7.3.8 巴氏奶市场发展趋势

### 7.4 液态奶市场竞争分析

#### 7.4.1 液态奶市场竞争概述

#### 7.4.2 液态奶企业赢利能力

#### 7.4.3 企业发展策略选择

#### 7.4.4 行业面临的机遇和挑战

### 7.5 液态乳发展趋势分析

#### 7.5.1 产业产品格局

#### 7.5.2 产品多样化

#### 7.5.3 生产技术趋势

## 第八章 奶粉市场发展分析

### 8.1 中国奶粉市场发展综述

#### 8.1.1 行业SWOT分析

#### 8.1.2 市场发展现状

#### 8.1.3 奶粉市场产能

#### 8.1.4 婴幼儿奶粉市场

#### 8.1.5 全脂奶粉市场

#### 8.1.6 羊奶粉市场现状

### 8.2 国内奶粉市场价格分析

- 8.2.1 奶粉价格结构
- 8.2.2 奶粉价格虚高
- 8.2.3 2016年奶粉价格分析
- 8.2.4 低价奶粉上市
- 8.3 国内奶粉市场竞争格局
  - 8.3.1 奶粉市场竞争分析
  - 8.3.2 外资奶粉市场份额
  - 8.3.3 市场资本竞争格局
  - 8.3.4 高端市场竞争格局
- 8.4 中国奶粉进口分析
  - 8.4.1 奶粉进口政策规章
  - 8.4.2 2016年奶粉进口状况
  - 8.4.3 2016年奶粉进口状况
  - 8.4.4 婴幼儿奶粉进口分析
  - 8.4.5 规范进口市场措施
- 8.5 中国奶粉行业存在的问题及发展对策
  - 8.5.1 奶粉行业存在的问题
  - 8.5.2 奶粉行业重整问题
  - 8.5.3 注重奶源的建设
  - 8.5.4 国产奶粉面临的困境及对策
  - 8.5.5 中小乳企市场运作策略

## 第九章 奶酪、酸奶、冰淇淋市场分析

- 9.1 奶酪
  - 9.1.1 奶酪相关介绍
  - 9.1.2 奶酪市场消费分析
  - 9.1.3 奶酪行业发展时机
  - 9.1.4 奶酪市场影响因素
  - 9.1.5 奶酪市场机会与风险
- 9.2 酸奶
  - 9.2.1 酸奶市场发展特征
  - 9.2.2 市场知名品牌简介
  - 9.2.3 酸奶市场消费规模
  - 9.2.4 功能性酸奶受青睐
  - 9.2.5 低温酸奶市场现状

9.2.6 常温酸奶发展势头

9.2.7 酸奶市场有待规范

9.2.8 酸奶市场存在的问题

9.2.9 酸奶市场前景预测

9.3 冰淇淋

9.3.1 冰淇淋市场发展规模

9.3.2 冰淇淋市场发展条件

9.3.3 外企布局冰淇淋市场

9.3.4 冰淇淋市场高端化趋势

9.3.5 冰淇淋市场发展前景

## 第十章 主要地区乳制品行业分析

10.1 内蒙古

10.1.1 乳制品产量规模

10.1.2 实现规模化养殖

10.1.3 行业转型升级发展

10.1.4 成立技术研究院

10.1.5 行业发展制约因素

10.1.6 提高行业竞争力策略

10.2 黑龙江

10.2.1 在全国的地位

10.2.2 行业发展成就

10.2.3 行业发展优势

10.2.4 行业标准颁布

10.2.5 行业制约因素

10.2.6 乳业发展对策

10.3 陕西

10.3.1 行业发展概况

10.3.2 行业发展规模

10.3.3 羊奶市场规模

10.3.4 奶业存在的问题

10.3.5 奶业发展策略

10.4 宁夏

10.4.1 奶业总体形势

10.4.2 贺兰奶业发展

#### 10.4.3 行业问题与对策

#### 10.4.4 品牌建设建议

### 10.5 河北

#### 10.5.1 奶业发展概况

#### 10.5.2 奶业区域集中度分析

#### 10.5.3 乳制品市场格局

#### 10.5.4 企业诚信体系建设

#### 10.5.5 行业结构亟需调整

### 10.6 其它地区

#### 10.6.1 山东省

#### 10.6.2 重庆市

#### 10.6.3 广东省

#### 10.6.4 青海省

## 第十一章 乳制品进出口分析

### 11.1 中国乳制品进出口贸易综述

#### 11.1.1 我国乳制品对外贸易状况

#### 11.1.2 我国乳制品进口激增的原因

#### 11.1.3 中国乳制品进口带来的问题

#### 11.1.4 进口乳制品对国产的冲击分析

#### 11.1.5 我国乳制品国际贸易的影响因素

#### 11.1.6 我国乳制品进出口贸易发展对策

### 11.2 中国乳制品进出口概况

#### 11.2.1 2016年乳制品进出口状况

#### 11.2.2 2016年乳制品进出口现状

#### 11.2.3 2016年乳制品进出口分析

### 11.3 中国未浓缩及未加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口数据分析

#### 11.3.1 进出口总量数据分析

#### 11.3.2 主要贸易国进出口情况分析

#### 11.3.3 主要省市进出口情况分析

### 11.4 中国浓缩、加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口数据分析

#### 11.4.1 进出口总量数据分析

#### 11.4.2 主要贸易国进出口情况分析

#### 11.4.3 主要省市进出口情况分析

#### 11.5

## 中国酪乳、结块的乳及奶油、乳酸、酸乳酒及其发酵或酸化的乳和奶油进出口数据分析

### 11.5.1 进出口总量数据分析

### 11.5.2 主要贸易国进出口情况分析

### 11.5.3 主要省市进出口情况分析

## 11.6

## 中国乳清；不论是否浓缩，加糖或其他甜物质；其他品目未列名的含天然乳进出口数据分析

### 11.6.1 进出口总量数据分析

### 11.6.2 主要贸易国进出口情况分析

### 11.6.3 主要省市进出口情况分析

## 11.7 中国黄油及其他从乳提取的脂和油；乳酱进出口数据分析

### 11.7.1 进出口总量数据分析

### 11.7.2 主要贸易国进出口情况分析

### 11.7.3 主要省市进出口情况分析

## 11.8 中国乳酪及凝乳进出口数据分析

### 11.8.1 进出口总量数据分析

### 11.8.2 主要贸易国进出口情况分析

### 11.8.3 主要省市进出口情况分析

## 第十二章 乳制品营销分析

### 12.1 乳品营销概况

#### 12.1.1 步入价值营销时代

#### 12.1.2 乳企采用跨界营销

#### 12.1.3 掀起会员营销模式

#### 12.1.4 行业营销新模式分析

### 12.2 乳制品营销存在的问题及突围

#### 12.2.1 营销存在的问题

#### 12.2.2 有效的营销方案

#### 12.2.3 行业营销突围

### 12.3 乳制品营销策略分析

#### 12.3.1 行业营销法则

#### 12.3.2 行业促销竞争策略

#### 12.3.3 新常态下乳业营销策略

#### 12.3.4 营销模式升级策略

### 12.4 中小型乳制品企业渠道及终端营销对策

#### 12.4.1 经销商的选择

#### 12.4.2 渠道选择

#### 12.4.3 推广途径

### 第十三章 乳制品质量安全问题分析

#### 13.1 乳制品质量安全问题概况

##### 13.1.1 全球乳品污染事件回顾

##### 13.1.2 乳品质量安全标准情况

##### 13.1.3 企业乳品安全保障措施

#### 13.2 “三聚氰胺事件”分析

##### 13.2.1 “三聚氰胺事件”产生的影响

##### 13.2.2 “三聚氰胺事件”造成乳业危机

##### 13.2.3 “三聚氰胺事件”反思

##### 13.2.4 国家对乳制品行业的整顿整改情况

#### 13.3 国际乳业质量管理经验及其启示

##### 13.3.1 国际乳业质量管理经验

##### 13.3.2 我国与国际先进水平的差距

##### 13.3.3 注重加强我国乳业质量管理

### 第十四章 乳制品包装分析

#### 14.1 乳品包装概况

##### 14.1.1 英国乳品包装业的发展

##### 14.1.2 中国乳品包装状况分析

##### 14.1.3 中国乳品包装安全质量

##### 14.1.4 我国乳品包装的影响因素

##### 14.1.5 中国乳品包装待改善之处

##### 14.1.6 发展乳品包装业对乳企的意义

#### 14.2 液态乳包装分析

##### 14.2.1 液态乳种类及包装要求

##### 14.2.2 我国液态乳软包装状况

##### 14.2.3 液态乳软包装低碳发展途径

#### 14.3 透析乳品包装设计

##### 14.3.1 包装设计存在的问题

##### 14.3.2 乳制品包装设计要点

##### 14.3.3 包装设计展望

#### 14.4 乳品包装的前景与趋势

- 14.4.1 欧美市场乳制品包装的发展趋势
- 14.4.2 中国乳制品包装的发展方向
- 14.4.3 果粒乳品包装的发展趋势
- 14.4.4 无菌包装在乳品业中应用前景

## 第十五章 乳制品行业竞争分析

- 15.1 中国乳制品行业竞争总析
  - 15.1.1 大型奶牧场模式空间较大
  - 15.1.2 恒天然主导原料牛奶价格
  - 15.1.3 高端乳品消费快速增长
  - 15.1.4 行业竞争格局演变发展
  - 15.1.5 行业国际化竞合的提速
- 15.2 中国乳制品行业竞争状况分析
  - 15.2.1 行业竞争总体情况
  - 15.2.2 国内市场竞争现状
  - 15.2.3 行业区域竞争分析
- 15.3 影响中国乳制品国际竞争力的主要因素
  - 15.3.1 乳业生产要素
  - 15.3.2 相关产业和支持产业
  - 15.3.3 竞争企业
  - 15.3.4 机遇
  - 15.3.5 政府
- 15.4 中国乳制品行业国际竞争力提升途径
  - 15.4.1 企业层面的对策
  - 15.4.2 政府层面的对策
- 15.5 中国乳制品行业竞争战略转向
  - 15.5.1 从战术向战略方向转变
  - 15.5.2 从价格战向价值战转移
  - 15.5.3 从渠道争夺到消费者争夺
  - 15.5.4 从产品宣传到营养教育
  - 15.5.5 从争夺市场到价值链建设
  - 15.5.6 从大众营销到体验营销
- 15.6 中国乳制品企业竞争策略分析
  - 15.6.1 产品策略
  - 15.6.2 价格策略

15.6.3 品牌策略

15.6.4 渠道策略

15.6.5 推广策略

## 第十六章 乳制品行业重点企业经营状况

### 16.1 中国蒙牛乳业有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 16.2 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 16.3 光明乳业股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 16.4 北京三元食品股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

## 第十七章 中国乳制品行业投资潜力分析

### 17.1 乳制品行业投资现状分析

17.1.1 投资保持上升势头

17.1.2 行业兼并重组状况

17.1.3 行业准入门槛提高

17.1.4 中外相互投资提升乳业活力

### 17.2 中国乳制品行业金融需求状况

17.2.1 产品资金流向

17.2.2 行业融资现状

### 17.2.3 行业金融需求

## 17.3 中国乳制品行业投资模式分析

### 17.3.1 经营模式

### 17.3.2 盈利模式

### 17.3.3 资金运作模式

## 17.4 中国乳制品行业投资壁垒分析

### 17.4.1 进入壁垒

### 17.4.2 退出壁垒

## 17.5 中国乳制品行业投资风险预警

### 17.5.1 宏观经济波动风险

### 17.5.2 政策风险

### 17.5.3 原奶短缺风险

### 17.5.4 区域风险

### 17.5.5 产品结构风险

### 17.5.6 进口液体奶冲击风险

### 17.5.7 行业兼并重组风险

## 第十八章 乳制品行业前景趋势分析

### 18.1 中国乳制品行业发展前景及趋势

#### 18.1.1 中国乳制品市空间广阔

#### 18.1.2 2016年中国乳业发展趋势

#### 18.1.3 国产乳品消费信心上升态势

#### 18.1.4 中国乳制品品种发展方向

### 18.2 “十三五”中国乳制品行业发展的关键点

#### 18.2.1 筑牢质量安全基石

#### 18.2.2 推进行业转型升级

#### 18.2.3 构建诚信长效机制

#### 18.2.4 中国乳制品行业发展因素分析

#### 18.2.5 2018-2023年中国乳制品行业销售收入预测

#### 18.2.6 2018-2023年中国乳制品行业利润预测

## 第十九章 乳制品行业政策分析

### 19.1 乳制品政策分析及解读

#### 19.1.1 我国启动乳品企业HACCP体系认证

#### 19.1.2 解读《乳制品工业产业政策》

更多图表详见正文（GSLWK）

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/296811296811.html>