

2017-2022年中国牛奶行业市场发展现状及十三五 发展定位分析报告

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年中国牛奶行业市场发展现状及十三五发展定位分析报告》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/279114279114.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

优质牛奶中含有丰富的蛋白和矿物质，因此优质奶源需要空气温度、湿度适宜，以及草源丰富等外在环境。加上奶牛夏季对高温、高湿，冬季对寒风都比较敏感，最适宜的生长温度为10~15℃，当温度低于-15℃或者高于26℃，采食量和产奶量下降；当夏季温度高于35℃，产奶量下降30~50%，空气湿度以50~70%为宜，夏季相对湿度高于75%，产奶量明显下降。因此优质奶源主要集中在新西兰、澳大利亚、法国、荷兰等气候温暖湿润，拥有丰美草原、充足阳光和纯净水源的地区。

我国牛奶行业近年来取得了很大的成绩，但是随着日益开放的广大奶业市场的激烈竞争，奶牛饲养者面临的饲养风险和成本也不断增加。而分散、小规模经营的奶牛饲养者和个体的奶农由于生产规模较小，因而对市场变化及其造成的各类风险的抵抗能力也较低。面对规模巨大的奶业集团，中小规模的奶农的议价能力日益降低。加上近一两年饲喂原料价格不断上涨，中小规模的奶农饲养成本随之加大。生产成本居高不下、良种提供、防疫、销售问题突出的事实已经证明单打独斗的饲养方式已经无法在现有的市场环境中生存。这样的困境不但损害了广大奶农的切身利益，同时也制约着牛奶企业的成长和整个行业的发展。在这种形势下，我国牛奶企业就应该转变经济增长方式，加大创新力度。我国牛奶行业的巨头之一伊利集团推出奶牛合作社的发展模式。伊利奶牛合作社的出现从根本上降低了奶农们的饲养风险，进而有效的降低伊利集团的发展风险。由奶牛养殖户、政府职能部门、奶站经营者等组成的奶牛合作社采取“公司+合作社+农户”的经营模式，实行股份制企业管理。合作社的各级管理者通过社员代表大会选举产生。截至目前，奶牛合作社模式已经在伊利集团的呼包、京津唐、东北三大奶源基地大面积地推广，并先后成立了近10个奶牛合作社。

中国高端奶市场集中度高。高端奶市场前十品牌总份额达90.01%。蒙牛和伊利两家企业间竞争最为激烈。通过对全国大型零售企业的市场销售数据监测，2015年度中国高端牛奶十大品牌排名如下：

2015年中国高端牛奶十大品牌市场占有率

中国报告网发布的《2017-2022年中国牛奶行业市场发展现状及十三五发展定位分析报告》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。

第一部分发展环境分析

第一章牛奶行业发展概述

第一节牛奶行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节2016年中国宏观经济环境分析

一、2014-2016年我国宏观经济运行情况

二、2017-2022年我国宏观经济形势分析

三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第三节中国牛奶行业政策环境分析

一、牛奶行业政策法规分析

1、《全国奶业发展规划（2014-2016年）》

2、《食品工业“十三五”发展规划》

二、牛奶行业相关标准分析

三、上下游产业相关政策

第四节中国牛奶行业社会环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2016年社会环境发展分析

三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析

第二章世界牛奶行业发展状况分析

第一节世界牛奶行业运行概况

一、世界牛奶行业市场供需分析

二、世界牛奶价格分析

第二节世界主要地区牛奶行业运行情况分析

一、美国

二、日韩地区

三、欧洲

第三章国内牛奶行业发展基本情况

第一节牛奶行业相关概述

一、行业产品分类

二、牛奶行业管理体制

三、牛奶行业生命周期

四、行业在国民经济中地位

第二节牛奶行业经营模式分析

一、生产模式分析

二、采购模式分析

三、销售模式分析

第四章牛奶产业链分析

第一节牛奶行业的有关概况

一、牛奶的定义

二、牛奶的特点

第二节牛奶的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、牛奶行业产业链分析

第三节上下游行业对牛奶行业的影响分析

第二部分行业现状分析

第五章中国牛奶市场运行情况

第一节行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节行业品牌现状分析

一、行业重点品牌分析

二、国内品牌形象概况

第三节行业产品市场价格情况

一、牛奶价格指数分析

二、牛奶价格变动概况

第四节外资企业进入概况

一、行业外资进入现状

二、外资进入对未来市场的威胁

第六章2014-2016年中国牛奶行业总体发展状况

第一节中国牛奶行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节中国牛奶行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节中国牛奶行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第七章牛奶产业渠道分析

第一节2016年国内牛奶产品的需求地域分布结构

第二节2014-2016年中国牛奶产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第三节2016年国内牛奶产品的经销模式

第四节渠道格局

第五节渠道形式

第六节渠道要素对比

第七节牛奶行业国际化营销模式分析

第八节2016年国内牛奶产品生产及销售投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第三部分行业竞争分析

第八章牛奶行业市场竞争策略分析

第一节行业竞争结构分析

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

第二节行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节牛奶企业竞争策略分析

一、提高牛奶企业核心竞争力的对策

二、影响牛奶企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高牛奶企业竞争力的策略

第九章牛奶行业领先企业分析

第一节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节光明乳业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节贝因美婴童食品股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节北京三元集团有限责任公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节新疆天润乳业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节新疆塔里木农业综合开发股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节新希望六和股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节广西皇氏甲天下乳业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节新疆西部牧业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节维维食品饮料股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分投资策略分析

第十章2017-2022年中国牛奶市场投资潜力及前景预测

第一节2017-2022年中国牛奶市场未来发展趋势

一、中国牛奶行业发展趋势

二、牛奶产品技术的发展走向

三、牛奶行业未来发展方向

第二节2017-2022年中国牛奶市场前景展望

一、中国牛奶市场发展前景

二、未来国家政策规划

第十一章2017-2022年牛奶行业发展预测分析

第一节2017-2022年中国牛奶行业未来发展前景预测分析

- 一、中国牛奶行业发展方向及投资机会分析
- 二、2017-2022年中国牛奶行业发展规模分析
- 三、2017-2022年中国牛奶行业发展趋势分析
- 第二节2017-2022年中国牛奶行业供需预测
 - 一、2017-2022年中国牛奶行业供给预测
 - 二、2017-2022年中国牛奶行业需求预测
- 第三节2017-2022年中国牛奶行业价格走势分析
- 第十二章牛奶行业投资风险分析
 - 第一节牛奶行业投资环境风险
 - 一、国际经济环境风险
 - 二、汇率风险
 - 三、宏观经济风险
 - 四、宏观经济政策风险
 - 五、区域经济变化风险
 - 第二节牛奶行业产业链上下游风险
 - 一、上游行业风险
 - 二、下游行业风险
 - 三、其他关联行业风险
 - 第三节牛奶行业政策风险
 - 一、产业政策风险
 - 二、贸易政策风险
 - 三、环保政策风险
 - 四、区域经济政策风险
 - 五、其他政策风险
 - 第四节牛奶行业市场风险
 - 一、市场供需风险
 - 二、价格风险
 - 三、竞争风险
 - 第五节牛奶行业其他风险分析
- 第十三章牛奶行业投资战略研究
 - 第一节品牌战略思考
 - 一、企业品牌的重要性
 - 二、实施品牌战略的意义
 - 三、品牌的现状分析
 - 四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第二节企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第三节行业发展战略研究

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

第四节企业经营策略分析

一、牛奶行业市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、牛奶行业新产品差异化战略

第十四章研究结论及投资建议

第一节牛奶行业研究结论

第二节牛奶行业投资价值评估

第三节牛奶行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：国内生产总值走势

图表：居民消费价格涨跌幅度

图表：居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：年末国家外汇储备走势

图表：财政收入现状

图表：全社会固定资产投资

图表：分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：固定资产投资新增主要生产能力

图表：牛奶行业产业链

图表：2014-2016年我国牛奶行业企业数量增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业从业人数增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业资产规模增长趋势图

图表：2016年我国牛奶行业不同类型企业数量分布图

图表：2016年我国牛奶行业不同所有制企业数量分布图

图表：2016年我国牛奶行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2016年我国牛奶行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2014-2016年我国牛奶行业产成品增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业工业销售产值增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业出口.交货值增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业销售成本增长趋势图

图表：2014-2016年我国牛奶行业费用使用统计图

图表：2014-2016年我国牛奶行业主要盈利指标统计图

图表：2014-2016年我国牛奶行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2014-2016年中国牛奶行业投资规模分析

图表：2014-2016年中国牛奶行业资产规模分析

图表：2014-2016年中国牛奶行业总产值分析

图表：2014-2016年中国牛奶行业销售产值分析

图表：2014-2016年中国牛奶行业产能规模分析

图表：2014-2016年中国牛奶年平均价格指数分析

图表：2014-2016年中国牛奶行业利润总额分析

图表：牛奶行业生命周期判断

图表：2017-2022年中国牛奶行业市场规模预测

图表：2017-2022年中国牛奶行业供给预测

图表：2017-2022年中国牛奶行业需求预测

图表：2017-2022年中国牛奶行业价格指数预测

(GYZX)

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/279114279114.html>