

中国鲜奶产业竞争态势全景调查与未来投资前景 预测报告

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《中国鲜奶产业竞争态势全景调查与未来投资前景预测报告》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/231712231712.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

鲜奶是指牛奶脱离牛体24小时之内的牛奶，否则不能称之为“鲜”奶。原来国家对于牛奶行业“鲜牛奶”有过明文规定，故目前各乳品企业在其产品中不能提到“鲜”字。液态牛奶有常温奶和低温保鲜奶两种。低温保鲜奶，通常是指用原奶进行巴氏灭菌、均质而成的牛奶，也叫巴氏奶，俗称则为鲜奶。这种牛奶不添加任何稳定剂、增稠剂、乳化剂等。生产鲜奶的企业要有充足的原奶，原奶可向当地牧民或奶农收购，但最好还是企业自身拥有乳源基地，这样有利于确保奶牛的健康和牛奶的营养卫生。乳源基地的建设需要大量资金，故生产鲜奶的企业需要一定的规模。常温奶是采用超高温杀菌技术的牛奶，由于其具有保质期长，储存方便以及各种营养成分的含量比较充足等特点，生活中很多人更愿意选购常温奶。

人们饮用牛奶的主要目的就是为补充蛋白质、钙和其他维生素。牛奶中富含的营养很多，但最重要有四种，分别是赖氨酸（一种蛋白质）、钙、维生素B2（核黄素）和维生素B12，虽然在超高温灭菌工艺中会有一些成分失去活性，但并没有降低牛奶中的营养。首先，牛奶中的蛋白质经技术处理后会产生变性，这属于物理变化，但蛋白质的变性对其营养价值没有影响。其次，牛奶中的钙，加热并不会影响人体对它的吸收利用；最后，牛奶经超高温消毒后的确会使某些对热敏感的维生素会被破坏，但破坏程度很低。牛奶中除了维B2和维B12外，其他人类所需的维生素的含量较低，而且大多数维生素的获取途径主要是蔬菜和水果。鲜奶主要营养成分与常温奶并无显著区别，鲜奶与常温奶相比，无论是钙的吸收率、钙对骨密度的影响，还是蛋白质的功效，二者都没有什么区别。

2012年以来，牛奶在我国消费者中已经养成饮用习惯，消费者对于鲜牛奶有一定的兴趣购买，市场前景较好，产品具有一定的溢价空间。目前来看，消费者对于鲜牛奶的认知度比较低，大部分消费者都不知道鲜牛奶与纯牛奶的区别，也不知道巴士灭菌法的好处（在最大限度保证新鲜的同时杀灭细菌）。不过，大部分的消费者都愿意尝试购买鲜牛奶，对鲜牛奶也比较感兴趣。

消费者购买牛奶看重的是营养，是想获得身体健康的利益。国内灭菌牛奶的消费量持续快速增长，中国已成为全球最大的灭菌牛奶生产设备与包装材料市场。如果说，在一个贫奶的国家，开始看重的是消费量的话，那么，在未来更需要重视消费质量。要改变一个人的消费行为，建立与更新消费观念是关键。在这之前，必须了解消费者现有的消费观念，这是为了探索问题的症结，评估消费者行为改变的可能性，确定改变消费者行为的一些主要策略。新鲜是最重要的从消费品种上来划分，有3类液态奶消费者，一类是鲜奶消费者，另外一类是常温牛奶消费者，还有一类是既购买鲜奶又购买常温牛奶的消费者。事实上，对整个消费者群体而言，最普遍的观点是，要想保证所购牛奶新鲜，就必须买离生产日期愈近的牛奶。所以，无论是购买常温牛奶，还是购买鲜奶的消费者都不会放弃查看产品的生产日期，因此，保证产品货龄新鲜成为各生产企业销售工作中的核心任务。

中国报告网发布的《中国鲜奶产业竞争态势全景调查与未来投资前景预测报告》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、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研究分析。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。

【报告目录】

第一章中国鲜奶行业PEST模型分析

第一节鲜奶行业定义统计标准

一、鲜奶行业概念及分类

二、鲜奶行业统计部门和统计口径

三、鲜奶行业产业链结构分析

四、鲜奶行业发展周期分析

第二节中国鲜奶行业政策环境分析（P）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十三五”发展规划

第三节中国鲜奶行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济及对鲜奶行业影响

二、国内宏观经济及对鲜奶行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、鲜奶行业在食品制造行业地位分析

第四节中国鲜奶行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对鲜奶行业影响

二、鲜奶人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对鲜奶行业影响

第五节中国鲜奶行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章2013-2015全球鲜奶行业市场发展状况分析

第一节2013-2015世界鲜奶行业发展状况

一、世界鲜奶行业生产情况

二、世界鲜奶消费及趋势分析

三、世界鲜奶行业发展趋势分析

第二节美国鲜奶行业现状分析

一、美国鲜奶行业的市场现状

二、美国鲜奶行业的市场特征

第三节日本鲜奶行业现状分析

一、日本鲜奶行业的市场规模

二、日本鲜奶行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节欧洲鲜奶行业市场状况

一、欧洲鲜奶行业的市场现状

二、欧洲鲜奶行业的市场特征

第五节主要跨国鲜奶公司在中国市场的投资布局

第三章2013-2015我国鲜奶行业现状及市场发展分析

第一节2013-2015我国鲜奶行业发展现状

一、鲜奶行业市场规模

二、鲜奶行业产品发展现状

三、鲜奶行业消费市场现状

第二节2013-2015鲜奶行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节2013-2015鲜奶市场结构和价格走势分析

一、2013-2015我国鲜奶市场结构和价格走势概述

二、2013-2015我国鲜奶市场结构分析

三、2013-2015我国鲜奶市场价格走势分析

第四节2013-2015重点城市鲜奶市场发展情况

第四章2013-2015中国鲜奶行业财务指标与供需情况分析

第一节2013-2015中国鲜奶行业经济运行主要特点

第二节2013-2015鲜奶行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节2013-2015全国鲜奶行业供给情况分析

- 一、全国鲜奶行业总产值分析
- 二、全国鲜奶行业产成品分析
- 三、各地区鲜奶行业供给情况分析

第四节2013-2015全国鲜奶行业需求情况分析

- 一、全国鲜奶行业销售产值分析
- 二、全国鲜奶行业销售收入分析
- 三、各地区鲜奶行业需求情况分析
- 四、全国鲜奶行业产销率分析

第五节2013-2015中国鲜奶行业进出口分析

- 一、行业出口分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口产品结构
 - 3、鲜奶行业出口前景及建议
- 二、行业进口分析
 - 1、行业进口整体情况
 - 2、行业进口产品结构
 - 3、鲜奶行业进口前景及建议

第五章鲜奶区域市场情况分析

第一节华北市场分析

第二节中南市场分析

第三节华东市场分析

第四节东北市场分析

第六章中国鲜奶行业消费市场分析

第一节中国鲜奶消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2013-2015消费者收入水平
- 三、2015消费者信心指数分析

第二节鲜奶行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节鲜奶市场消费需求分析

- 一、鲜奶市场的消费需求变化
- 二、鲜奶行业的需求情况分析

三、2015鲜奶品牌市场消费需求趋势

第四节鲜奶消费市场状况分析

- 一、鲜奶行业消费特点
- 二、鲜奶消费者分析
- 三、鲜奶消费结构分析
- 四、鲜奶消费的市场变化
- 五、鲜奶市场的消费方向

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节鲜奶行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、鲜奶行业品牌忠诚度调查
- 六、鲜奶行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第七章鲜奶行业竞争格局与竞争策略分析

第一节波特五力模型分析

- 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

第二节行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节2013-2015鲜奶行业竞争格局分析

- 一、2013-2015国内外鲜奶竞争分析
- 二、2013-2015我国鲜奶市场竞争分析

三、2013-2015我国鲜奶市场集中度分析

四、2016-2022年国内主要鲜奶企业动向

五、2015国内鲜奶拟在建项目分析

第四节鲜奶市场竞争策略分析

一、2015鲜奶市场增长潜力分析

二、2015鲜奶主要潜力品种分析

三、现有鲜奶产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节鲜奶企业竞争策略分析

一、鲜奶行业竞争格局的影响因素分析

二、2016-2022年我国鲜奶市场竞争趋势

三、2016-2022年鲜奶行业竞争策略分析

四、2016-2022年鲜奶企业竞争策略分析

第八章主要鲜奶企业竞争分析

第一节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节蒙牛乳业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节上海光明乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节北京三元食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节黑龙江摇篮乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节石家庄君乐宝乳业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第七节山东得益乳业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第八节辽宁辉山控股(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第九节广东燕塘乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十节重庆市天友乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第九章鲜奶行业发展趋势与前景预测

第一节我国鲜奶行业前景与机遇分析

一、我国鲜奶行业发展前景

二、我国鲜奶发展机遇分析

第二节2016-2022年中国鲜奶市场趋势分析

一、2013-2015鲜奶市场趋势总结

二、2016-2022年鲜奶市场发展空间

三、2016-2022年鲜奶产业政策趋向

四、2016-2022年鲜奶技术革新趋势

五、2016-2022年鲜奶价格走势分析

六、2016-2022年国际环境对行业的影响

七、2016-2022年鲜奶发展趋势分析

第三节未来鲜奶需求与消费预测

一、2016-2022年鲜奶产品消费预测

二、2016-2022年鲜奶市场规模预测

三、2016-2022年鲜奶行业总产值预测

四、2016-2022年鲜奶行业销售收入预测

第四节2016-2022年中国鲜奶行业供需预测

一、2016-2022年中国鲜奶供给预测

二、2016-2022年中国鲜奶需求预测

三、2016-2022年中国鲜奶供需平衡预测

四、2016-2022年中国鲜奶产品价格趋势

五、2016-2022年主要鲜奶产品进出口预测

第十章鲜奶行业投.资现状与投.资环境分析

第一节2013-2015鲜奶行业投.资情况分析

一、2015总体投.资及结构

二、2015投.资规模及增速

三、2015分行业投.资分析

四、2015分地区投.资分析

五、2015外商投.资情况

第二节经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、2016-2022年投.资趋势及其影响预测

第二节政策法规环境分析

第三节技术发展环境分析

一、2015鲜奶技术发展分析

二、2016-2022年鲜奶技术发展趋势分析

第四节社会发展环境分析

第十一章鲜奶行业投.资机会与风险分析

第一节行业活力系数比较及分析

一、2015相关产业活力系数比较

二、2013-2015行业活力系数分析

第二节行业投资收益率比较及分析

一、2015相关产业投资收益率比较

二、2013-2015行业投资收益率分析

第三节鲜奶行业投资效益分析

一、2013-2015鲜奶行业投资状况分析

二、2016-2022年鲜奶行业投资效益分析

三、2016-2022年鲜奶行业投资趋势预测

四、2016-2022年鲜奶行业的投资方向

五、2016-2022年鲜奶行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节影响鲜奶行业发展的主要因素（SWOT分析）

一、2016-2022年影响鲜奶行业运行的有利因素分析

二、2016-2022年影响鲜奶行业运行的不利因素分析

三、2016-2022年我国鲜奶行业发展面临的挑战分析

四、2016-2022年我国鲜奶行业发展面临的机遇分析

第五节鲜奶行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年鲜奶行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年鲜奶行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年鲜奶行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年鲜奶行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年鲜奶行业同业竞争风险及控制策略

六、2016-2022年鲜奶行业其他风险及控制策略

第十二章鲜奶行业投资战略研究

第一节鲜奶行业发展战略研究

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

第二节对我国鲜奶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、鲜奶实施品牌战略的意义

三、鲜奶企业品牌的现状分析

四、我国鲜奶企业的品牌战略

五、鲜奶品牌战略管理的策略

第三节鲜奶经营策略分析

一、鲜奶市场细分策略

二、鲜奶市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、鲜奶新产品差异化战略

第四节投.资战略研究

一、2015鲜奶投.资战略

二、2015鲜奶行业投.资战略

三、2016-2022年鲜奶行业投.资战略

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/231712231712.html>