

2019年中国乳制品市场分析报告- 产业运营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《2019年中国乳制品市场分析报告-产业运营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/459709459709.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

【报告大纲】

第一章 乳制品概述

1.1 乳及乳制品

1.1.1 乳与乳制品简介

1.1.2 乳与乳制品分类

1.1.3 乳与乳制品营养价值

1.2 日常生活紧密联系的乳品

1.2.1 无抗奶

1.2.2 有抗奶

1.2.3 巴氏奶

1.2.4 复原乳

1.2.5 酸奶

1.3 乳制品行业在国民经济中的地位

1.3.1 对国民经济贡献程度

1.3.2 对相关行业影响程度

第二章 2016-2019年国际乳制品行业分析

2.1 2016-2019年国际乳制品行业整体概况

2.1.1 行业发展历程

2.1.2 市场供给规模

2.1.3 市场消费状况

2.1.4 市场品牌格局

2.1.5 全球贸易形势

2.1.6 市场发展趋势

2.2 全球乳制品行业区域发展分析

2.2.1 区域产量分布

2.2.2 区域消费状况

2.2.3 典型牧场分析

2.3 美国

2.3.1 牛奶产量规模

2.3.2 行业消费状况

2.3.3 行业贸易情况

2.3.4 行业政策环境

2.3.5 行业发展形势

2.4 澳大利亚

2.4.1 行业发展概况

2.4.2 行业监管体系

2.4.3 牛奶生产状况

2.4.4 加工制造状况

2.4.5 消费市场分析

2.4.6 行业贸易形势

2.5 新西兰

2.5.1 行业发展优势

2.5.2 行业监管体系

2.5.3 牛奶产量规模

2.5.4 行业贸易形势

2.5.5 行业发展经验

2.5.6 行业发展趋势

2.6 印度

2.6.1 乳业发展成因

2.6.2 行业相关政策

2.6.3 市场发展状况

2.6.4 市场融资动态

2.6.5 市场发展潜力

2.7 俄罗斯

2.7.1 行业产量规模

2.7.2 市场销售情况

2.7.3 区域发展状况

2.7.4 中俄贸易形势

2.7.5 行业发展展望

2.8 其他国家

2.8.1 荷兰

2.8.2 法国

2.8.3 德国

2.8.4 波兰

2.8.5 日本

第三章 2016-2019年中国乳制品行业分析

3.1 2016-2019年中国乳制品行业发展综述

3.1.1 行业发展简史

3.1.2 行业发展阶段

3.1.3 行业发展历程

3.1.4 行业发展动力

3.1.5 行业发展特征

3.1.6 产业链条分析

3.2 2016-2019年中国乳制品行业运行状况

3.2.1 行业发展现状

3.2.2 行业收入规模

3.2.3 奶牛生产能力

3.2.4 企业发展状况

3.2.5 市场价格走势

3.3 中国乳制品行业的SCP分析

3.3.1 市场结构分析

3.3.2 市场行为分析

3.3.3 市场绩效分析

3.3.4 分析结果总结

3.4 中国乳制品行业面临的问题

3.4.1 主要生产问题

3.4.2 产业发展问题

3.4.3 企业面临挑战

3.4.4 出口存在问题

3.4.5 行业面临挑战

3.5 中国乳制品行业发展策略

3.5.1 出口发展策略

3.5.2 健康发展策略

3.5.3 企业发展策略

3.5.4 市场消费策略

3.5.5 市场突围策略

第四章 2016-2019年乳制品产量数据分析

4.1 2016-2019年全国乳制品产量分析

4.1.1 2016-2019年全国乳制品产量趋势

4.2 2016-2019年全国乳制品分品类产量分析

4.2.1 全国及部分省份奶粉产量情况

4.2.2 全国及部分省份液态奶产量情况

4.2.3 全国及部分省份干乳制品产量情况

第五章 2016-2019乳制品消费分析

5.1 2016-2019年中国乳制品市场消费状况

5.1.1 市场发展阶段

5.1.2 市场消费现状

5.1.3 市场消费结构

5.1.4 市场销量规模

5.1.5 行业产销形势

5.2 2016-2019年中国乳制品消费者行为分析

5.2.1 消费区域分析

5.2.2 用户选择偏好

5.2.3 产品类型选择

5.2.4 促销方式选择

5.3 影响中国乳类需求的重要因素

5.3.1 收入增长

5.3.2 城市化进程

5.3.3 消费意识

5.3.4 市场细化和宏观政策

5.4 乳制品消费趋势预测

5.4.1 未来消费增长的因素

5.4.2 乳制品消费升级趋势

5.4.3 鲜奶消费总量展望

5.4.4 酸奶消费增长空间分析

5.4.5 奶粉市场消费趋势分析

第六章 2016-2019年液态乳发展分析

6.1 2016-2019年中国液态乳市场分析

6.1.1 液态乳基本介绍

6.1.2 液态乳消费规模

6.1.3 液态乳消费结构

6.1.4 液态乳品牌格局

- 6.1.5 液态乳市场格局
- 6.1.6 区域市场渗透率
- 6.1.7 液态乳消费者分析
- 6.1.8 液态乳市场热点
- 6.1.9 液态乳发展建议
- 6.2 液态奶市场竞争分析
 - 6.2.1 液态奶市场竞争概述
 - 6.2.2 液态奶企业赢利能力
 - 6.2.3 企业发展策略选择
 - 6.2.4 行业面临的机遇和挑战
- 6.3 超高温灭菌奶/UHT奶/常温奶
 - 6.3.1 超高温灭菌奶概述
 - 6.3.2 常温奶市场份额
 - 6.3.3 常温奶需求分析
 - 6.3.4 常温奶市场格局
- 6.4 巴氏奶/低温奶
 - 6.4.1 巴氏奶市场概述
 - 6.4.2 行业扶持政策分析
 - 6.4.3 巴氏奶市场规模
 - 6.4.4 巴氏奶市场格局
 - 6.4.5 企业发展对策分析
 - 6.4.6 巴氏奶市场发展建议
 - 6.4.7 巴氏奶市场发展趋势
- 6.5 液态乳发展趋势分析
 - 6.5.1 产业产品格局
 - 6.5.2 产品多样化
 - 6.5.3 生产技术趋势

第七章 2016-2019年奶粉市场发展分析

- 7.1 2016-2019年中国奶粉市场运行情况
 - 7.1.1 行业发展周期
 - 7.1.2 市场发展规模
 - 7.1.3 行业销售渠道
 - 7.1.4 国产奶粉发展
 - 7.1.5 奶粉价格分析

7.1.6 主要奶粉价格

7.2 2016-2019年中国奶粉市场竞争格局

7.2.1 奶粉市场集中程度

7.2.2 奶粉品牌市场份额

7.2.3 奶粉企业竞争格局

7.2.4 外资奶粉市场份额

7.2.5 市场竞争热点分析

7.2.6 配方奶粉竞争分析

7.2.7 市场竞争动态分析

7.3 2016-2019年中国婴幼儿奶粉市场发展分析

7.3.1 市场规模分析

7.3.2 奶粉产量情况

7.3.3 行业销售收入

7.3.4 市场需求分析

7.3.5 市场价格分析

7.3.6 市场竞争格局

7.4 中国奶粉行业发展的问题及对策

7.4.1 有机奶粉问题建议分析

7.4.2 民族奶粉市场发展策略

7.4.3 农村奶粉市场开拓攻略

第八章 2016-2019年奶酪、酸奶、冰淇淋市场分析

8.1 奶酪

8.1.1 奶酪相关介绍

8.1.2 奶酪市场消费分析

8.1.3 奶酪行业发展时机

8.1.4 奶酪市场竞争格局

8.1.5 奶酪市场机会与风险

8.2 酸奶

8.2.1 酸奶市场发展总况

8.2.2 市场知名品牌简介

8.2.3 酸奶线上销售情况

8.2.4 低温酸奶市场分析

8.2.5 常温酸奶市场分析

8.2.6 酸奶市场存在的问题

8.2.7 酸奶市场前景预测

8.2.8 酸奶市场发展展望

8.3 冰淇淋

8.3.1 冰淇淋市场发展规模

8.3.2 冰淇淋市场发展状况

8.3.3 冰淇淋市场竞争状况

8.3.4 冰淇淋市场发展热点

8.3.5 冰淇淋市场发展前景

第九章 2016-2019年主要地区乳制品行业分析

9.1 内蒙古

9.1.1 行业发展优势

9.1.2 乳制品产量规模

9.1.3 实现规模化养殖

9.1.4 行业发展计划

9.1.5 行业发展问题

9.1.6 行业发展建议

9.2 黑龙江

9.2.1 行业发展优势

9.2.2 行业发展状况

9.2.3 行业监管政策

9.2.4 奶业振兴计划

9.2.5 行业制约因素

9.2.6 行业发展对策

9.3 陕西

9.3.1 行业发展回顾

9.3.2 行业发展现状

9.3.3 羊奶市场状况

9.3.4 行业发展问题

9.3.5 行业发展策略

9.4 宁夏

9.4.1 行业发展状况

9.4.2 行业发展机遇

9.4.3 行业面临挑战

9.4.4 行业发展问题

9.4.5 行业发展建议

9.5 河北

9.5.1 行业发展状况

9.5.2 行业发展特点

9.5.3 行业发展问题

9.5.4 行业发展建议

9.5.5 奶业振兴规划

9.6 其它地区

9.6.1 山东省

9.6.2 青海省

9.6.3 辽宁省

9.6.4 河南省

第十章 乳制品进出口分析

10.1 中国乳制品进出口贸易综述

10.1.1 我国乳制品对外贸易形势分析

10.1.2 进口乳制品给中国乳业带来冲击

10.1.3 我国乳制品国际贸易的影响因素

10.1.4 我国乳制品贸易机遇与挑战分析

10.1.5 我国乳制品进出口贸易发展对策

10.2 中国乳制品进出口总况

10.3 中国奶粉进出口分析

10.4 中国未浓缩及未加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口数据分析

10.4.1 进出口总量数据分析

10.4.2 主要贸易国进出口情况分析

10.4.3 主要省市进出口情况分析

10.5 中国浓缩、加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口数据分析

10.5.1 进出口总量数据分析

10.5.2 主要贸易国进出口情况分析

10.5.3 主要省市进出口情况分析

10.6 中国酪乳、结块的乳及奶油、乳酸、酸乳酒及其发酵或酸化的乳和奶油进出口数据分析

10.6.1 进出口总量数据分析

10.6.2 主要贸易国进出口情况分析

10.6.3 主要省市进出口情况分析

10.7 中国乳清；其他品目未列名的含天然乳的产品进出口数据分析

10.7.1 进出口总量数据分析

10.7.2 主要贸易国进出口情况分析

10.7.3 主要省市进出口情况分析

10.8 中国黄油及其他从乳提取的脂和油；乳酱进出口数据分析

10.8.1 进出口总量数据分析

10.8.2 主要贸易国进出口情况分析

10.8.3 主要省市进出口情况分析

10.9 中国乳酪及凝乳进出口数据分析

10.9.1 进出口总量数据分析

10.9.2 主要贸易国进出口情况分析

10.9.3 主要省市进出口情况分析

第十一章 2016-2019年乳制品营销分析

11.1 乳品营销概况

11.1.1 步入价值营销时代

11.1.2 乳企采用跨界营销

11.1.3 掀起会员营销模式

11.1.4 行业营销新模式分析

11.1.5 行业营销方式分析

11.2 乳制品营销策略分析

11.2.1 行业营销法则

11.2.2 行业促销策略

11.2.3 新常态下营销策略

11.2.4 营销模式升级策略

11.3 中小型乳制品企业渠道及终端营销对策

11.3.1 经销商的选择

11.3.2 渠道选择

11.3.3 推广途径

11.4 乳制品行业营销趋势分析

11.4.1 紧跟消费热点

11.4.2 重视场景营销

11.4.3 把握区域市场

第十二章 2016-2019年乳制品质量安全问题分析

12.1 2016-2019年中国乳制品质量安全状况

12.1.1 行业监管环境

12.1.2 监督抽检情况

12.1.3 生产检查情况

12.1.4 行业监管趋势

12.2 “三聚氰胺事件”分析

12.2.1 “三聚氰胺事件”产生的影响

12.2.2 “三聚氰胺事件”造成乳业危机

12.2.3 “三聚氰胺事件”反思

12.2.4 国家对乳制品行业的整顿整改情况

12.3 国际乳业质量管理经验及其启示

12.3.1 国际乳业质量管理经验

12.3.2 我国与国际先进水平的差距

12.3.3 注重加强我国乳业质量管理

第十三章 2016-2019年乳制品包装分析

13.1 乳品包装概况

13.1.1 英国乳品包装业的发展

13.1.2 中国乳品包装状况分析

13.1.3 中国乳品包装安全质量

13.1.4 我国乳品包装的影响因素

13.1.5 中国乳品包装待改善之处

13.1.6 发展乳品包装业对乳企的意义

13.2 液态乳包装分析

13.2.1 液态乳种类及包装要求

13.2.2 我国液态乳软包装状况

13.2.3 液态乳软包装低碳发展途径

13.3 透析乳品包装设计

13.3.1 包装设计存在的问题

13.3.2 乳制品包装设计要点

13.3.3 包装设计展望

13.4 乳品包装的前景与趋势

13.4.1 欧美市场乳制品包装的发展趋势

13.4.2 中国乳制品包装的发展方向

13.4.3 果粒乳品包装的发展趋势

13.4.4 无菌包装在乳品业中应用前景

第十四章 2016-2019年乳制品行业竞争分析

14.1 2016-2019年中国乳制品企业竞争分析

14.1.1 企业营收情况

14.1.2 企业盈利能力

14.1.3 细分领域竞争

14.1.4 企业竞争格局

14.2 中国乳制品行业市场竞争状况

14.2.1 奶源成乳企争夺重点

14.2.2 全球乳业产业链合作

14.2.3 儿童配方奶粉成蓝海

14.2.4 企业差异化市场战略

14.3 影响中国乳制品国际竞争力的主要因素

14.3.1 乳业生产要素

14.3.2 相关产业和支持产业

14.3.3 竞争企业

14.3.4 机遇

14.3.5 政府

14.4 中国乳制品行业竞争战略转向

14.4.1 从战术向战略方向转变

14.4.2 从价格战向价值战转移

14.4.3 从渠道争夺到消费者争夺

14.4.4 从产品宣传到营养教育

14.4.5 从争夺市场到价值链建设

14.4.6 从大众营销到体验营销

14.5 中国乳制品企业竞争策略分析

14.5.1 产品策略

14.5.2 价格策略

14.5.3 品牌策略

14.5.4 渠道策略

14.5.5 推广策略

14.6 中国乳制品行业国际竞争力提升途径

14.6.1 宏观层面

14.6.2 中观层面

14.6.3 微观层面

第十五章 乳制品行业企业经营状况

15.1 原料奶及乳制品加工行业上市公司运行状况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

15.2 原料奶及乳制品加工行业财务状况分析

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

15.3 中国蒙牛乳业有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

15.4 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

15.5 光明乳业股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

15.6 北京三元食品股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

15.7 贝因美婴童食品股份有限公司

1、企业发展简况分析

- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第十六章 中国乳制品行业投资潜力分析

16.1 乳制品行业投资现状分析

- 16.1.1 行业投资机会
- 16.1.2 企业投资动态
- 16.1.3 海外投资状况
- 16.1.4 中外互投趋势

16.2 中国乳制品行业融资需求分析

- 16.2.1 产品资金流向
- 16.2.2 行业融资现状
- 16.2.3 行业金融需求
- 16.2.4 企业融资建议

16.3 中国乳制品行业投资模式分析

- 16.3.1 经营模式
- 16.3.2 盈利模式
- 16.3.3 资金运作模式

16.4 中国乳制品行业投资壁垒分析

- 16.4.1 政策准入壁垒
- 16.4.2 奶源控制壁垒
- 16.4.3 品牌竞争壁垒
- 16.4.4 养殖环境壁垒
- 16.4.5 行业技术壁垒
- 16.4.6 行业退出壁垒

16.5 中国乳制品行业投资风险预警

- 16.5.1 行业经营风险
- 16.5.2 环保监管风险
- 16.5.3 市场竞争风险
- 16.5.4 产品结构风险

第十七章 乳制品行业前景趋势分析

17.1 中国乳制品行业发展前景展望

- 17.1.1 乳制品行业的空间广阔

- 17.1.2 消费结构升级带来契机
- 17.1.3 区域市场具有发展潜力
- 17.1.4 乳制品行业存发展机会
- 17.2 中国乳制品行业发展趋势分析
 - 17.2.1 行业整体发展趋势
 - 17.2.2 奶粉市场发展趋势
 - 17.2.3 零售市场发展趋势
 - 17.2.4 企业运营发展趋势
- 17.3 2020-2026年中国乳制品行业预测分析
 - 17.3.1 2020-2026年中国乳制品行业影响因素分析
 - 17.3.2 2020-2026年中国乳制品行业销售收入预测
 - 17.3.3 2020-2026年中国乳制品行业利润总额预测

第十八章 乳制品行业政策解析

- 18.1 乳制品相关产业政策解读
 - 18.1.1 全国奶业发展规划（2020-2026年）
 - 18.1.2 奶业品牌提升实施方案
 - 18.1.3 国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案
 - 18.1.4 关于进一步促进奶业振兴的若干意见
 - 18.1.5 关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见
 - 18.1.6 乳制品企业共同推进行业高质量发展宣言
- 18.2 乳制品行业政策法规介绍
 - 18.2.1 《中华人民共和国食品安全法》
 - 18.2.2 《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》
 - 18.2.3 《乳品质量安全监督管理条例》
 - 18.2.4 《生鲜乳生产收购管理办法》
 - 18.2.5 《企业生产乳制品许可条件审查细则》
 - 18.2.6 《企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则》
 - 18.2.7 《进出口乳品检验检疫监督管理办法》
- 18.3 乳制品行业标准认证体系介绍
 - 18.3.1 乳品安全国家标准
 - 18.3.2 乳品企业HACCP体系认证
 - 18.3.3 中国优质乳工程技术规范

图表1 全球乳制品发展史

图表2 2016-2019年全球乳制品产量

图表3 2016-2019年全球乳制品产量与奶牛存栏量走势

图表4 2016-2019年全球乳制品产量增速与奶牛存栏量增速走势

图表5 2016-2019年全球乳制品消费量

图表6 2019年全球乳制品消费量分品类结构

图表7 2016-2019年全球乳制品分品类消费量走势

图表8 2016-2019年全球乳制品分品类消费量增速走势

图表9 2016-2019年全球乳制品消费量分品类占比走势

图表10 2019年全球乳业TOP10

图表11 2016-2019年全球乳制品出口量情况

图表12 2016-2019年全球乳制品进口量情况

图表13 各个国家奶牛存栏数、单产、产量情况对比

图表14 2016-2019年全球奶类人均消费量

图表15 全球人均奶类消费量增速

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国乳制品市场分析报告-产业运营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。

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。

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/459709459709.html>