

2018年中国生鲜乳行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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《2018年中国生鲜乳行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/331699331699.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

指定生鲜乳生产团体是日本生鲜乳流通体系中的重要参与者，该组织成立于1966年。日本政府在1966年通过颁布《加工原料乳生产者补给金等暂定措施》建立了“一元收购、多元销售”的生鲜乳购销体系。根据该措施的规定，日本政府在都道府县层次建立由指定生鲜乳生产团体统一收购生鲜乳并向不同企业销售，截止2017年12月，日本国内存在包括北海道、东北、北陆和关东等在内的10家指定生鲜乳生产团体。

图表：日本国内现存的10家指定生鲜乳生产团体

指定生鲜乳生产团体的出现彻底的改变了日本生鲜乳流通体系，与下游乳制品企业谈判和交易的对象由过往的分散的奶农变为区域性的指定生鲜乳生产团体。指定生鲜乳生产团体扮演了奶农和乳制品企业中介的角色，其将奶农提供的生鲜乳集中后分别出售给不同的乳制品企业，获得收入之后叠加来自政府的奶农补贴，并扣除销售费用之后支付给奶农。

图表：日本生鲜乳流通体系示意图 根据日本农林水产省的统计，2016年日本的指定生鲜乳生产团体控制了日本约97%的生鲜乳供给，这意味着奶农通过指定生鲜乳生产团体这一媒介扭转了产业链上的不利地位，显著加强了自身对于下游乳制品企业的议价权。指定生鲜乳生产团体在乳业的产业链中主要起到了3个作用，分别是加强奶农的议价权、削减生鲜乳的运输成本以及供需的灵活调配。

1)加强奶农的议价权：指定生鲜乳生产团体制度推出的60年代日本的奶农养殖规模普遍偏小，根据J-Milk的统计，1969年日本国内养殖规模在20头以下的农场的乳牛数量在总乳牛数量中的占比为89%，这种小规模奶农对下游乳制品企业的议价能力非常弱，将这些小型的奶农联合起来后对下游的议价能力获得了明显的提升。

2)削减生鲜乳的运输成本：由于生鲜乳是液态物质，而且很容易腐坏变质，因此对物流运输提出了较高的要求。小型奶农的运输成本相对较高，通过指定生鲜乳生产团体执行规模化的生鲜乳运输有助于降低生鲜乳的单位运输成本。

3)供需的灵活调配：日本是一个自然灾害多发的国家，奶农和乳制品企业的生产经营在发生自然灾害的情况下都会受到严重的影响。以2016年4月14日的熊本地震为例，连续强震的发生导致熊本区域内的乳制品加工企业瘫痪，为了避免地震区域内的奶农遭受较大的经济损失，由九州指定生鲜乳生产团体牵头，全国范围内其他指定生鲜乳生产团体、乳制品企业的协助下，熊本内生产的生鲜乳被调配至其他地区正常运行的乳制品加工企业，避免了损失的进一步扩大。

图表：指定生鲜乳生产团体控制日本97%的生鲜乳供给（2016年） 图表：指定生鲜乳生产团体在产业链中起到的作用 图表：规模在20头以下的奶农数量占据89%（1969年）

图表：紧急情况下，指定生鲜乳生产团体具有调配调节的能力 由于指定生鲜乳生产团体制度的存在，日本的生鲜乳价格波动性较低，而且能够一直保持高位。与包括美国、澳大利亚和新西兰等世界主流牛奶产区相比，日本的生鲜乳价格的波动性明显较低，除了日本乳

制品出口量较小之外，指定生鲜乳生产团体也在价格稳定上扮演了重要角色。同时，日本生鲜乳价格明显较高，是包括欧盟、澳大利亚和新西兰在内的世界其他主要牛奶产区的1.5~2.5倍。

图表：1995~2015年日本生鲜乳价格情况（波动率小）
图表：1995-2015年美国生鲜乳价格情况
图表：1995-2015年澳大利亚生鲜乳价格情况
图表：1995-2015年新西兰生鲜乳价格情况
图表：日本与其他牛奶主产区的生鲜乳价格对比（2015年，全部为日元计价）

观研天下发布的《2018年中国生鲜乳行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、生鲜乳T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国生鲜乳行业发展概述

第一节 生鲜乳行业发展情况概述

- 一、生鲜乳行业相关定义
- 二、生鲜乳行业基本情况介绍
- 三、生鲜乳行业发展特点分析

第二节 中国生鲜乳行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、生鲜乳行业产业链条分析
 - 三、中国生鲜乳行业产业链环节分析
- 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国生鲜乳行业生命周期分析

- 一、生鲜乳行业生命周期理论概述
- 二、生鲜乳行业所属的生命周期分析

第四节 生鲜乳行业经济指标分析

- 一、生鲜乳行业的赢利性分析
- 二、生鲜乳行业的经济周期分析
- 三、生鲜乳行业附加值的提升空间分析

第五节 国中生鲜乳行业进入壁垒分析

- 一、生鲜乳行业资金壁垒分析
- 二、生鲜乳行业技术壁垒分析
- 三、生鲜乳行业人才壁垒分析
- 四、生鲜乳行业品牌壁垒分析
- 五、生鲜乳行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球生鲜乳行业市场发展现状分析

第一节 全球生鲜乳行业发展历程回顾

第二节 全球生鲜乳行业市场区域分布情况

第三节 亚洲生鲜乳行业地区市场分析

- 一、亚洲生鲜乳行业市场现状分析
- 二、亚洲生鲜乳行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲生鲜乳行业市场前景分析

第四节 北美生鲜乳行业地区市场分析

- 一、北美生鲜乳行业市场现状分析
- 二、北美生鲜乳行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美生鲜乳行业市场前景分析

第五节 欧盟生鲜乳行业地区市场分析

- 一、欧盟生鲜乳行业市场现状分析
- 二、欧盟生鲜乳行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟生鲜乳行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界生鲜乳行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球生鲜乳行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国生鲜乳产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国生鲜乳行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国生鲜乳产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、生鲜乳环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国生鲜乳行业运行情况

第一节 中国生鲜乳行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国生鲜乳行业市场规模分析

第三节 中国生鲜乳行业供应情况分析

第四节 中国生鲜乳行业需求情况分析

第五节 中国生鲜乳行业供需平衡分析

第六节 中国生鲜乳行业发展趋势分析

第五章 中国生鲜乳所属行业运行数据监测

第一节 中国生鲜乳所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国生鲜乳所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国生鲜乳所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国生鲜乳市场格局分析

第一节 中国生鲜乳行业竞争现状分析

一、中国生鲜乳行业竞争情况分析

二、中国生鲜乳行业主要品牌分析

第二节 中国生鲜乳行业集中度分析

一、中国生鲜乳行业市场集中度分析

二、中国生鲜乳行业企业集中度分析

第三节 中国生鲜乳行业存在的问题

第四节 中国生鲜乳行业解决问题的策略分析

第五节 中国生鲜乳行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国生鲜乳行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国生鲜乳行业消费特点

第二节 中国生鲜乳行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 生鲜乳行业成本分析

第四节 生鲜乳行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国生鲜乳行业价格现状分析

第五节 中国生鲜乳行业平均价格走势预测

一、中国生鲜乳行业价格影响因素

二、中国生鲜乳行业平均价格走势预测

三、中国生鲜乳行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国生鲜乳行业区域市场现状分析

第一节 中国生鲜乳行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地生鲜乳市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜乳市场规模分析

四、华东地区生鲜乳市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区生鲜乳市场规模分析

四、华中地区生鲜乳市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区生鲜乳市场规模分析

第九章 2015-2017年中国生鲜乳行业竞争情况

第一节 中国生鲜乳行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国生鲜乳行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国生鲜乳行业竞争环境分析（生鲜乳T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 生鲜乳行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国生鲜乳行业发展前景分析与预测

第一节 中国生鲜乳行业未来发展前景分析

一、生鲜乳行业国内投资环境分析

二、中国生鲜乳行业市场机会分析

三、中国生鲜乳行业投资增速预测

第二节 中国生鲜乳行业未来发展趋势预测

第三节 中国生鲜乳行业市场发展预测

一、中国生鲜乳行业市场规模预测

二、中国生鲜乳行业市场规模增速预测

三、中国生鲜乳行业产值规模预测

四、中国生鲜乳行业产值增速预测

五、中国生鲜乳行业供需情况预测

第四节 中国生鲜乳行业盈利走势预测

一、中国生鲜乳行业毛利润同比增速预测

二、中国生鲜乳行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国生鲜乳行业投资风险与营销分析

第一节 生鲜乳行业投资风险分析

一、生鲜乳行业政策风险分析

二、生鲜乳行业技术风险分析

三、生鲜乳行业竞争风险分析

四、生鲜乳行业其他风险分析

第二节 生鲜乳行业企业经营发展分析及建议

一、生鲜乳行业经营模式

二、生鲜乳行业销售模式

三、生鲜乳行业创新方向

第三节 生鲜乳行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国生鲜乳行业发展策略及投资建议

第一节 中国生鲜乳行业品牌战略分析

一、生鲜乳企业品牌的重要性

二、生鲜乳企业实施品牌战略的意义

三、生鲜乳企业品牌的现状分析

四、生鲜乳企业的品牌战略

五、生鲜乳品牌战略管理的策略

第二节 中国生鲜乳行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国生鲜乳行业战略综合规划分析

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

第十四章 2018-2024年中国生鲜乳行业发展策略及投资建议

第一节中国生鲜乳行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国生鲜乳行业定价策略分析

第二节中国生鲜乳行业营销渠道策略

一、生鲜乳行业渠道选择策略

二、生鲜乳行业营销策略

第三节中国生鲜乳行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国生鲜乳行业重点投资区域分析

二、中国生鲜乳行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/331699331699.html>