

2016-2022年中国牛奶市场 研究与市场分析预测报告

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

《2016-2022年中国牛奶市场研究与市场分析预测报告》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/L850436IW7.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

前言

在现代市场经济活动中，信息已经是牛奶行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。牛奶企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着牛奶行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的牛奶企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

本牛奶行业研究报告共十六章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。牛奶行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了牛奶行业市场潜在需求与市场机会，报告对牛奶行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国牛奶行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 牛奶产业相关概述

第一节 牛奶产业链分析

第二节 牛奶成份及营养价值

第三节 牛奶种类

一、巴氏消毒奶

- 二、常温奶
- 三、还原奶
- 四、生鲜牛奶
- 五、灭菌牛奶
- 六、无抗奶
- 七、水牛奶

第二章 2015年世界牛奶产业发展状况分析

第一节 2015年全球奶牛养殖业运行概况

- 一、世界奶牛养殖品种
- 二、世界奶牛养殖规模
- 三、世界奶牛养殖模式
- 四、世界奶牛养殖成本与营利
- 五、世界奶牛养殖技术

第二节 2015年世界牛奶产业运行概况

- 一、世界牛奶产业亮点分析
- 二、全球牛奶生产与消费情况
- 三、世界牛奶市场价格分析
- 四、世界牛奶贸易分析
- 五、优质奶源对乳制品业的影响

第三节 2015年世界主要国家牛奶行业发展情况分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、加拿大

第四节 2016-2022年世界牛奶行业发展趋势分析

第三章 2015年中国牛奶产业运行环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况gdp(季度更新)
- 二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）

- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口
- 十三、中国乳制品业在国民经济中的地位分析
- 第二节 2015年中国牛奶产业发展政策环境分析
 - 一、牛奶产业标准、政策分析
 - 二、乳制品标准分析
 - 三、进出口政策分析
- 第三节 2015年中国牛奶产业社会环境分析
 - 一、中国人口规模及结构分析
 - 二、人们饮食结构
 - 三、居民消费观念和习惯
 - 四、教育环境分析
 - 五、文化环境分析
 - 六、生态环境分析
 - 七、中国城镇化率

第四章 2015年中国奶牛养殖业运行态势分析

第一节 2015年全球奶牛养殖业运行概况

- 一、中国奶牛养殖品种
- 二、中国奶牛养殖规模
- 三、中国奶牛养殖模式
- 四、中国奶牛养殖成本与营利

第二节 2015年中国奶牛养殖技术研究

- 一、奶牛综合养殖技术
- 二、奶牛其综新技术研究

第三节 2015年中国牛奶业供给分析

- 一、奶牛存栏（分奶牛品种、存栏规模、地域分布）
- 二、牛奶产量（总产量、单产水平（分品种、分地区））
- 三、奶牛进口
 - 1、活畜
 - 2、冻精
 - 3、胚胎

第五章 2015年中国牛奶产业发展形势分析

第一节 2015年中国牛奶产业发展综述

- 一、增长迅速产量高
- 二、消费集中在大中城市
- 三、人均产量处于较低水平
- 四、奶制品企业不断发展

第二节 2015年中国牛奶产业最新资讯分析

- 一、中国牛奶新国标引发消费信任危机
- 二、omp分析
- 三、有关于蒙牛特仑苏omp牛奶分析

第三节 2015年中国牛奶产业发展存在的问题分析

- 一、行业标准、政策不健全
- 二、牛奶制品质量安全问题
- 三、我国奶业与国际先进水平的差距
- 四、对加强我国乳业质量管理的启示

第六章 2015年中国牛奶行业奶源市场动态分析

第一节 2015年中国原奶供给分析

- 一、原奶供给量分析
- 二、原料奶价格分析

第二节 2015年中国奶源地分析

- 一、内蒙古
- 二、黑龙江
- 三、河北
- 四、新疆

第三节 2015年中国原料奶生产存在的问题探讨

- 一、奶牛平均单产水平低
- 二、原料奶质量问题突出
- 三、农户组织性弱
- 四、奶牛饲料结构不合理
- 五、新技术推广应用缓慢

第七章 2015年中国牛奶制品市场深度剖析

第一节 牛奶制品市场整体状况分析

- 一、我国牛奶产业市场结构分析
- 二、我国牛奶制品市场特点及机会分析
- 三、国内牛奶制品价格形势剖析
- 四、我国牛奶制品市场消费形势及景气度分析
- 五、中国牛奶制品各级市场分析

第二节 牛奶制品市场产品分析

- 一、我国牛奶制品市场新品纷呈
- 二、高端奶成乳品企业利润新增长点

第三节 牛奶制品市场策略分析

- 一、我国牛奶市场的特点及营销推广
- 二、乳品新产品开发的有效途径
- 三、牛奶制品新市场开发运作策略分析

第八章 2015年中国牛奶市场消费状况调研

第一节 牛奶消费者分析

- 一、牛奶消费者构成及其营养需求
- 二、牛奶消费者及消费特点分析
- 三、牛奶市场消费结构分析
- 四、牛奶消费者行为与心理探究

第二节 牛奶市场消费状况

- 一、牛奶消费与公众营养改善
- 二、中国牛奶消费现状
- 三、中国各省市城镇居民人均乳品消费变化

四、牛奶供需总量及结构浅析

第三节 影响中国牛奶需求的重要因素

一、收入增长

二、城市化进程

三、人口增长及其结构变化

四、市场细化和宏观政策

第四节 牛奶消费趋势预测

一、我国牛奶消费潜力大

二、牛奶消费趋势分析

三、扩大我国牛奶市场需求的战略对策

第九章 2015年中国牛奶加工行业运行态势分析

第一节 2015年中国牛奶市场构成

第二节 2015年液态奶细分市场分析

一、巴氏杀菌奶

二、超高温灭菌奶/uhf奶

三、酸奶

四、含乳饮料

第三节 2015年中国固态奶细分市场分析

一、奶粉

二、奶酪

第十章 2010-2015年中国牛奶产业相关产量数据分析

第一节 2010-2015年中国乳制品产量统计分析

一、2010-2015年全国乳制品产量分析

二、2015年全国及主要省份乳制品产量分析

三、2015年乳制品产量集中度分析

第二节 2010-2015年中国液态奶产量统计分析

一、2010-2015年全国液态奶产量分析

二、2015年全国及主要省份液态奶产量分析

三、2015年液态奶产量集中度分析

第十一章 牛奶市场营销分析

第一节 乳品营销概况

- 一、牛奶消费迈入价值营销时代
- 二、我国乳企实现跨界营销
- 三、我国牛奶领域首次掀起会员营销
- 四、我国牛奶行业“超女营销”模式反思

第二节 牛奶广告投放情况分析

- 一、我国牛奶平面媒体广告
- 二、牛奶电视广告投放情况
- 三、牛奶网络广告投放情况
- 四、牛奶其它形式广告投放情况

第三节 牛奶营销存在的问题及突围

- 一、牛奶行业营销面临的十大问题
- 二、我国牛奶行业亟待解决的营销问题
- 三、牛奶行业营销的四大突围

第四节 牛奶营销策略分析

- 一、牛奶行业营销
- 二、乳品促销之五步走
- 三、乳业促销竞争策略
- 四、乳业价格之外的营销策略
- 五、中小企业营销之柔道战略运用

第五节 中小型牛奶企业渠道及终端营销对策

- 一、选择适合自己的经销商
- 二、渠道选择
- 三、推广途径

第十二章 2015年中国牛奶产业市场竞争格局分析

第一节 2015年中国牛奶产业竞争现状分析

- 一、牛奶成本飙升竞争趋白热化
- 二、中国牛奶面临国际竞争
- 三、品牌竞争分析

第二节 2015年中国牛奶产业提升竞争力的策略分析

第三节 2015年中国重点地区牛奶产业竞争分析

一、重点区域竞争力分析

二、市场集中度分析

三、生产企业集中度分析

第四节 2015年中国牛奶产业竞争存在的问题分析

第十三章 2015年中国牛奶产业重点公司主要财务指标分析

第一节 伊利股份

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光明乳业

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 三元股份

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 新希望集团

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 蒙牛乳业（北京）有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十四章 2015年中国乳制品加工业运行态势及优质奶源需求预测

第一节 2015年中国奶业运行总况

一、中国奶业发展的四个阶段

二、中国奶业发展取得较大成就

三、中国奶业的科技发展

四、中国奶业的国际合作与交流

五、中国奶业发展呈现积极变化

第二节 2015年中国乳制品运行形势分析

一、乳品业逐步恢复正常平稳运行

二、2015年中国乳制品业经济指标分析

三、推动我国乳制品行业逐渐回暖的主要因素

四、促进乳制品行业健康发展的主要举措

五、中国乳制品行业正逐渐回归理性

六、外资趁营销乱局觊觎中国乳业市场

第三节 2015年中国乳制品市场运行透析

- 一、我国乳业市场结构分析
- 二、国内乳制品消费市场景气度持续回升
- 三、乳制品市场基本恢复
- 四、中国乳制品各级市场分析
- 五、我国乳制品市场新品纷呈
- 六、高端奶成乳品企业利润新增长点

第四节 2016-2022年中国乳制品加工业对优势奶源的影响预测分析

第十五章 2016-2022年中国牛奶产业发展前景展望分析

第一节 2016-2022年中国牛奶行业发展趋势分析

- 一、市场细分趋势更加明显
- 二、市场份额将高度集中
- 三、企业运作重心逐渐下移
- 四、市场竞争重点转向高端

第二节 2016-2022年中国牛奶产业市场预测分析

- 一、市场供给预测分析
- 二、产品需求预测分析
- 三、进出口预测分析

第三节 2016-2022年中国牛奶产业盈利预测分析

第十六章 2016-2022年中国牛奶产业投资前景预测分析 ZY CSX

第一节 2015年中国牛奶产业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国牛奶产业投资机会预测分析

- 一、中国牛奶产业投资潜力分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2016-2022年中国牛奶产业投资风险预测分析

- 一、市场竞争风险
- 二、政策风险
- 三、外资进入风险
- 四、技术风险

第四节 专家投资观点

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/L850436IW7.html>