

2017-2022年中国乳制品市 场深度研究与行业发展趋势报告

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

《2017-2022年中国乳制品市场深度研究与行业发展趋势报告》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/N03827PPY4.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

随着我国对乳制品行业的投入不断增加，不论从产业总值、产业占国民生产总值的比重方面都向有利于国民经济发展、有利于提高人们生活水平的方向发展，行业产值占农业总产值的比重日趋提高。同时，近年来乳制品安全事件时有发生、原料奶供应短缺、乳制品需求上涨推动了市场对现有产业结构的改造。

2015年我国奶类产量已达到3800万吨，位居世界第三，但人均奶类占有量为33公斤，仅为世界平均水平的1/3。随着人口增长和城镇化水平提升，奶业发展空间巨大。从生产方式来看，养殖等关键环节已发生了重大转变，奶牛100头以上的标准化规模养殖比重达到45%，比2008年提高25个百分点。机械化、信息化装备和关键技术广泛普及，全国机械化挤奶率达到90%，比2008年提高了39个百分点，这也带动了奶业生产效率的提高。2015年全国累计进口乳制品161.1万吨，较同期下跌11.1%；累计出口数量为33323.8吨。

国内乳制品消费量同比增长率

从乳品行业总销售规模来看，自2011年起国内乳制品企业数维持在600家以上，销售总额同比呈下降趋势，2014年至2015年乳品企业的总营业收入处于持平状态，预计2016年增速仍将维持在低单位数。

国内乳制品行业销售总额及同比增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国乳制品行业市场深度研究与行业发展趋势报告》共十五章。首先介绍了乳制品相关概念及发展环境，接着分析了中国乳制品规模及消费需求，然后对中国乳制品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国乳制品面临的机遇及发展前景。您若想对中国乳制品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 乳制品行业相关概述

1.1 乳制品的基本概述

- 1.1.1 乳制品的定义
- 1.1.2 乳制品产品分类
- 1.1.3 乳制品物理性质
- 1.1.4 乳制品营养价值分析
- 1.1.5 影响乳制品消费的因素
- 1.2 中国乳制品行业经济指标分析
 - 1.2.1 赢利性
 - 1.2.2 成长速度
 - 1.2.3 附加值的提升空间
 - 1.2.4 进入壁垒 / 退出机制
 - 1.2.5 风险性
 - 1.2.6 行业周期
 - 1.2.7 竞争激烈程度指标
 - 1.2.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 乳制品行业热点分析与解读

- 2.1 乳制品行业热点
 - 2.1.1 中国乳企加快“走出去”;
 - 2.1.2 传统企业主攻“互联网+”;
 - 2.1.3 新食品安全法
 - 2.1.4 两孩政策刺激市场大幅扩容
 - 2.1.5 牧业联合
 - 2.1.6 旗帜乳业开创中国乳业新模式
 - 2.1.7 酸奶品类创新不断，亮点产品频出

第三章 2014-2016年中国乳制品行业发展环境分析

- 3.1 乳制品行业政治法律环境（P）
 - 3.1.1 行业管理体制分析
 - 3.1.2 行业主要法律法规
 - 1、《原料乳与乳制品中三聚氰胺检测方法》
 - 2、《企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则》
 - 3、《乳制品加工行业准入条件》

- 4、《乳制品质量安全监督管理条例》
- 5、《乳制品感官评鉴细则》
- 6、《婴幼儿配方乳粉生产许可审查细则（2013版）》

3.1.3 乳制品行业标准

- 1、《生鲜乳生产收购管理办法》
- 2、《关于进一步加强乳制品质量安全工作的通知》
- 3、《食品添加剂使用标准》

3.1.4 行业相关发展规划总结及预测

- 1、农产品质量安全发展“十二五”发展规划总结
- 2、食品工业“十二五”规划总结

3.1.5 政策环境对行业的影响

3.2 行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 行业社会环境分析（S）

3.3.1 人口年龄结构变化

3.3.2 城乡人口结构变化

3.3.3 人口性别结构变化

3.3.4 行业社会环境对行业发展的影响

3.4 行业技术环境分析（T）

3.4.1 行业技术活跃程度分析

3.4.2 行业技术领先企业分析

3.4.3 行业技术领先企业分析

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球乳制品行业发展概述

4.1 国际乳制品行业整体概况

4.1.1 国外乳制品行业的发展模式

4.1.2 全球乳业发展概述

4.1.3 全球乳制品市场发展态势

4.1.4 主要发达国家奶业政策分析

4.1.5 全球乳制品行业的消费趋势

4.2 各大洲乳制品行业发展状况

4.2.1 各大洲乳业发展竞争力比较

4.2.2 欧盟奶业政策现状分析

4.2.3 欧盟采取措施促进乳制品市场稳定发展

4.2.4 亚洲乳制品行业发展空间分析

4.3 美国

4.3.1 美国奶业发展概况

4.3.2 美国乳制品出口概况

4.3.3 美国乳制品消费情况

4.3.4 美国奶品质量检验制度阐述

4.3.5 美国对乳制品安全的监管措施

4.4 澳大利亚

4.4.1 澳大利亚乳业的地区布局

4.4.2 澳大利亚乳制品产业发展综述

4.4.3 澳大利亚乳制品生产状况

4.4.4 澳大利亚奶制品行业严格监管

4.4.5 澳大利亚乳制品消费解析

4.5 新西兰

4.5.1 新西兰乳制品行业发展现状

4.5.2 新西兰奶业增长情况分析

4.5.3 新西兰对乳制品的监管

4.5.4 新西兰乳业的发展经验

4.5.5 新西兰乳业的发展趋势

第五章 中国乳制品产业运行格局及发展态势分析

5.1 中国奶业发展概况

5.1.1 中国奶业发展的四个阶段

5.1.2 中国奶业发展取得较大成就

5.1.3 中国奶业的科技发展

5.1.4 中国奶业的国际合作与交流

5.1.5 中国奶业发展呈现积极变化

5.2 中国乳制品行业发展现状

- 5.2.1 中国乳制品业景气度分析
- 5.2.2 我国乳制品业仍处于调整和恢复增长阶段
- 5.2.3 推动我国乳制品行业逐渐回暖的主要因素
- 5.2.4 中国乳企打入世界乳制品业第一阵营
- 5.2.5 中澳自贸协定对行业的影响
- 5.2.6 “放开二胎”对乳制品的机遇
- 5.3 中国乳业面临的问题
 - 5.3.1 乳制品生产存在的主要问题
 - 5.3.2 制约我国奶业健康发展的三大问题
 - 5.3.3 我国乳制品行业亟需改善的主要问题
 - 5.3.4 中国乳业奶源建设存在的问题及要点
- 5.4 中国乳业发展策略分析
 - 5.4.1 重振我国乳制品业的对策分析
 - 5.4.2 我国乳制品行业发展战略
 - 5.4.3 我国将采取六项措施促进乳业发展
- 5.5 中国乳制品市场运行态势分析
 - 5.5.1 中国乳制品市场现状综述
 - 5.5.2 我国乳制品市场价格走势
 - 5.5.3 我国乳制品市场消费形态
 - 5.5.4 乳制品市场产品分析
 - 1、我国乳制品市场新品纷呈
 - 2、高端奶成乳制品企业利润新增长点
- 5.6 乳制品市场策略分析
 - 5.6.1 我国牛奶市场的特点及营销推广
 - 5.6.2 乳制品新产品开发的有效途径
 - 5.6.3 乳制品新市场开发运作策略分析

第六章 我国乳制品行业整体运行指标分析

- 6.1 2014-2016年中国乳制品行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析

- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2014-2016年中国乳制品行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国乳制品行业工业总产值
 - 6.2.2 中国乳制品行业工业销售产值
 - 6.2.3 中国乳制品行业产销率
- 6.3 2014-2016年中国乳制品行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国乳制品行业供给分析
 - 6.3.2 中国乳制品行业需求分析
 - 6.3.3 中国乳制品行业供需平衡
- 6.4 2014-2016年中国乳制品行业财务指标总体分析
 - 6.4.1 行业盈利能力分析
 - 6.4.2 行业偿债能力分析
 - 6.4.3 行业营运能力分析
 - 6.4.4 行业发展能力分析
- 6.5 乳制品行业进出口市场分析
 - 6.5.1 乳制品行业进出口综述
 - 1、我国乳制品进出口贸易状况
 - 2、我国乳制品进口主要特点
 - 3、我国乳制品进口激增的原因
 - 4、中国乳制品进口带来的问题
 - 5、进口乳制品冲击下国产乳制品优劣势分析
 - 6、我国乳制品国际贸易的影响因素分析
 - 7、我国乳制品进出口贸易健康发展的对策
 - 6.5.2 乳制品行业出口市场分析
 - 1、乳制品出口国分布
 - 2、乳制品出口量分析
 - 3、乳制品出口金额分析
 - 6.5.3 乳制品行业进口市场分析
 - 1、乳制品进口国分布
 - 2、乳制品进口量分析
 - 3、乳制品进口金额分析

第七章 中国乳制品消费深度研究

7.1 乳制品消费者分析

7.1.1 乳制品消费者构成及其营养需求

7.1.2 乳制品消费者分析

7.1.3 乳制品消费结构分析

7.1.4 乳制品业消费者行为与心理探究

7.2 乳制品市场消费状况

7.2.1 乳制品消费与公众营养改善

7.2.2 中国乳制品消费现状

7.2.3 中国各省市城镇居民人均乳制品消费变化

7.2.4 乳业供需总量及结构浅析

7.3 影响中国乳制品需求的重要因素

7.3.1 人均收入增长

7.3.2 城市化进程

7.3.3 人口增长及其结构变化

7.3.4 市场细化程度

7.4 乳制品消费趋势预测

7.4.1 我国乳制品消费潜力大

7.4.2 乳制品消费趋势分析

7.4.3 扩大我国乳制品市场需求的战略对策

第八章 中国乳制品行业细分市场运行情况分析

8.1 中国液体奶市场运行情况

8.1.1 中国液态奶市场发展概况

液态奶（包括高中低端白奶、乳饮料、常温/低温酸奶）是乳品主要消费产品。液态奶、全脂奶粉和脱脂奶粉（包括消费者直接购买和工业奶粉）占比分别为 48%、46% 和 6%，其中，工业用全脂奶粉主要用于生产婴幼儿奶粉、乳饮料及复原乳和酸奶，应用占比为 37%、22% 和 33%，总体比重高达 92%；脱脂奶粉主要用于婴幼儿奶粉和乳饮料。

我国工用全脂奶粉的应用占比

我国消费者主要购买的乳品为液态奶（涵盖高中低端白奶、乳饮料、常温/低温酸奶）和婴幼儿奶粉，占比分别为 86.6% 和 11.4%，其他乳品如冰淇淋、糖、巧克力等的乳品消费占比为

2.1%。

我国消费者乳品购买量占比

目前我国液态奶的人均消费量为 18kg，远低于澳大利亚 和新西兰人均 110kg 的消费量，也仅为美国、欧盟、加拿大等地区消费水平的 1/4。同时，我国整体乳制品（涵盖奶粉、奶酪和黄油等）人均消费量约为 31kg，远低于美国 208kg 的人均购买力。

我国和韩国日本地处亚洲东部，乳制品消费习惯较为接近，以韩国和日本成熟的乳制品人均消费量来估算中国乳制品市场的潜在空间是较为合理的方式。韩国和日本的液态奶人均消费量分别维持在 33kg 和 31kg，是我国人均消费量的 1.8 和 1.7 倍，即对标韩国和日本，我国传统乳制品消费能力还有不到一倍的增长空间。

各国液态奶人均消费量（kg）

8.1.2 中国液态奶市场特征分析

8.1.3 中国液态奶生产现状分析

8.1.4 中国液态奶品类市场格局

8.1.5 市场集中度及品牌的发展

8.2 中国酸奶市场运行情况

8.2.1 中国酸奶市场发展概况

8.2.2 酸奶细分市场发展分析

8.2.3 中国酸奶市场特征分析

8.2.4 酸奶市场增长因素分析

8.2.5 市场集中度及品牌发展

8.3 中国奶粉市场运行情况

8.3.1 中国奶粉市场发展概况

8.3.2 中国农村奶粉市场分析

8.3.3 奶粉市场竞争热点分析

1、洋奶粉占优国产品牌欲崛起

2、配方奶粉成为市场竞争热点

3、婴幼儿奶粉市场潜力被看好

4、奶粉向多元化方向发展

5、国内奶粉企业品牌战略

6、市场集中度及品牌发展

8.4 中国奶酪市场运行情况

8.4.1 中国奶酪市场发展概况

8.4.2 中国奶酪市场特征分析

8.4.3 中国奶酪市场消费现状

8.4.4 市场集中度及品牌发展

8.5 建议

8.5.1 细分市场研究结论

8.5.2 细分市场建议

第九章 中国乳制品行业产业链发展情况分析

9.1 中国乳制品行业产业链发展情况

9.1.1 中国乳制品行业产业链发展情况

9.1.2 乳制品行业产业链发展优势

9.2 中国乳制品行业上游产业分析

9.2.1 农产品价格波动情况

9.2.2 中国奶牛的饲养情况

1、中国奶牛养殖规模

2、中国奶源分布情况

3、奶牛养殖市场形势

9.2.3 饲料行业的发展情况

9.2.4 上游产业的影响分析

9.3 中国乳制品行业下游产业分析

9.3.1 中国居民收入水平

9.3.2 中国居民消费支出

9.3.3 下游产业的影响分析

9.4 中国乳制品产业链危机及对策

9.4.1 中国乳制品产业链存在的危机

9.4.2 中国乳制品产业链的危机根源

9.4.3 应对乳制品产业链危机的对策

第十章 中国乳制品行业市场竞争分析

10.1 中国乳制品市场竞争状况

10.1.1 乳制品业“双寡头”格局依然保持

10.1.2 乳制品市场竞争转向高端产品

10.1.3 乳业奶源竞争进一步加剧

10.1.4 儿童奶成乳制品行业竞争新热点

10.2 中国乳制品行业国际竞争力分析

10.2.1 中国乳制品业国际市场竞争力状况

10.2.2 国际竞争力提升的制约因素

10.2.3 提升国际竞争力的发展对策

10.3 乳制品行业并购重组分析

10.3.1 跨国公司在华投资兼并与重组分析

10.3.2 本土企业投资兼并与重组分析

10.3.3 行业投资兼并与重组趋势分析

10.4 中国乳制品行业竞争战略走向

10.4.1 从价格战逐步向价值战转变

10.4.2 从注重战术向关注战略转变

10.4.3 从渠道到消费者的争夺转变

10.4.4 从产品宣传到营养教育转变

10.4.5 从市场到价值链的建设转变

10.4.6 从大众营销到体验营销转变

10.5 乳制品市场竞争策略分析

10.5.1 乳制品上游企业竞争策略

10.5.2 乳制品下游企业竞争策略

10.5.3 乳制品企业市场竞争策略

10.5.4 乳制品渠道市场竞争策略

第十一章 中国乳制品行业领先企业竞争力分析

11.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业主要产品分析

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

- 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业主要产品分析
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 光明乳业股份有限公司
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业主要产品分析
 - 11.3.3 企业竞争优势分析
 - 11.3.4 企业经营状况分析
 - 11.3.5 企业最新发展动态
 - 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4 北京三元食品股份有限公司
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业主要产品分析
 - 11.4.3 企业竞争优势分析
 - 11.4.4 企业经营状况分析
 - 11.4.5 企业最新发展动态
 - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5 维维集团股份有限公司
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业主要产品分析
 - 11.5.3 企业竞争优势分析
 - 11.5.4 企业经营状况分析
 - 11.5.5 企业最新发展动态
 - 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 黑龙江省完达山乳业股份有限公司
 - 11.6.1 企业发展基本情况
 - 11.6.2 企业主要产品分析

- 11.6.3 企业竞争优势分析
- 11.6.4 企业经营状况分析
- 11.6.5 企业最新发展动态
- 11.6.6 企业发展战略分析
- 11.7 广东雅士利集团有限公司
 - 11.7.1 企业发展基本情况
 - 11.7.2 企业主要产品分析
 - 11.7.3 企业竞争优势分析
 - 11.7.4 企业经营状况分析
 - 11.7.5 企业最新发展动态
 - 11.7.6 企业发展战略分析
- 11.8 浙江贝因美科工贸股份有限公司
 - 11.8.1 企业发展基本情况
 - 11.8.2 企业主要产品分析
 - 11.8.3 企业竞争优势分析
 - 11.8.4 企业经营状况分析
 - 11.8.5 企业最新发展动态
 - 11.8.6 企业发展战略分析
- 11.9 美赞臣营养品（中国）有限公司
 - 11.9.1 企业发展基本情况
 - 11.9.2 企业主要产品分析
 - 11.9.3 企业竞争优势分析
 - 11.9.4 企业经营状况分析
 - 11.9.5 企业最新发展动态
 - 11.9.6 企业发展战略分析
- 11.10 上海惠氏营养品有限公司
 - 11.10.1 企业发展基本情况
 - 11.10.2 企业主要产品分析
 - 11.10.3 企业竞争优势分析
 - 11.10.4 企业经营状况分析
 - 11.10.5 企业最新发展动态
 - 11.10.6 企业发展战略分析

11.11 广州市合生元生物制品有限公司

11.11.1 企业发展基本情况

11.11.2 企业主要产品分析

11.11.3 企业竞争优势分析

11.11.4 企业经营状况分析

11.11.5 企业最新发展动态

11.11.6 企业发展战略分析

11.12 哈尔滨太子乳品工业有限公司

11.12.1 企业发展基本情况

11.12.2 企业主要产品分析

11.12.3 企业竞争优势分析

11.12.4 企业经营状况分析

11.12.5 企业最新发展动态

11.12.6 企业发展战略分析

11.13 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司

11.13.1 企业发展基本情况

11.13.2 企业主要产品分析

11.13.3 企业竞争优势分析

11.13.4 企业经营状况分析

11.13.5 企业最新发展动态

11.13.6 企业发展战略分析

11.14 青海小西牛生物乳业有限公司

11.14.1 企业发展基本情况

11.14.2 企业主要产品分析

11.14.3 企业竞争优势分析

11.14.4 企业经营状况分析

11.14.5 企业最新发展动态

11.14.6 企业发展战略分析

11.15 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

11.15.1 企业发展基本情况

11.15.2 企业主要产品分析

11.15.3 企业竞争优势分析

11.15.4 企业经营状况分析

11.15.5 企业最新发展动态

11.15.6 企业发展战略分析

第十二章 2017-2022年中国乳制品行业发展趋势与前景分析

12.1 2017-2022年中国乳制品市场发展前景

12.1.1 高品质乳制品市场空间广阔

12.1.2 乳制品的消费市场空间广阔

12.1.3 规模化养殖启动乳制品新发展

12.2 2017-2022年中国乳制品市场发展趋势预测

12.2.1 中国乳制品行业发展总体趋势

12.2.2 乳制品行业细分市场发展趋势

1、酸奶市场发展趋势分析

2、奶粉市场发展趋势分析

3、奶酪市场发展趋势分析

4、液态奶市场发展趋势分析

12.3 2017-2022年中国乳制品行业供需预测

12.3.1 2017-2022年中国乳制品行业供给预测

12.3.2 2017-2022年中国乳制品行业需求预测

12.3.3 2017-2022年中国乳制品供需平衡预测

12.4 2017-2022年中国乳制品行业进出口预测

第十三章 2017-2022年中国乳制品行业投资前景

13.1 乳制品行业投资现状分析

13.1.1 我国乳制品行业准入门槛提高

13.1.2 中国乳制品市场成投资焦点

13.1.3 利好预期拉动我国乳制品业投资增长

13.1.4 我国乳业迎来资本进入热潮

13.2 乳制品行业投资特性分析

13.2.1 乳制品行业进入壁垒分析

13.2.2 乳制品行业盈利模式分析

13.2.3 乳制品行业盈利因素分析

13.3 乳制品行业投资机会分析

13.3.1 乳制品行业区域投资潜力分析

13.3.2 农村乳制品市场投资潜力分析

13.3.3 高端乳制品市场投资机会分析

13.3.4 中国酸奶市场的投资机会分析

13.3.5 婴幼儿奶粉市场投资机会分析

13.4 乳制品行业投资风险分析

13.4.1 行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 市场供需风险

13.4.5 原料成本风险

13.4.6 产品价格风险

13.4.7 其他投资风险

13.5 乳制品行业投资潜力与建议

13.5.1 乳制品行业投资潜力分析

13.5.2 乳制品行业最新投资动态

13.5.3 乳制品行业投资机会与建议

第十四章 2017-2022年中国乳制品企业投资战略与客户策略分析

14.1 对我国乳制品品牌的战略思考

14.1.1 乳制品品牌的重要性

14.1.2 乳制品实施品牌战略的意义

14.1.3 乳制品企业品牌的现状分析

14.1.4 我国乳制品企业的品牌战略

14.1.5 乳制品品牌战略管理的策略

14.2 乳制品经营策略分析

14.2.1 乳制品市场细分策略

14.2.2 乳制品市场创新策略

14.2.3 品牌定位与品类规划

14.2.4 乳制品新产品差异化战略

14.3 乳制品企业战略规划策略分析

- 14.3.1 战略综合规划
- 14.3.2 技术开发战略
- 14.3.3 区域战略规划
- 14.3.4 产业战略规划
- 14.3.5 营销品牌战略
- 14.3.6 竞争战略规划
- 14.4 乳制品企业发展战略分析
 - 14.4.1 开拓市场扩大乳制品消费
 - 14.4.2 加大科技投入提高品质
 - 14.4.3 调整产品结构开发新产品
 - 14.4.4 实施品牌战略走集团化道路
- 14.5 乳制品企业核心竞争力提升策略
 - 14.5.1 产品开发能力
 - 14.5.2 渠道管控能力
 - 14.5.3 品牌传播能力
 - 14.5.4 奶源保障能力

第十五章 研究结论及建议 (ZY ZM)

- 15.1 研究结论
- 15.2 建议
 - 15.2.1 行业发展策略建议
 - 15.2.2 行业投资方向建议
 - 15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：乳制品行业产业链示意图
- 图表：乳制品生产成本构成
- 图表：奶牛饲养成本构成
- 图表：2014-2016年我国商品饲料产量变化
- 图表：2015年我国商品饲料品种占比
- 图表：2015年三大地区饲料总产量占全国的比重
- 图表：我国主要食品添加剂市场现状

图表：2014-2016年我国奶牛存栏量情况

图表：2015年我国奶牛存栏量区域分布情况

图表：2014-2016年我国奶牛存栏量规模化养殖比重

图表：乳制品企业的牧场和奶源情况

图表：全球主要乳制品消费国家液体奶国内消费量

图表：2014-2016年我国牛奶产量

图表：2014-2016年我国人均牛奶产量

图表：2014-2016年我国人均液态奶消费量

图表：2015年主要国家液态奶人均消费量

图表：我国城镇居民分区域乳制品消费品支出

图表：我国农村居民分区域乳制品消费量

图表：散养手工挤奶与规模化养殖机械挤奶效果比较

图表：我国不同乳制品包装占比情况

图表：乳制品冷链物流的特点

图表：我国乳制品行业发展的主要特点

图表：2014-2016年我国乳制品产量及同比增速

图表：2015年我国乳制品产量区域分布占比情况

图表：乳制品行业工业总产值居前的10个地区比重图

图表：2014-2016年产成品居前的10个地区统计表

图表：2015年乳制品行业产成品居前的10个地区比重图

图表：2014-2016年乳制品行业销售产值及增长率变化情况

图表：2014-2016年乳制品行业销售收入及增长率变化趋势图

图表：2014-2016年销售产值居前10个地区统计表

图表：乳制品行业销售产值居前的10个地区比重图

图表：2014-2016年乳制品行业销售收入居前的10个地区统计表

图表：2015年乳制品行业销售收入居前的10个地区比重图

图表：2014-2016年全国乳制品行业产销率变化趋势图

图表：2014-2016年中国乳制品行业进出口状况表

图表：2014-2016年我国乳制品行业产品进口情况

图表：2014-2016年中国乳制品行业进口产品

图表：2014-2016年我国乳制品行业产品出口情况

图表：2014-2016年中国乳制品行业出口产品

图表：2014-2016年我国乳制品行业营业收入及占食品制造业的比重

图表：2015年我国乳制品行业主要企业市场占有率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/N03827PPY4.html>