

2018-2024年中国奶酪产业 深度调研与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国奶酪产业深度调研与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shipin/3384773JBJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

奶酪，又名芝士或干酪，是一种以鲜奶为原料，经过巴氏杀菌、添加凝乳酶、冷却切块、分离乳清等工序制成的新鲜或发酵乳制品，由于含乳糖量近乎零，奶酪适宜很多有乳糖不耐症的东方人群食用。每公斤奶酪由10-12公斤鲜奶提炼而成，因此浓缩了牛奶中丰富的蛋白质、钙、不饱和脂肪酸、矿物质和维生素等成分，其蛋白质单位含量是牛奶的8-10倍。钙质是6-8倍，丰富的乳酸菌含量更是有益于人体。因其极富营养、奶香浓、吸收率高、食用方便，奶酪被称为“乳品之王”。简而言之，就工艺而言，奶酪是发酵的牛奶；就营养而言，奶酪是浓缩的牛奶。

奶酪是西方传统食品，制作工艺及食用方式可类比于中国人的豆腐，常大量添加入菜肴烹饪中。全球奶酪有上千种，绝大多数都出产于欧洲，更是有500多种产自法国。奶酪是西方国家的传统饮食品种，欧洲一直都是最大的奶酪产地和消费地，按美国农业部2016年统计数据，全球奶酪产量和消费量最大的国家是美国，占到全球总产量的28%，消费量的26%。分区域来看，欧盟生产奶酪970万吨，占全球总产量的51%，消费奶酪904万吨，占全球消费量的45%。北美及加勒比海地区次之，再其次是南美地区，亚洲地区虽然人口众多，但消费最低。

2016年我国奶酪产品市场规模达49.3亿元，同比增长22%。在20世纪90年代初，国内零售卖场中的奶酪产品还是比较罕见，只有“卡夫芝士”、“安佳芝士”等一两个品牌，而且货量较少。然而，随着麦当劳、必胜客这些西式快餐店的兴起和普及，中国消费者才对乳酪的产品有所认识，而逐渐走进大型的食品超市。如今，超市里的奶酪产品种类明显增加，品牌包括多美鲜、味道美、蓝多湖、安佳、光明、蒙牛、百吉福等。国内奶酪消费需求有限且奶酪行业的进入门槛（资金、技术等）较高，法国保健然集团旗下的百吉福品牌占国内奶酪市场零售渠道市场份额达到20.65%，全渠道来看市占率达30%以上。光明和恒天然的安佳分别以20.46%和7.79%的市场份额位列商超零售渠道的二三名。

作为营养价值最高的乳制品，奶酪产品符合消费升级趋势。而以日韩为代表的亚太地区成为全球奶酪消费增长的主力军，目前国内的奶酪市场规模呈现出近30%的高增长，我国人均奶酪消费额较低，未来提升空间巨大。国内人均奶酪的年消费量仅有0.05千克，日本和韩国的人均消费量分别为2.26千克和2.57千克，仅为日本和韩国的1/50。对比美国、日本的液态奶消费量，预计未来中国人均奶酪消费量分别为3.85千克和1.27千克，还有较大的增长空间。

报告目录

第一章 奶酪行业相关基础概述 1

1.1 奶酪的定义及分类 1

- 1.1.1 奶酪的界定 1
- 1.1.2 奶酪的分类 1
 - 1、新鲜奶酪 1
 - 2、白霉奶酪 1
 - 3、蓝纹奶酪 1
 - 4、水洗软质奶酪 2
 - 5、硬质未熟奶酪 2
 - 6、硬质成熟奶酪 2
 - 7、山羊奶酪 2
 - 8、融化奶酪 2
 - 9、奶油奶酪 2
 - 10、儿童奶酪2
- 1.1.3 奶酪营养价值分析3
- 1.2 奶酪行业特点分析 4
 - 1.2.1 市场特点分析4
 - 1.2.2 行业经济特性4
 - 1.2.3 行业发展周期分析5
 - 1.2.4 行业进入风险5
 - 1.2.5 行业成熟度分析 5

第二章 2014-2016年中国奶酪行业市场发展环境分析 9

- 2.1 中国奶酪行业经济环境分析 9
 - 2.1.1 中国经济运行情况9
 - 1、中国GDP增长情况分析9
 - 2、城乡居民收入与消费分析10
 - 3、食品工业发展形势分析 12
 - 4、恩格尔系数分析12
 - 5、奶制品行业发展现状分析13
 - 2.1.2 经济环境对行业的影响分析20
- 2.2 中国奶酪行业政策环境分析 20
 - 2.2.1 行业监管环境20
 - 1、行业主管部门 20

- 2、行业监管体制 21
- 2.2.2 行业政策分析32
 - 1、《GB 5420-2010 食品安全国家标准干酪》 32
 - 2、《GB 25192-2010食品安全国家标准再制干酪》 34
- 2.2.3 政策环境对行业的影响分析36
- 2.3 中国奶酪行业社会环境分析 37
 - 2.3.1 行业社会环境37
 - 1、 新出生人口分析37
 - 2、 教育环境分析 38
 - 3、 文化环境分析 43
 - 4、 生态环境分析 49
 - 5、 中国城镇化率 54
 - 6、 绿色健康消费趋势分析 54
 - 7、 消费升级趋势分析 55
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响分析57
- 2.4 中国奶酪行业技术环境分析 57
 - 2.4.1 奶酪技术分析57
 - 1、 技术水平总体发展情况 57
 - 2、 中国奶酪行业生产技术分析 57
 - 2.4.2 国际典型奶酪加工工艺介绍59
 - 2.4.3 技术环境对行业的影响65

第三章 中国奶酪行业上、下游产业链分析 66

- 3.1 奶酪行业产业链概述 66
 - 3.1.1 产业链定义 66
 - 3.1.2 奶酪行业产业链 66
- 3.2 奶酪行业上游-奶牛养殖产业发展分析67
 - 3.2.1 奶牛养殖产业发展现状67
 - 3.2.2 奶牛养殖产业供给分析70
 - 3.2.3 鲜奶供给价格分析70
 - 3.2.4 鲜奶供给企业分析71
 - 3.2.5 鲜奶供给区域分布71

3.3 奶酪行业下游-零售商情况分析	72
3.3.1 奶酪零售商发展现状	72
3.3.2 奶酪零售商规模情况	72
3.3.3 奶酪零售商区域分布	72
3.4 奶酪行业终端消费者消费情况分析	73
3.4.1 人均奶酪消费情况	73
3.4.2 奶酪消费者地域分布情况	74
3.4.3 消费升级趋势下的奶酪消费市场	74
3.4.4 奶酪消费者品牌忠诚度分析	74
第四章 国际奶酪行业市场发展分析	76
4.1 2014-2016年国际奶酪行业发展现状	76
4.1.1 国际奶酪行业发展现状	76
4.1.2 国际奶酪行业发展规模	76
4.1.3 国际奶酪主要技术水平	77
4.2 2014-2016年国际奶酪市场需求研究	78
4.2.1 国际奶酪市场需求特点	78
4.2.2 国际奶酪市场需求结构	79
4.2.3 国际奶酪市场需求规模	80
4.3 2014-2016年国际区域奶酪行业研究	80
4.3.1 欧洲	80
4.3.2 美国	81
4.3.3 日韩	81
4.4 国际奶酪著名品牌企业分析	84
4.4.1 安佳	84
4.4.2 多美鲜	85
4.4.3 百吉福	85
4.4.4 乐芝牛	86
4.4.5 爱氏晨曦	87
4.5 2018-2024年国际奶酪行业发展展望	88
4.5.1 国际奶酪行业发展趋势	88
4.5.2 国际奶酪行业规模预测	89

4.5.3 国际奶酪行业发展机会89

第五章 2014-2016年中国奶酪行业发展概述90

5.1 中国奶酪行业发展状况分析 90

5.1.1 中国奶酪行业发展阶段90

5.1.2 中国奶酪行业发展总体概况90

5.1.3 中国奶酪行业发展特点分析91

5.2 2014-2016年奶酪行业发展现状91

5.2.1 2014-2016年中国奶酪行业发展热点91

5.2.2 2014-2016年中国奶酪企业发展分析92

5.3 奶酪行业替代品及互补产品分析 92

5.3.1 奶酪行业替代品分析 92

1、替代品种类92

2、主要替代品对奶酪行业的影响93

3、替代品发展趋势分析93

5.3.2 奶酪行业互补产品分析94

1、行业互补产品种类 94

2、主要互补产品对奶酪行业的影响 94

3、互补产品发展趋势分析 96

5.4 中国奶酪行业细分市场概况 96

5.4.1 原味奶酪市场96

5.4.2 再制奶酪市场98

5.4.3 进口奶酪市场101

5.4.4 国产奶酪市场101

5.5 奶酪行业渠道与行业品牌分析 103

5.5.1 奶酪行业渠道分析103

5.5.2 奶酪行业品牌分析104

1、品牌数量分析 104

2、品牌美誉度分析105

3、品牌的选择情况105

5.5.3 国际品牌对国产品牌的冲击分析105

1、国际品牌冲击国产品牌市场份额 105

- 2、国际品牌具备的竞争优势分析106
- 3、国际品牌占据中国高端奶酪市场 106
- 5.6 中国奶酪行业发展问题及对策建议106
 - 5.6.1 中国奶酪行业发展制约因素106
 - 5.6.2 中国奶酪行业存在问题分析107
 - 5.6.3 中国奶酪行业发展对策建议107

第六章 中国奶酪行业运行指标分析及预测 110

- 6.1 中国奶酪行业企业数量分析 110
 - 6.1.1 2014-2016年中国奶酪行业企业数量情况110
 - 6.1.2 2014-2016年中国奶酪行业企业竞争结构110
- 6.2 2014-2016年中国奶酪行业财务指标总体分析111
 - 6.2.1 行业盈利能力分析111
 - 6.2.2 行业偿债能力分析111
 - 6.2.3 行业营运能力分析112
 - 6.2.4 行业发展能力分析112
- 6.3 中国奶酪行业市场规模分析及预测 113
 - 6.3.1 2014-2016年中国奶酪行业市场规模分析113
 - 6.3.2 2018-2024年中国奶酪行业市场规模预测114
- 6.4 2014-2016年中国奶酪区域市场规模分析115
 - 6.4.1 东北地区市场规模分析115
 - 6.4.2 华北地区市场规模分析116
 - 6.4.3 华东地区市场规模分析117
 - 6.4.4 华中地区市场规模分析118
 - 6.4.5 华南地区市场规模分析119
 - 6.4.6 西部地区市场规模分析120
- 6.5 中国奶酪行业市场供需分析及预测 121
 - 6.5.1 中国奶酪行业市场供给分析121
 - 1、2014-2016年中国奶酪行业供给规模分析121
 - 2、2018-2024年中国奶酪行业供给规模预测122
 - 6.5.2 中国奶酪行业市场需求分析123
 - 1、2014-2016年中国奶酪行业需求规模分析123

- 2、2018-2024年中国奶酪行业需求规模预测124
- 6.6 2014-2016年中国奶酪行业产品价格分析125
 - 6.6.1 2014-2016年中国奶酪行业产品价格回顾125
 - 6.6.2 中国奶酪产品当前市场价格统计分析125
 - 6.6.3 2014-2016年中国奶酪产品价格影响因素分析125
 - 6.6.4 2018-2024年中国奶酪产品价格预测126
- 6.7 奶酪行业进口分析 126
 - 6.7.1 进口情况分析126
 - 1、2014-2016年奶酪进口总况分析126
 - 2、2014-2016年奶酪进口规模分析127
 - 3、2014-2016年奶酪行业进口金额分析127
 - 6.7.2 进口来源国分析 128
 - 6.7.3 进口主要品牌分析128

第七章 中国互联网+奶酪行业发展现状及前景 129

- 7.1 互联网给奶酪行业带来的冲击和变革分析 129
 - 7.1.1 互联网时代奶酪行业大环境变化分析129
 - 7.1.2 互联网给奶酪行业带来的突破机遇分析 129
 - 7.1.3 互联网给奶酪行业带来的挑战分析 130
 - 7.1.4 互联网+奶酪行业渠道形势变革分析 130
 - 7.1.5 互联网+奶酪行业营销模式变革分析 131
- 7.2 中国互联网+奶酪行业市场发展现状分析 133
 - 7.2.1 中国互联网+奶酪行业投资布局分析 133
 - 1、中国互联网+奶酪行业投资切入方式133
 - 2、中国互联网+奶酪行业投资规模分析134
 - 3、中国互联网+奶酪行业投资业务布局134
 - 7.2.2 奶酪行业目标客户互联网渗透率分析134
 - 7.2.3 中国互联网+奶酪行业市场规模分析 135
 - 7.2.4 中国互联网+奶酪行业竞争格局分析 136
 - 1、中国互联网+奶酪行业参与者结构136
 - 2、中国互联网+奶酪行业竞争者类型136
 - 3、中国互联网+奶酪行业市场占有率137

7.2.5 中国奶酪垂直电商平台分析137

1、 天猫商城 137

2、 淘宝商城 138

3、 京东商城 139

4、 苏宁易购 139

7.2.6 中国奶酪企业互联网战略案例分析 139

7.3 中国互联网+奶酪行业市场前景分析 141

7.3.1 中国互联网+奶酪行业市场增长动力分析 141

7.3.2 中国互联网+奶酪行业市场发展瓶颈剖析 141

7.3.3 中国互联网+奶酪行业市场发展趋势分析 142

第八章 中国奶酪行业消费市场调查143

8.1 奶酪市场消费需求分析 143

8.1.1 奶酪市场的消费需求变化 143

8.1.2 奶酪行业的需求情况分析 146

8.1.3 奶酪品牌市场消费需求分析149

8.2 奶酪消费市场状况分析 150

8.2.1 奶酪行业消费特点150

8.2.2 奶酪行业消费结构分析152

8.2.3 奶酪行业消费的市场变化 154

8.2.4 奶酪市场的消费方向 155

8.3 奶酪行业产品的品牌市场调查 155

8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查 155

8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查 156

8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道 157

8.3.4 奶酪行业品牌忠诚度调查 157

8.3.5 消费者的消费理念调研158

第九章 中国奶酪行业市场竞争格局分析160

9.1 中国奶酪行业竞争格局分析 160

9.1.1 奶酪行业区域分布格局160

9.1.2 奶酪行业企业规模格局161

- 9.1.3 奶酪行业企业性质格局162
- 9.1.4 奶酪国际竞争格局分析162
 - 1、国际奶酪品牌格局 162
 - 2、国际奶酪区域格局 163
 - 3、国际奶酪市场集中度分析165
 - 4、中国奶酪市场国产品牌占比分析 165
- 9.2 中国奶酪行业竞争五力分析 166
 - 9.2.1 奶酪行业上游议价能力166
 - 9.2.2 奶酪行业下游议价能力166
 - 9.2.3 奶酪行业新进入者威胁167
 - 9.2.4 奶酪行业替代产品威胁167
 - 9.2.5 奶酪行业现有企业竞争167
- 9.3 中国奶酪行业竞争SWOT分析 168
 - 9.3.1 奶酪行业优势分析（S） 168
 - 9.3.2 奶酪行业劣势分析（W） 168
 - 9.3.3 奶酪行业机会分析（O） 169
 - 9.3.4 奶酪行业威胁分析（T） 169
- 9.4 中国奶酪行业投资兼并重组整合分析 172
 - 9.4.1 投资兼并重组现状172
 - 9.4.2 投资兼并重组案例173
- 9.5 中国奶酪行业竞争策略建议175

第十章 中国奶酪行业领先企业竞争力分析 176

- 10.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司竞争力分析 176
 - 10.1.1 企业发展基本情况176
 - 10.1.2 企业主要产品分析177
 - 10.1.3 企业竞争优势分析181
 - 10.1.4 企业经营状况分析183
 - 10.1.5 企业最新发展动态185
 - 10.1.6 企业发展战略分析186
- 10.2 上海光明乳业股份有限公司竞争力分析187
 - 10.2.1 企业发展基本情况187

10.2.2 企业主要产品分析	188
10.2.3 企业竞争优势分析	189
10.2.4 企业经营状况分析	190
10.2.5 企业最新发展动态	194
10.2.6 企业发展战略分析	194
10.3 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司竞争力分析	196
10.3.1 企业发展基本情况	196
10.3.2 企业主要产品分析	197
10.3.3 企业竞争优势分析	198
10.3.4 企业经营状况分析	199
10.3.5 企业最新发展动态	200
10.3.6 企业发展战略分析	204
10.4 北京三元食品股份有限公司竞争力分析	205
10.4.1 企业发展基本情况	205
10.4.2 企业主要产品分析	205
10.4.3 企业竞争优势分析	207
10.4.4 企业经营状况分析	208
10.4.5 企业最新发展动态	211
10.4.6 企业发展战略分析	212
10.5 内蒙古利诚实业有限公司竞争力分析	213
10.5.1 企业发展基本情况	213
10.5.2 企业主要产品分析	213
10.5.3 企业竞争优势分析	216
10.5.4 企业经营状况分析	217
10.5.5 企业最新发展动态	218
10.5.6 企业发展战略分析	218
10.6 呼和浩特市天美华乳食品有限责任公司竞争力分析	218
10.6.1 企业发展基本情况	218
10.6.2 企业主要产品分析	219
10.6.3 企业竞争优势分析	221
10.6.4 企业经营状况分析	222
10.6.5 企业最新发展动态	223

10.6.6 企业发展战略分析	223
10.7 爱普香料集团股份有限公司竞争力分析	223
10.7.1 企业发展基本情况	223
10.7.2 企业主要产品分析	224
10.7.3 企业竞争优势分析	225
10.7.4 企业经营状况分析	227
10.7.5 企业最新发展动态	229
10.7.6 企业发展战略分析	229
10.8 上海广泽食品科技股份有限公司竞争力分析	231
10.8.1 企业发展基本情况	231
10.8.2 企业主要产品分析	231
10.8.3 企业竞争优势分析	233
10.8.4 企业经营状况分析	234
10.8.5 企业最新发展动态	238
10.8.6 企业发展战略分析	239
10.9 内蒙古骑士乳业集团股份有限公司竞争力分析	239
10.9.1 企业发展基本情况	239
10.9.2 企业主要产品分析	240
10.9.3 企业竞争优势分析	244
10.9.4 企业经营状况分析	244
10.9.5 企业最新发展动态	246
10.9.6 企业发展战略分析	246
10.10 陕西红星美羚乳业股份有限公司竞争力分析	247
10.10.1 企业发展基本情况	247
10.10.2 企业主要产品分析	247
10.10.3 企业竞争优势分析	249
10.10.4 企业经营状况分析	251
10.10.5 企业最新发展动态	253
10.10.6 企业发展战略分析	253

第十一章 2018-2024年中国奶酪行业发展趋势与投资机会研究254

11.1 2018-2024年中国奶酪行业市场发展潜力分析	254
-------------------------------	-----

- 11.1.1 中国奶酪行业市场空间分析254
- 11.1.2 中国奶酪行业竞争格局变化255
- 11.1.3 中国奶酪行业互联网+前景255
- 11.2 2018-2024年中国奶酪行业发展趋势分析 255
 - 11.2.1 中国奶酪行业品牌格局趋势255
 - 11.2.2 中国奶酪行业渠道分布趋势256
 - 11.2.3 中国奶酪行业市场趋势分析257
- 11.3 2018-2024年中国奶酪行业投资机会与建议258
 - 11.3.1 中国奶酪行业投资前景展望258
 - 11.3.2 中国奶酪行业投资机会分析258
 - 11.3.3 中国奶酪行业投资建议 259

第十二章 2018-2024年中国奶酪行业投资分析与风险规避260

- 12.1 中国奶酪行业关键成功要素分析 260
- 12.2 中国奶酪行业投资壁垒分析 260
- 12.3 中国奶酪行业投资风险与规避260
 - 12.3.1 宏观经济风险与规避260
 - 12.3.2 行业政策风险与规避261
 - 12.3.3 上游市场风险与规避261
 - 12.3.4 市场竞争风险与规避262
 - 12.3.5 技术风险分析与规避262
 - 12.3.6 下游需求风险与规避262
- 12.4 中国奶酪行业融资渠道与策略263
 - 12.4.1 奶酪行业融资渠道分析263
 - 12.4.2 奶酪行业融资策略分析263

第十三章 2018-2024年中国奶酪行业盈利模式与投资战略规划分析 265

- 13.1 国外奶酪行业投资现状及经营模式分析265
 - 13.1.1 境外奶酪行业成长情况调查265
 - 13.1.2 经营模式借鉴266
 - 13.1.3 国外投资新趋势动向267
- 13.2 中国奶酪行业商业模式探讨 267

- 13.2.1 行业主要商业模式分析267
- 13.2.2 奶酪行业商业模式创新分析268
- 13.3 中国奶酪行业投资发展战略规划 268
 - 13.3.1 战略优势分析268
 - 13.3.2 战略机遇分析269
 - 13.3.3 战略规划目标270
 - 13.3.4 战略措施分析270
- 13.4 最优投资路径设计 272
 - 13.4.1 投资对象272
 - 13.4.2 投资模式272
 - 13.4.3 预期财务状况分析272
 - 13.4.4 风险资本退出方式273

第十四章 研究结论及建议 274

- 14.1 研究结论 274
- 14.2 建议 274
 - 14.2.1 行业发展策略建议274
 - 14.2.2 行业投资方向建议276
 - 14.2.3 行业投资方式建议277

图表目录

- 图表：2012-2016年国内生产总值及其增长速度9
- 图表：2012-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重10
- 图表：2012-2016年全国居民人均可支配收入及其增长速度 11
- 图表：2016年居民消费价格月度涨跌幅度 11
- 图表：2016年居民消费价格比2015年涨跌幅度12
- 图表：2016年全国居民人均消费支出及其构成 13
- 图表：2016年三季度国内原奶开始低位上涨14
- 图表：2016年国际原奶价格涨幅分析 14
- 图表：2016年新西兰奶牛存栏量负增长15
- 图表：2016年新西兰原奶产量负增长 16
- 图表：2016年国内乳制品消费增长不足2% 18

图表：2010-2015年各国酸奶市场增长率 19

图表：酸奶的市场规模以及在液体乳中占比 19

图表：感官要求（表1） 33

图表：微生物限量（表2） 34

图表：感官要求（表1） 35

图表：理化指标（表2） 35

图表：微生物限量（表3） 36

图表：2016-2030年新出生人口数预测38

图表：2006-2016年全国文化单位机构数及从业人数 43

图表：2007-2016年全国艺术表演团体基本情况44

图表：2006-2016年全国文物机构及从业人员情况 47

图表：全国文化事业费占财政中支出比重49

图表：全国文化事业支出按城乡和区域分布情况 49

图表：2015年全国县域生态环境质量分布示意图50

图表：2016年全国不同类型自然保护区情况51

图表：2016年典型海洋生态系统情况 52

图表：奶酪行业产业链示意图 66

图表：2016年液态奶和奶酪消费的中美对比73

图表：2016年液态奶和奶酪消费的中日对比73

图表：2016年国内奶酪市场份额（按公司） 75

图表：2016年国内奶酪市场份额（按品牌） 75

图表：2014-2016年全球奶酪产量分析77

图表：奶酪生产工艺流程图78

图表：2014-2016年全球奶酪消费量分析 80

图表：美国人均奶酪消费量情况81

图表：全球奶酪进口市场结构分析 82

图表：日本奶酪进口量情况分析82

图表：韩国奶酪进口量情况分析83

图表：日本人均奶酪消费量情况分析84

图表：2018-2024年全球奶酪行业市场规模预测89

图表：2016年肯德基和必胜客中国市场同店销售概况一览95

图表：烘焙行业收入持续增长 95

图表：原味奶酪形状图97

图表：再制奶酪形状图（1）98

图表：再制奶酪形状图（2）99

图表：日本奶酪市场份额情况 102

图表：韩国奶酪市场份额情况 102

图表：2016年中国奶酪行业流通渠道结构 104

图表：2014-2016年中国奶酪行业品牌数量分析104

图表：2016年中国奶酪市场外资品牌及国产品牌市场占有率分析 105

图表：奶酪产品生产工艺流程图107

图表：2014-2016年中国奶酪行业企业数量分析110

图表：2014-2016年中国奶酪行业盈利能力分析111

图表：2014-2016年中国奶酪行业偿债能力分析111

图表：2014-2016年中国奶酪行业营运能力分析112

图表：2014-2016年中国奶酪行业发展能力分析112

图表：2014-2016年中国奶酪行业市场规模分析113

图表：2018-2024年中国奶酪行业市场规模预测114

图表：2014-2016年东北地区市场规模分析115

图表：2014-2016年华北地区市场规模分析116

图表：2014-2016年华东地区市场规模分析117

图表：2014-2016年华中地区市场规模分析118

图表：2014-2016年华南地区市场规模分析119

图表：2014-2016年西部地区市场规模分析120

图表：2014-2016年中国奶酪行业供给规模分析121

图表：2018-2024年中国奶酪行业供给规模预测122

图表：2014-2016年中国奶酪行业需求规模分析123

图表：2018-2024年中国奶酪行业需求规模预测124

图表：2014-2016年中国奶酪行业产品价格回顾125

图表：2018-2024年中国奶酪产品价格预测126

图表：2014-2016年中国奶酪进口规模分析127

图表：2014-2016年中国奶酪行业进口金额分析127

图表：2016年中国奶酪产品进口来源国分析128

图表：互联网+奶酪渠道变革的内核 131

图表：2005-2016年中国网民规模及普及率135

图表：2014-2016年中国互联网+奶酪行业市场规模136

图表：2016年Q3线上乳制品品类销售情况 138

图表：2016年Q3液态奶/进口牛奶平台销售情况139

图表：我国天然奶酪与加工奶酪市场144

图表：我国天然奶酪零售市场细分占比 144

图表：内零售渠道占比145

图表：西式餐饮中大量使用奶酪146

图表：商超冷柜中除再制酪外，有品种丰富的天然奶酪147

图表：百胜中国门店数量及规模148

图表：麦当劳中国门店数量及规模 148

图表：国内乳企的奶酪产品主要儿童奶酪品牌150

图表：全球各国奶酪人均消费量（kg/人） 151

图表：中国动物蛋白摄取比例 152

图表：中国蛋白质来源构成153

图表：中国人均液态奶消费量 153

图表：奶酪中蛋白质含量远高于鲜奶、酸奶等乳品154

图表：固定品牌奶酪调查 156

图表：奶酪品牌偏好分析（1） 156

图表：奶酪品牌偏好分析（2） 157

图表：食用奶酪的方法158

图表：食用奶酪的原因158

图表：我国奶酪行业区域分布格局 160

图表：国内奶酪市场主要公司品牌 161

图表：奶酪行业主要企业性质 162

图表：国际主要奶酪品牌 163

图表：全球生产奶酪的主要国家及占比 164

图表：全球消费奶酪的主要国家及占比 164

图表：中国奶酪市场主要品牌的市场份额166

图表：中国一直是乳清粉进口第一大国 170

图表：乳清粉进口贸易价格171

图表：广泽股份非公开增发募投项目174

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司液态奶产品（1） 177

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司液态奶产品（2） 177

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司奶粉产品（1） 178

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司奶粉产品（2） 179

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司酸奶产品（1） 179

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司酸奶产品（2） 180

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司冷饮产品（1） 180

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司冷饮产品（2） 181

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司创新产品 181

图表：2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务分析 184

图表：2015-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力分析 184

图表：2015-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析 185

图表：2015-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析 185

图表：2015-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析 185

图表：上海光明乳业股份有限公司旗下品牌介绍 188

图表：上海光明乳业股份有限公司产品线（2） 188

图表：上海光明乳业股份有限公司产品线（3） 189

图表：2016年上海光明乳业股份有限公司主营业务分析 192

图表：2015-2017年上海光明乳业股份有限公司成长能力分析 193

图表：2015-2017年上海光明乳业股份有限公司盈利能力分析 193

图表：2015-2017年上海光明乳业股份有限公司运营能力分析 193

图表：2015-2017年上海光明乳业股份有限公司偿债能力分析 193

图表：内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司旗下品牌分析 197

图表：2015-2017年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司盈利能力分析 200

图表：2015-2017年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司偿债能力分析 200

图表：2015-2017年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司运营能力分析 200

图表：2015-2017年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司成长能力分析 200

图表：北京三元食品股份有限公司旗下品牌分析 206

图表：北京三元食品股份有限公司常温高端奶产品 206

图表：北京三元食品股份有限公司奶酪产品 207

图表：2016年北京三元食品股份有限公司主营业务分析 210

图表：2015-2017年北京三元食品股份有限公司成长能力分析 210

图表：2015-2017年北京三元食品股份有限公司盈利能力分析211

图表：2015-2017年北京三元食品股份有限公司运营能力分析211

图表：2015-2017年北京三元食品股份有限公司偿债能力分析211

图表：内蒙古利诚实业有限公司奶酪系列213

图表：内蒙古利诚实业有限公司奶贝系列214

图表：内蒙古利诚实业有限公司奶茶粉系列 214

图表：内蒙古利诚实业有限公司羊奶系列215

图表：内蒙古利诚实业有限公司奶糖系列215

图表：内蒙古利诚实业有限公司上市新品216

图表：呼和浩特市天美华乳食品有限责任公司额颉奶茶219

图表：呼和浩特市天美华乳食品有限责任公司额颉奶酪220

图表：呼和浩特市天美华乳食品有限责任公司额颉奶贝221

图表：呼和浩特市天美华乳食品有限责任公司营销网络分析222

图表：爱普香料集团股份有限公司香精产品 224

图表：爱普香料集团股份有限公司乳制品香精产品224

图表：爱普香料集团股份有限公司香料产品 225

图表：爱普香料集团股份有限公司食品配料产品 225

图表：2016年爱普香料集团股份有限公司主营业务分析 227

图表：2015-2017年爱普香料集团股份有限公司成长能力分析228

图表：2015-2017年爱普香料集团股份有限公司盈利能力分析228

图表：2015-2017年爱普香料集团股份有限公司运营能力分析228

图表：2015-2017年爱普香料集团股份有限公司偿债能力分析228

图表：上海广泽食品科技股份有限公司奶酪产品 232

图表：上海广泽食品科技股份有限公司奶油产品 232

图表：上海广泽食品科技股份有限公司牛奶产品 233

图表：上海广泽食品科技股份有限公司小酪牛产品233

图表：2016年上海广泽食品科技股份有限公司主营业务分析 236

图表：2015-2017年上海广泽食品科技股份有限公司成长能力分析237

图表：2015-2017年上海广泽食品科技股份有限公司盈利能力分析237

图表：2015-2017年上海广泽食品科技股份有限公司运营能力分析237

图表：2015-2017年上海广泽食品科技股份有限公司偿债能力分析237

图表：2016年内蒙古骑士乳业股份有限公司旗下产品线 243

图表：2016年内蒙古骑士乳业股份有限公司主营业务分析244
图表：2016年内蒙古骑士乳业股份有限公司盈利能力分析245
图表：2016年内蒙古骑士乳业股份有限公司偿债能力分析245
图表：2016年内蒙古骑士乳业股份有限公司运营能力分析245
图表：2016年内蒙古骑士乳业股份有限公司成长能力分析246
图表：陕西红星美羚乳业股份有限公司旗下品牌分析 248
图表：陕西红星美羚乳业股份有限公司羊奶粉产品（1）249
图表：陕西红星美羚乳业股份有限公司（2）249
图表：2016年陕西红星美羚乳业股份有限公司主营业务分析 251
图表：2016年陕西红星美羚乳业股份有限公司盈利能力分析 252
图表：2016年陕西红星美羚乳业股份有限公司偿债能力分析 252
图表：2016年陕西红星美羚乳业股份有限公司运营能力分析 252
图表：2016年陕西红星美羚乳业股份有限公司成长能力 253
图表：全球各国奶酪人均消费量（kg/人）254
图表：我国主要奶酪品牌 256
图表：我国奶酪行业销售渠道分布变化 257
图表：我国奶酪行业中市场发展方向258
图表：2011-2016年全球奶酪总产量（万吨）265
图表：2011-2016年全球奶酪消费量（万吨）266
略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/3384773JBJ.html>