

2020-2026年中国乳制品行业 发展策略及投资建议报告

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

《2020-2026年中国乳制品行业发展策略及投资建议报告》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/ruzhipin/5591659KNW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

随着我国乳制品市场的不断发展完善,乳制品行业作为重要的食品行业有很大的市场需求,乳制品企业保持较快的发展。 2012-2019年中国乳制品企业营业收入走势智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国乳制品行业发展策略及投资建议报告》共十八章。首先介绍了乳制品行业市场发展环境、乳制品整体运行态势等,接着分析了乳制品行业市场运行的现状,然后介绍了乳制品市场竞争格局。随后,报告对乳制品做了重点企业经营状况分析,最后分析了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。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 2014-2019年国际乳制品所属行业分析2.1 2014-2019年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 全球乳制品消费趋势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 牛奶产量情况2.3.3 产品出口规模2.3.4 行业集中度高2.3.5 奶业经营模式分析2.3.6 奶品质量检验制度2.3.7 乳制品安全监管措施2.4 澳大利亚2.4.1 原料奶产量规模2.4.2 产品出口规模2.4.3 乳品消费情况2.4.4 乳业区域布局2.4.5 行业监管措施2.5 新西兰2.5.1 牛奶产量规模2.5.2 乳制品行业优势2.5.3 乳制品监管体系2.5.4 乳制品出口申报规定2.5.5 乳制品行业的发展经验2.5.6 新西兰乳业的发展趋势2.6 印度2.6.1 乳制品产业规模2.6.2 乳业发展成因2.6.3 乳品合作社模式2.6.4 推行乳业综合发展计划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 2014-2019年中国乳制品所属行业分析3.1 2014-2019年中国奶业发展分析3.1.1 行业发展概况3.1.2 2019年行业状况3.1.3 2019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 2014-2019年中国乳制品所属行业发展综述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 2014-2019年中国

乳制品所属行业运行分析3.3.1 2019年行业发展状况3.3.2 2019年行业运行状况3.3.3 2019年行业运行现状3.4 2014-2019年中国乳制品所属行业景气走势分析3.4.1 2019年行业景气走势3.4.2 2019年行业景气走势3.4.3 2019年行业景气走势3.5 中国乳制品行业品牌发展分析3.5.1 主要乳制品企业品牌3.5.2 乳制品品牌价值及市场定位3.5.3 乳制品品牌市场结构及影响因素3.5.4 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 中国乳制品制造所属行业财务状况4.1 2012-2019年中国乳制品制造所属行业经济规模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 2012-2019年中国乳制品制造所属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 2012-2019年中国乳制品制造所属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 2012-2019年中国乳制品制造所属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 2014-2019年乳制品所属行业产量数据分析5.1 2014-2019年全国乳制品产量分析2014-2019年中国乳制品产量及增长走势5.1.1 行业产量趋势5.1.2 2019年产量情况5.1.3 2019年产量情况5.1.4 2019年产量分布5.2 2013-2019年全国液体乳产量分析5.2.1 行业产量趋势5.2.2 2019年产量分析5.2.3 2019年产量分析5.2.4 2019年产量分布情况 第六章 2014-2019年乳制品所属行业消费分析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 乳制品消费市场现状6.2.3 乳业供需总量及结构浅析6.2.4 乳制品消费习惯的转变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 鲜奶消费总量展望6.4.3 酸奶消费增长空间分析6.4.4 奶粉市场消费趋势分析6.4.5 2019年市场消费预测 第七章 2014-2019年液态乳所属行业发展分析7.1 中国液态乳市场分析7.1.1 市场发展态势7.1.2 液态奶产量规模7.1.3 液态乳市场格局7.1.4 外资扩张中国市场7.1.5 液态乳消费者分析7.1.6 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 巴氏奶市场消费规模7.3.3 行业扶持政策将出台7.3.4 企业积极布局市场7.3.5 企业发展对策分析7.3.6 巴氏奶市场发展建议7.3.7 巴氏奶市场发展趋势7.4 液态奶市场竞争分析7.4.1 液态奶市场竞争态势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 2014-2019年奶粉所属行业市场发展分析8.1 2014-2019年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 市场品牌格局8.1.5 婴幼儿奶粉市场8.1.6 羊奶粉行业起步8.2 2014-2019年奶粉所属行业市场价格分析8.2.1 奶粉价格结构8.2.2 奶粉价格虚高8.2.3 2019年奶粉价格分析8.2.4 低价奶粉上市8.2.5 奶粉价格走势分析8.3 2014-2019年中国奶粉所属行业进口分析8.3.1 婴幼儿奶粉进口规模8.3.2 婴幼儿奶粉进口地区8.3.3 奶粉进口政策规章8.3.4 规范进口市场措施8.4 中国奶粉行业存在的问题及发展对策8.4.1 奶粉行业存在的问题8.4.2 奶粉行业重整问题8.4.3 注重奶源的建设8.4.4 国产奶粉面临的困境及对策8.4.5 中小乳企市场运作策略 第九章 2014-2019年奶酪、酸奶、冰淇淋所属行业市场分析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 酸奶市场消费规模9.2.3 酸奶市场品牌格局9.2.4 功能性酸奶受青睐9.2.5 常温酸奶发展势头9.2.6 酸奶市场有待规范9.2.7 酸奶市场存在的问题9.2.8 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 2014-2019年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 2014-2019年乳制品所属行业进出口分析11.1 2014-2019年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 2014-2019年中国乳制品进出口概况11.2.1 2019年乳制品进出口状况11.2.2 2019年乳制品进出口现状11.2.3 2019年乳制品进出口分析11.3 2014-2019年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 2014-2019年中国浓缩、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 主要贸易进出口情况分析11.4.3 主要省市进出口情况分析11.5 2014-2019年中国酪乳、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 主要贸易进出口情况分析11.5.3 主要省市进出口情况分析11.6 2014-2019年中国乳清；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的产品进出口数据分析11.6.1 进出口总量数据分析11.6.2 主要贸易进出口情况分析11.6.3 主要省市进出口情况分析11.7 2014-2019年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 2014-2019年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 2014-2019年乳制品营销分析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 2014-2019年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 2014-2019年乳制品包装分析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 2014-2019年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 行业主要竞争主体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 2014-2019年乳制品行业重点企业经营状况16.1 中国蒙牛乳业股份有限公司16.1.1 企业发展概况16.1.2 2019年经营状况16.1.3 2019年经营状况16.1.4 2019年经营状况16.2 内蒙古伊利实业集团股份有限公司16.2.1 企业发展概况16.2.2 经营效益分析16.2.3 业务经营分析16.2.4 财务状况分析16.2.5 未来前景展望16.3 光明乳业股份有限公司16.3.1 企业发展概况16.3.2 经营效益分析16.3.3 业务经营分析16.3.4 财务状况分析16.3.5 未来前景展望16.4 北京三元食品股份有限公司16.4.1 企业发展概况16.4.2 经营效益分析16.4.3 业务经营分析16.4.4 财务状况分析16.4.5 未来前景展望16.5 贝因美婴童食品股份有限公司16.5.1 企业发展概况16.5.2 经营效益分析16.5.3 业务经营分析16.5.4 财务状况分析16.5.5 未来前景展望 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 生产成本增加风险17.5.8 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 2019年中国乳业发展趋势18.1.3 我国乳制品行业发展方向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18.3 2020-2026年中国液体乳及乳制品制造行业预测18.3.1 未来行业影响因素18.3.2 行业收入预测18.3.3 行业利润预测 图表目录：图表1 2011-2019年全球原料奶和牛奶产量增长情况图表2 2011-2019年全球主要乳制品出口国牛奶产量图表3 2014-2019年全球原料奶与乳制品价格变化情况图表4 2014-2019年欧盟原料奶月度产量图表5 2014-2019年美国牛奶月度产量图表6 2019年美国乳制品出口十大市场规模与占比图表7 2013/14-2015/16年澳大利亚月度原料奶产量图表8 2014-2019年澳大利亚乳制品出口数量图表9 2012-2019年新西兰原奶产量图表10 2013/4-2015/2019年新西兰牛奶月度产量图表11 2011-2019年新西兰奶牛存栏图表12 中国奶牛分省存栏量图表13 2011-2019年我国奶牛存栏和牛奶产量情况图

表14 2011-2019年中国奶牛存栏量变化图
表15 2011-2019年中国全国和主产省区成奶牛平均单产图
表16 2011-2019年中国牛奶产量变化图
表17 2014-2019年中国主产省区饲料价格和奶牛养殖饲料成本图
表18 2019年中国奶牛存栏量和牛奶产量预测图
表19 2019年中国百头以上奶牛存栏比重预测图
表20 20世纪30年代《申报》“生生牧场”的消毒牛乳广告图
表21 2016年全国乳制品产量图
表22 2019年全国乳制品产量图
表23 2019年全国乳制品产量图
表24 2019年全国乳制品产量图
表25 全国奶牛优势区域简况图
表26 我国以液态乳类产品为主的产品组合利用方案图
表27 我国以奶油类产品为主的产品组合利用方案图
表28 我国以奶酪类产品为主的产品组合利用方案图
表29 2012-2019年中国进口奶粉和乳清粉的数量统计图
表30 2012-2019年我国乳制品产量的分类统计

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/5591659KNW.html>