

2021年中国乳品行业分析报告- 产业现状与发展定位研究

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《2021年中国乳品行业分析报告-产业现状与发展定位研究》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/543815543815.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

乳品包括以生鲜牛(羊)乳及其制品为主要原料，经加工制成的产品。可分为几种形态炼乳、奶油、干酪等。乳品种类繁多，主要包括乳制品、酸乳以及杀菌乳。

乳品分类

数据来源：观研天下整理

我国乳品行业发展大致经历了五个阶段，分别为从1978年到1992年的快速成长阶段；从1993年到1999年的结构调整阶段；2000-2008年的高速发展阶段；2008-2014年的调整转型阶段以及2014年至今的稳定发展阶段。

中国乳品行业发展历程 数据来源：观研天下整理

近年来，国家政府相继发布相关政策，不断健全完善行业相关制度，保证乳品行业健康、稳定的发展。《进一步促进奶业振兴的若干意见(2018年)》便提出，以实现奶业全面振兴为目标，优化奶业生产布局，创新奶业发展方式，建立完善以奶农规模化养殖为基础的生产经营体系，密切产业链各环节利益联结，提振乳制品消费信心，力争到2025年全国奶类产量达到4500万吨，切实提升我国奶业发展质量、效益和竞争力。

中国乳品行业相关政策

法规政策名称

发布机构

主要内容

进一步促进奶业振兴的若干意见(2018年)

农业农村部、发展改革委、科技部、工信部、商务部、卫生健康委、市场监管总局、银保监会

以实现奶业全面振兴为目标，优化奶业生产布局，创新奶业发展方式，建立完善以奶农规模化养殖为基础的生产经营体系，密切产业链各环节利益联结，提振乳制品消费信心，力争到2025年全国奶类产量达到4500万吨，切实提升我国奶业发展质量、效益和竞争力。

国务院办公厅关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见(2018年)

国务院办公厅

统筹发展液态乳制品和干乳制品。因地制宜发展灭菌乳、巴氏杀菌乳、发酵乳等液态乳制品，鼓励使用生鲜乳生产灭菌乳、发酵乳和调制乳等乳制品。发展智慧物流配送，鼓励建设乳制品配送信息化平台，支持整合末端配送网点，降低配送成本。乳品企业、奶农和行业协会参与的生鲜乳价格协商机制，乳品企业与奶农双方应签订长期稳定的购销合同，形成稳固的购销关系。

中华人民共和国食品安全法(2018年修订)

全国人大

对食品安全风险监测和评估、食品安全标准、食品生产经营、食品检验、食品进出口、食品

安全事故处置和监督管理作出了规定。

中华人民共和国食品安全法实施条例(2016年修订)

国务院

根据《中华人民共和国食品安全法》制定该条例，进一步细化了食品安全风险监测和评估、食品安全标准、食品生产经营、食品检验、食品进出口、食品安全事故处置、监督管理及法律责任相关规定。

食品生产许可管理办法(2015年)

国家食品药品监督管理总局

规范了食品、食品添加剂的生产许可活动，旨在加强食品生产监督管理，保障食品安全而制定的法规。

企业生产乳制品许可条件审查细则(2010年)

国家质量监督检验检疫总局

为切实加强乳制品质量安全工作，严格乳制品质量安全监管，提升乳制品质量安全水平，国家质检总局组织修订了该细则。

生鲜乳生产收购管理办法(2008年)

农业部

该办法对生鲜乳生产、收购、运输以及监督检查进行了规定。该办法规定奶畜养殖者、生鲜乳收购者、生鲜乳运输者对其生产、收购、运输和销售的生鲜乳质量安全负责，是生鲜乳质量安全的第一 责任者。禁止在生鲜乳生产、收购、贮存、运输、销售过程中添加任何物质

乳品质量安全监督管理条例(2008年)

国务院

该条例规定奶畜养殖者、生鲜乳收购者、乳制品生产企业和销售者对其生产、收购、运输、销售的乳品质量安全负责，是乳品质量安全的第一责任者。数据来源：观研天下整理

乳品的主要原材料是牛奶，我国奶牛数量在2016年到2019年持续减少。2019年中国奶牛数量为6100千头，同比下降1.61%；2020年中国奶牛数量有所回升，为6150千头，同比增长0.82%。

2014-2020年中国奶牛数量 数据来源：观研天下整理

虽然奶牛数量持续减少，但由于整体养殖技术的提升，生产效率大幅度增长，我国牛奶产量近年来显著提升。到2019年中国牛奶产量达到3201.2万吨，同比增长4.12%；2020年中国牛奶产量为3440万吨，同比增长7.46%。

2014-2020年中国牛奶产量及同比增长 数据来源：观研天下整理

在乳制品产量方面，在2016年我国乳制品产量达到今年最高峰，随后持续下滑，到2019年稍有回升，乳制品产量为2719.4万吨，同比增长1.2%；2020年中国乳制品产量达到2780.4万吨，同比增长2.24%。

2015-2020年中国乳制品产量及同比增长 数据来源：观研天下整理

随着人们生活水平与消费水平的提升，饮食结构得以改善，对乳品的消费需求也开始扩大。我国乳制品零售销售规模也逐年增长，从2015年的3264亿元增长至2018年的4185亿元，年复合增长率为8.64%；2019年中国乳制品零售销售规模达到4594亿元，同比增长9.77%。预计到2020年中国乳制品零售销售规模将达到4817亿元，到2021年将达到5142亿元。

2015-2021年中国乳制品零售销售规模及预测 数据来源：观研天下整理

进口方面，目前我国乳品产量尚不能完全供应国内市场需求，仍需从国外进口。自2015年来，中国乳品进口数量与进口金额持续上升，到2020年进口数量达到337万吨，同比增长10.09%；进口金额为125亿美元，同比增长6.47%；2021年1月中国乳品进口数量为51万吨，较去年同期增长46.1%，进口金额为16.01亿美元，较去年同期增长33.5%。

2015-2021年1月中国乳品进口情况 数据来源：观研天下整理（LJ）

观研报告网发布的《2021年中国乳品行业分析报告-产业现状与发展定位研究》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。

行业报告是业内企业、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家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、PEST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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国乳品行业发展概述

第一节 乳品行业发展情况概述

- 一、乳品行业相关定义
- 二、乳品行业基本情况介绍
- 三、乳品行业发展特点分析
- 四、乳品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、乳品行业需求主体分析

第二节 中国乳品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乳品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国乳品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国乳品行业生命周期分析

- 一、乳品行业生命周期理论概述
- 二、乳品行业所属的生命周期分析

第四节 乳品行业经济指标分析

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

第五节 中国乳品行业进入壁垒分析

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

第二章 2017-2021年全球乳品行业市场发展现状分析

第一节 全球乳品行业发展历程回顾

第二节 全球乳品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲乳品行业地区市场分析

一、亚洲乳品行业市场现状分析

二、亚洲乳品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乳品行业市场前景分析

第四节 北美乳品行业地区市场分析

一、北美乳品行业市场现状分析

二、北美乳品行业市场规模与市场需求分析

三、北美乳品行业市场前景分析

第五节 欧洲乳品行业地区市场分析

一、欧洲乳品行业市场现状分析

二、欧洲乳品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲乳品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界乳品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球乳品行业市场规模预测

第三章 中国乳品产业发展环境分析

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、全社会消费品乳品总额

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 中国乳品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国乳品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国乳品行业运行情况

第一节 中国乳品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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国乳品行业市场规模分析

第三节 中国乳品行业供应情况分析

第四节 中国乳品行业需求情况分析

第五节 我国乳品行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国乳品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国乳品行业供需平衡分析

第八节 中国乳品行业发展趋势分析

第五章 中国乳品所属行业运行数据监测

第一节 中国乳品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 中国乳品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国乳品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 2017-2021年中国乳品市场格局分析

第一节 中国乳品行业竞争现状分析

- 一、中国乳品行业竞争情况分析
- 二、中国乳品行业主要品牌分析

第二节 中国乳品行业集中度分析

- 一、中国乳品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国乳品行业市场集中度分析

第三节 中国乳品行业存在的问题

第四节 中国乳品行业解决问题的策略分析

第五节 中国乳品行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国乳品行业需求特点与动态分析

第一节 中国乳品行业消费市场动态情况

第二节 中国乳品行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 乳品行业成本结构分析

第四节 乳品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

第五节 中国乳品行业价格现状分析

第六节 中国乳品行业平均价格走势预测

- 一、中国乳品行业价格影响因素
- 二、中国乳品行业平均价格走势预测
- 三、中国乳品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国乳品行业区域市场现状分析

第一节 中国乳品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区乳品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区乳品市场规模分析
- 四、华东地区乳品市场规模预测

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、华中地区乳品市场规模分析
- 四、华中地区乳品市场规模预测

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、华南地区乳品市场规模分析
- 四、华南地区乳品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国乳品行业竞争情况

第一节 中国乳品行业竞争结构分析（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 中国乳品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国乳品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 乳品行业企业分析（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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国乳品行业发展前景分析与预测

第一节 中国乳品行业未来发展前景分析

- 一、乳品行业国内投资环境分析
- 二、中国乳品行业市场机会分析
- 三、中国乳品行业投资增速预测

第二节 中国乳品行业未来发展趋势预测

第三节 中国乳品行业市场发展预测

- 一、中国乳品行业市场规模预测
- 二、中国乳品行业市场规模增速预测
- 三、中国乳品行业产值规模预测
- 四、中国乳品行业产值增速预测
- 五、中国乳品行业供需情况预测

第四节 中国乳品行业盈利走势预测

- 一、中国乳品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国乳品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国乳品行业投资风险与营销分析

第一节 乳品行业投资风险分析

- 一、乳品行业政策风险分析
- 二、乳品行业技术风险分析
- 三、乳品行业竞争风险分析
- 四、乳品行业其他风险分析

第二节 乳品行业应对策略

- 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 2021-2026年中国乳品行业发展战略及规划建议

第一节 中国乳品行业品牌战略分析

- 一、乳品企业品牌的重要性
- 二、乳品企业实施品牌战略的意义
- 三、乳品企业品牌的现状分析
- 四、乳品企业的品牌战略
- 五、乳品品牌战略管理的策略

第二节 中国乳品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国乳品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 2021-2026年中国乳品行业发展策略及投资建议

第一节 中国乳品行业产品策略分析

- 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 中国乳品行业营销渠道策略

- 一、乳品行业渠道选择策略
- 二、乳品行业营销策略

第三节 中国乳品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国乳品行业重点投资区域分析
- 二、中国乳品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/543815543815.html>