



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国牛奶行业市场 运营态势及未来发展趋势预测报 告

# 一、调研说明

《2011-2015年中国牛奶行业市场运营态势及未来发展趋势预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/188060.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

中国奶业市场的迅速发展也带动了我国奶业品牌的发展，特别是诸如蒙牛这样的步入全球乳业20强世界性品牌。随着世界经济格局的变化，在2009年，更多国外乳业品牌将进入中国抢分这块令人垂涎的蛋糕。

世界乳业二十强之一的蒙牛早在多年之前便积累着这种奶源优势，在内蒙古、河北、湖北、四川等地已经建成、参股的牧场达到了11座，在全国奶源布局上形成了完美划分。蒙牛以生态草原建设为基础，从而打造绿色产业链优势，并通过大规模的人才引进不断的优化现代化绿色牧场化的建设。在未来几年内，蒙牛不但始终会是行业内第一大牧场奶源的拥有者，并且也将成为世界绿色产业的重要推进者。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国牛奶行业市场运营态势及未来发展趋势预测报告》共十六章。首先介绍了中国牛奶行业的概念，接着分析了中国牛奶行业发展环境，然后对中国牛奶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国牛奶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国牛奶行业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。

### 第一章 牛奶产业相关概述

#### 第一节 牛奶产业链分析

#### 第二节 牛奶成份及营养价值

#### 第三节 牛奶种类

##### 一、巴氏消毒奶

##### 二、常温奶

##### 三、还原奶

##### 四、生鲜牛奶

##### 五、灭菌牛奶

##### 六、无抗奶

##### 七、水牛奶

## 第二章 2011年世界牛奶产业发展状况分析

### 第一节 2011年全球奶牛养殖业运行概况

- 一、世界奶牛养殖品种
- 二、世界奶牛养殖规模
- 三、世界奶牛养殖模式
- 四、世界奶牛养殖成本与营利
- 五、世界奶牛养殖技术

### 第二节 2011年世界牛奶产业运行概况

- 一、世界牛奶产业亮点分析
- 二、全球牛奶生产与消费情况
- 三、世界牛奶市场价格分析
- 四、世界牛奶贸易分析
- 五、优质奶源对乳制品业的影响

### 第三节 2011年世界主要国家牛奶行业发展情况分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、加拿大

### 第四节 2011-2015年世界牛奶行业发展趋势分析

## 第三章 2011年中国牛奶产业运行环境分析

### 第一节 2011年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI (按月度更新)
- 三、全国居民收入情况 (季度更新)

### 第二节 2011年中国牛奶产业发展政策环境分析

- 一、牛奶产业标准、政策分析
- 二、乳制品标准分析
- 三、进出口政策分析

### 第三节 2011年中国牛奶产业社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、人们饮食结构
- 三、居民消费观念和习惯

- 四、教育环境分析
- 五、文化环境分析
- 六、生态环境分析
- 七、中国城镇化率

#### 第四章 2011年中国奶牛养殖业运行态势分析

##### 第一节 2011年全球奶牛养殖业运行概况

- 一、中国奶牛养殖品种
- 二、中国奶牛养殖规模
- 三、中国奶牛养殖模式
- 四、中国奶牛养殖成本与营利

##### 第二节 2011年中国奶牛养殖技术研究

- 一、奶牛综合养殖技术
- 二、奶牛其综新技术研究

##### 第三节 2011年中国牛奶业供给分析

- 一、奶牛存栏（分奶牛品种、存栏规模、地域分布）
- 二、牛奶产量（总产量、单产水平（分品种、分地区））
- 三、奶牛进口
  - 1、活畜
  - 2、冻精
  - 3、胚胎

#### 第五章 2011年中国牛奶产业发展形势分析

##### 第一节 2011年中国牛奶产业发展综述

- 一、增长迅速产量高
- 二、消费集中在大中城市
- 三、人均产量处于较低水平
- 四、奶制品企业不断发展

##### 第二节 2011年中国牛奶产业最新资讯分析

- 一、中国牛奶新国标引发消费信任危机
- 二、三聚氰胺事件"对乳制品业造成的危机分析
- 三、OMP分析

#### 四、有关于蒙牛特仑苏OMP牛奶分析

#### 第三节 2011年中国牛奶产业发展存在的问题分析

- 一、行业标准、政策不健全
- 二、牛奶制品质量安全问题
- 三、我国奶业与国际先进水平的差距
- 四、对加强我国乳业质量管理的启示

#### 第六章 2011年中国牛奶行业奶源市场动态分析

##### 第一节 2011年中国原奶供给分析

- 一、原奶供给量分析
- 二、原料奶价格分析

##### 第二节 2011年中国奶源地分析

- 一、内蒙古
- 二、黑龙江
- 三、河北
- 四、新疆

##### 第三节 2011年中国原料奶生产存在的问题探讨

- 一、奶牛平均单产水平低
- 二、原料奶质量问题突出
- 三、农户组织性弱
- 四、奶牛饲料结构不合理
- 五、新技术推广应用缓慢

#### 第七章 2011年中国牛奶制品市场深度剖析

##### 第一节 牛奶制品市场整体状况分析

- 一、我国牛奶产业市场结构分析
- 二、我国牛奶制品市场特点及机会分析
- 三、国内牛奶制品价格形势剖析
- 四、我国牛奶制品市场消费形势及景气度分析
- 五、中国牛奶制品各级市场分析

##### 第二节 牛奶制品市场产品分析

- 一、我国牛奶制品市场新品纷呈

## 二、高端奶成乳品企业利润新增长点

### 第三节 牛奶制品市场策略分析

#### 一、我国牛奶市场的特点及营销推广

#### 二、乳品新产品开发的有效途径

#### 三、牛奶制品新市场开发运作策略分析

## 第八章 2011年中国牛奶市场消费状况调研

### 第一节 牛奶消费者分析

#### 一、牛奶消费者构成及其营养需求

#### 二、牛奶消费者及消费特点分析

#### 三、牛奶市场消费结构分析

#### 四、牛奶消费者行为与心理探究

### 第二节 牛奶市场消费状况

#### 一、牛奶消费与公众营养改善

#### 二、中国牛奶消费现状

#### 三、中国各省市城镇居民人均乳品消费变化

#### 四、牛奶供需总量及结构浅析

### 第三节 影响中国牛奶需求的重要因素

#### 一、收入增长

#### 二、城市化进程

#### 三、人口增长及其结构变化

#### 四、市场细化和宏观政策

### 第四节 牛奶消费趋势预测

#### 一、我国牛奶消费潜力大

#### 二、牛奶消费趋势分析

#### 三、扩大我国牛奶市场需求的战略对策

## 第九章 2011年中国牛奶加工行业运行态势分析

### 第一节 2011年中国牛奶市场构成

### 第二节 2011年液态奶细分市场分析

#### 一、巴氏杀菌奶

#### 二、超高温灭菌奶/UHT奶

### 三、酸奶

### 四、含乳饮料

#### 第三节 2011年中国固态奶细分市场分析

##### 一、奶粉

##### 二、奶酪

#### 第十章 2007-2011年中国牛奶产业相关产量数据分析

##### 第一节 2007-2011年中国乳制品产量统计分析

###### 一、2007-2010年全国乳制品产量分析

###### 二、2011年1-6月全国及主要省份乳制品产量分析

###### 三、2011年1-6月乳制品产量集中度分析

##### 第二节 2007-2011年中国液态奶产量统计分析

###### 一、2007-2010年全国液态奶产量分析

###### 二、2011年1-6月全国及主要省份液态奶产量分析

###### 三、2011年1-6月液态奶产量集中度分析

#### 第十一章 牛奶市场营销分析

##### 第一节 乳品营销概况

###### 一、牛奶消费迈入价值营销时代

###### 二、我国乳企实现跨界营销

###### 三、我国牛奶领域首次掀起会员营销

###### 四、我国牛奶行业"超女营销"模式反思

##### 第二节 牛奶广告投放情况分析

###### 一、我国牛奶平面媒体广告

###### 二、牛奶电视广告投放情况

###### 三、牛奶网络广告投放情况

###### 四、牛奶其它形式广告投放情况

##### 第三节 牛奶营销存在的问题及突围

###### 一、牛奶行业营销面临的十大问题

###### 二、我国牛奶行业亟待解决的营销问题

###### 三、牛奶行业营销的四大突围

##### 第四节 牛奶营销策略分析



一、牛奶行业营销十大法则

二、乳品促销之五步走

三、乳业促销竞争策略

四、乳业价格之外的营销策略

五、中小企业营销之柔道战略运用

第五节 中小型牛奶企业渠道及终端营销对策

一、选择适合自己的经销商

二、渠道选择

三、推广途径

第十二章 2011年中国牛奶产业市场竞争格局分析

第一节 2011年中国牛奶产业竞争现状分析

一、牛奶成本飙升竞争趋白热化

二、中国牛奶面临国际竞争

三、品牌竞争分析

第二节 2011年中国牛奶产业提升竞争力的策略分析

第三节 2011年中国重点地区牛奶产业竞争分析

一、重点区域竞争力分析

二、市场集中度分析

三、生产企业集中度分析

第四节 2011年中国牛奶产业竞争存在的问题分析

第十三章 2011年中国牛奶产业重点公司主要财务指标分析（企业可自选）

第一节 伊利股份(600887)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光明乳业(600597)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 三元股份(600429)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 新希望集团(000876)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 蒙牛乳业(北京)有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第七节 略&hellip;&hellip;

## 第十四章 2011年中国乳制品加工业运行态势及优质奶源需求预测

### 第一节 2011年中国奶业运行总况

- 一、中国奶业发展的四个阶段
- 二、中国奶业发展取得较大成就
- 三、中国奶业的科技发展
- 四、中国奶业的国际合作与交流
- 五、中国奶业发展呈现积极变化

### 第二节 2011年中国乳制品运行形势分析

- 一、乳品业逐步恢复正常平稳运行
- 二、2011年中国乳制品业经济指标分析
- 三、推动我国乳制品行业逐渐回暖的主要因素
- 四、促进乳制品行业健康发展的主要举措
- 五、中国乳制品行业正逐渐回归理性
- 六、外资趁营销乱局觊觎中国乳业市场

### 第三节 2011年中国乳制品市场运行透析

- 一、我国乳业市场结构分析
- 二、国内乳制品消费市场前景持续回升
- 三、乳制品市场基本恢复
- 四、中国乳制品各级市场分析
- 五、我国乳制品市场新品纷呈
- 六、高端奶成乳品企业利润新增长点

### 第四节 2011-2015年中国乳制品加工业对优势奶源的影响分析

## 第十五章 2011-2015年中国牛奶产业发展前景展望分析

### 第一节 2011-2015年中国牛奶行业发展趋势分析

- 一、市场细分趋势更加明显
- 二、市场份额将高度集中
- 三、企业运作重心逐渐下移
- 四、市场竞争重点转向高端

## 第二节2011-2015年中国牛奶产业市场预测分析

### 一、市场供给预测分析

### 二、产品需求预测分析

### 三、进出口预测分析

## 第三节 2011-2015年中国牛奶产业盈利预测分析

## 第十六章 2011-2015年中国牛奶产业投资前景预测分析

### 第一节2011年中国牛奶产业投资环境分析

### 第二节2011-2015年中国牛奶产业投资机会分析

#### 一、中国牛奶产业投资潜力分析

#### 二、与产业链相关的投资机会分析

### 第三节2011-2015年中国牛奶产业投资风险分析

#### 一、市场竞争风险

#### 二、政策风险

#### 三、外资进入风险

#### 四、技术风险

### 第四节 专家投资观点

## 图表目录：（部分）

图表：2005-2011年上半年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2009.04-2011.06年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年上半年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年上半年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2009-2011年一季度我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2011年上半年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2011年上半年我国财政收入支出走势图

图表：2011年美元兑人民币汇率中间价

图表：2009-2011年上半年中国货币供应量月度走势图

图表：2001-2011年6月中国外汇储备走势图

图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2007-2010年全国乳制品产量分析

图表：2011年1-6月全国及主要省份乳制品产量分析

图表：2011年1-6月乳制品产量集中度分析

图表：2007-2010年全国液态奶产量分析

图表：2011年1-6月全国及主要省份液态奶产量分析

图表：2011年1-6月液态奶产量集中度分析

图表：1985-2007年中国牛奶产量和奶类产量（单位：万吨）

图表：1979-2005年中国牛奶产量占中国奶产量比重

图表：2006年中国肉蛋奶产量占中国比重（单位：%）

图表：2000-2011年中国城镇居民和农村居民人均年收入（单位：元）

图表：1992-2011年城镇居民和农村居民奶类消费量

图表：1978-2011年牛奶人均占有量（单位：公斤）

图表：中国乳制品消费从2000年开始高速增长

图表：大豆期货价格走势

图表：玉米期货价格走势

图表：1978-2010年中国奶牛存栏量

图表：伊利股份主要经济指标走势图

图表：伊利股份经营收入走势图

图表：伊利股份盈利指标走势图

图表：伊利股份负债情况图

图表：伊利股份负债指标走势图

图表：伊利股份运营能力指标走势图

图表：伊利股份成长能力指标走势图

图表：光明乳业主要经济指标走势图

图表：光明乳业经营收入走势图

图表：光明乳业盈利指标走势图

图表：光明乳业负债情况图

图表：光明乳业负债指标走势图

图表：光明乳业运营能力指标走势图

图表：光明乳业成长能力指标走势图

图表：三元股份主要经济指标走势图  
图表：三元股份经营收入走势图  
图表：三元股份盈利指标走势图  
图表：三元股份负债情况图  
图表：三元股份负债指标走势图  
图表：三元股份运营能力指标走势图  
图表：三元股份成长能力指标走势图  
图表：新希望集团主要经济指标走势图  
图表：新希望集团经营收入走势图  
图表：新希望集团盈利指标走势图  
图表：新希望集团负债情况图  
图表：新希望集团负债指标走势图  
图表：新希望集团运营能力指标走势图  
图表：新希望集团成长能力指标走势图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司主要经济指标走势图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司经营收入走势图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利指标走势图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司负债情况图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司负债指标走势图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司主要经济指标走势图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司经营收入走势图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司盈利指标走势图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司负债情况图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司负债指标走势图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司运营能力指标走势图  
图表：蒙牛乳业（北京）有限责任公司成长能力指标走势图  
图表：2011-2015年中国牛奶产业市场预测分析  
图表：2011-2015年中国牛奶产业盈利预测分析  
图表：略&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

通过《2011-2015年中国牛奶行业市场运营态势及未来发展趋势预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/188060.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。