



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国有机奶行业市场监测及发展前景分析报告

一、调研说明

《2013-2018年中国有机奶行业市场监测及发展前景分析报告》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/228588.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

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

有机农业最早起源于美国，初期的发展并不迅速。直到20世纪70年代开始得到迅速发展，核心原因是化肥、农药的持续大规模使用带来了自然资源衰竭、严重的环境污染和能源损耗，农业生态系统自我维持能力急剧下降，引发生态危机，进而威胁食用农产品安全和人类健康。有机农业首先在发达国家得到认同，并于90年代传播到发展中国家。1994年我国成立了国家环境保护总局有机食品发展中心，有机农业在中国得以起步，迄今已经历了十年稳扎稳打的发育期，有机农业的土地面积已达30万公顷左右，销售额约2亿美元。

有机农业是指在动植物生产过程中不使用化学合成的农药、化肥、生长调节剂、饲料添加剂等物质，以及基因工程技术及其产物，遵循自然规律和生态学原理，采取一系列可持续发展的农业技术，协调种植业和养殖业的平衡，维持农业生态系统持续稳定的一种农业生产方式。有机食品是指原料来自于有机生产体系，根据有机认证标准生产、加工、并经独立有机认证机构认证的农产品及其加工产品等。

根据有机农业的概念和基本加工原理，有机奶是有机鲜奶和有机奶制品的统称。有机鲜奶指依据有机食品生产技术规范，采用有机食品加工技术，并具备国家有机食品认证资质的认证机构独立认证的鲜奶商品。有机奶制品是指以有机鲜奶为主要原料生产，符合有机食品技术规范要求，达到国家相应食品质量标准，并经具备国家有机食品认证资质的认证机构独立认证的奶加工制品。

艾凯集团报告网发布的《2013-2018年中国有机奶行业市场监测及发展前景分析报告》共十一章。首先介绍了中国有机奶行业的概念，接着分析了中国有机奶行业发展环境，然后对中国有机奶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国有机奶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国有机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。

1 中国有机食品发展历程 9

1.1 探索阶段(1990-1994) 9

1.2 起步阶段(1995 - 2002年) 10

1.3 规范快速发展阶段(2003年至今) 10

2 中国有机食品认证	11
2.1 认证机构数量	11
2.2 认证规模	12
2.3 认证程序	13
2.4 与国际间的互认	14
3 中国有机食品产业发展的成绩及存在的问题	15
3.1 有机食品产业发展的成绩	15
3.2 存在的问题	16
4 中国有机奶市场发展	17
4.1 中国有机奶生产和开发处于起步阶段	17
4.2 有机奶产品认证	17
4.3 有机奶国家标准	18
4.3.1 有机奶源的建设	18
4.3.2 有机乳制品加工	19
4.3.3 有机乳制品的标识与销售	19
4.3.4 管理体系的建立	19
5 中国有机奶源的生产及预测	21
5.1 有机奶源的建设	21
5.1.1 建设成本	21
5.1.2 建设主体	21
5.1.3 建设的模式	21
5.1.4 建设规模	22
5.2 有机奶源的生产	22
5.2.1 中国奶类产量及奶源的分布	22
5.2.2 有机奶源产量	24
5.2.3 知名的有机奶源生产公司(基地)	24
5.3 未来中国有机奶源的生产预测(2020年)	26
5.3.1 建设主体及模式预测	26
5.3.2 产量预测	26
5.3.3 生产布局预测	27
6 中国有机奶的生产及预测	27

6.1 有机奶生产企业布局	27
6.2 有机液态奶的生产	28
6.2.1 有机液态奶企业布局	28
6.2.2 有机液态奶生产能力及产量	29
6.2.3 有机液态奶生产品种和包装	29
6.3 有机奶粉的生产	30
6.3.1 有机奶粉企业布局	30
6.3.2 有机奶粉生产能力及产量	30
6.3.3 有机奶粉生产品种和产品包装	32
6.4 销售区域及渠道	32
6.5 未来中国有机奶的生产预测(2020年)	32
6.5.1 产量及分布预测	32
6.5.2 产品种类预测	33
6.5.3 销售区域及渠道预测	33
7 中国有机液态奶消费分析及预测	34
7.1 中国液态奶总消费量及市场总规模	34
7.1.1 液态奶市场总消费量	34
7.1.2 液态奶市场总规模	34
7.2 有机液态奶消费量及消费种类	34
7.3 有机液态奶主要消费区域	35
7.4 有机液态奶主要消费品牌	35
7.5 有机液态奶市场规模	36
7.6 国产、国外(进口) 有机液态奶主要品牌市场份额	37
7.7 国内外有机液态奶品牌竞争力比较	37
7.7.1 奶源及产品质量	37
7.7.2 销售渠道	37
7.7.3 消费者对产品价值的认知	38
7.7.4 市场销售价格	38
7.8 未来中国有机液态奶的消费预测(2020年)	39
7.8.1 消费量及消费品种预测	39
7.8.2 消费区域预测	39

7.8.3 市场竞争格局预测	39
8 中国有机奶粉消费分析及预测	39
8.1 中国奶粉消费总量及市场总规模	39
8.1.1 中国奶粉消费总量	39
8.1.2 中国奶粉市场总规模	40
8.2 有机奶粉消费量及消费种类	40
8.2.1 有机奶粉消费量	40
8.2.2 主要消费种类	40
8.3 有机奶粉主要消费区域	41
8.4 有机奶粉主要消费品牌	41
8.5 有机奶粉市场规模	42
8.6 国产、国外(进口) 有机奶粉品牌市场份额	42
8.7 国内外有机奶粉品牌竞争力比较	43
8.7.1 奶源及产品质量	43
8.7.2 销售渠道	43
8.7.3 消费者对产品价值的认知	43
8.7.4 市场销售价格	43
8.8 未来中国有机奶粉的消费预测(2020年)	44
8.8.1 消费量及消费品种预测	44
8.8.2 消费区域预测	44
8.8.3 市场竞争格局预测	45
9 知名有机奶企业和品牌	46
9.1 主要有机奶知名企业分布	46
9.2 主要知名企业集团所占市场份额	47
10 中国有机奶市场主要企业和品牌	48
10.1 中国蒙牛乳业有限公司——特仑苏	48
(1) 公司简介	48
(2) "特仑苏"有机奶	49
(3) 有机奶源来源	50
(4) 产品销售区域	50
(5) 产品价格	51

(6) 市场份额 51

10.2 内蒙古伊利乳业集团股份有限公司——金典 51

(1) 公司简介 51

(2) "金典"有机奶 52

(3) 有机奶源来源 53

(4) 产品销售区域 53

(5) 产品价格 54

(6) 市场份额 54

10.3 河北福成五丰食品股份有限公司——福成、白色黄金 54

(1) 公司简介 54

(2) "福成"、"白色黄金"有机奶 55

(3) 有机奶源来源 55

(4) 产品销售区域 56

(5) 产品价格 56

(6) 市场份额 56

10.4 内蒙古圣牧高科奶业有限公司——圣牧全程有机奶 56

(1) 公司简介 56

(2) 圣牧全程有机奶 56

(3) 有机奶源来源 57

(4) 产品销售区域 57

(5) 产品价格 57

(6) 市场份额 57

10.5 山东银香大地乳业股份有限公司——归一 58

(1) 公司简介 58

(2) "古道"和"归一"有机奶 58

(3) 有机奶源来源 58

(4) 产品销售区域 58

(5) 产品价格 58

(6) 市场份额 59

10.6 北京归原生态农业发展有限公司——归原 59

(1) 公司简介 59

(2) 归原有机奶 59

(3) 有机奶源来源 59

(4) 产品销售区域 60

(5) 产品价格 60

(6) 市场份额 60

10.7 北京三元食品股份有限公司——三元极致 60

(1) 公司简介 60

(2) 三元极致"有机奶 61

(3) 有机奶源来源 61

(4) 产品销售区域 62

(5) 产品价格 62

(6) 市场份额 62

10.8 雅培(广州) 营养品有限公司——菁智 62

(1) 公司简介 62

(2) 雅培菁智"有机婴幼儿奶粉 62

(3) 有机奶源来源 63

(4) 产品销售区域 64

(5) 产品价格 64

(6) 市场份额 64

10.9 澳优乳业(中国) 有限公司——能力多有机奶粉 64

(1) 公司简介 64

(2) "能力多有机" 有机婴幼儿奶粉 65

(3) 有机奶源来源 65

(4) 产品销售区域 66

(5) 产品价格 66

(6) 市场份额 66

10.10 德国特福芬公司——特福芬 66

(1) 公司简介 66

(2) 特福芬有机奶粉 66

(3) 有机奶源来源 67

(4) 产品销售区域 67

(5) 产品价格 67

(6) 市场份额 67

11 中国知名有机奶品牌特点分析 67

11.1 市场集中度分析 67

11.2 有机奶源来源比较分析 68

11.3 销售区域比较分析 68

11.4 产品价格比较分析 69

【图表目录】

地图目录

地图 1, 中国有机认证面积分布 16

地图 2, 中国奶源分布 23

地图 3, 中国有机奶源生产基地分布 25

地图 4, 中国有机奶生产企业分布 27

地图 5, 中国有机液态奶生产企业及品牌 36

地图 6, 中国知名有机奶企业分布 46

地图 7, 蒙牛集团生产基地分布 48

地图 8, 蒙牛集团有机奶源生产基地分布 50

地图 9, 伊利集团生产基地分布 52

地图 10, 伊利集团有机奶源生产基地分布 53

地图 11, 北京三元食品股份有限公司生产基地分布 61

图目录

图 1, 2012年中国有机食品分类别产品产量 12

图 2, 2012年中国种植业和加工业分类别有机产品产量 13

图 3, 中国有机产品认证流程 14

图 4, 中国奶牛养殖合作社模式 22

图 5, 1973-2012年中国奶类产量变化 23

图 6, 2012年中国有机生鲜奶生产分布 24

图 7, 中国奶牛养殖奶联社模式 26

图 8, 2012年中国有机液态奶产量分布 29

图 9, 2012年中国有机奶粉产量分布 31

图 10, 2012年中国有机奶粉海外认证产量分布 31

图 11, 2012年中国液态奶分品种消费量 34

图 12, 2012年中国有机液态奶分品种消费量	35
图 13, 2012年中国有机液态奶销售额及比重	36
图 14, 2004-2012年中国常温奶分国别进口量	37
图 15, 2012年中国奶粉分品种消费量	40
图 16, 2012年中国有机奶粉分品种消费量	41
图 17, 2012年中国有机奶粉销售额及比重	42
图 18, 2012年蒙牛集团分品种收入情况	49
图 19, 2012年伊利集团分地区和品种收入	54

表目录

表1, 有机食品与绿色食品、无公害食品安全性比较	9
表2, 有机产品认证机构名单及信息	11
表3, 中国有机食品发展总体情况 , 2010	15
表4, 中国有机奶产品认证目录	17
表5, 中国大型有机奶源生产企业/基地(年产>2000吨)	25
表6, 中国有机液态奶生产企业	28
表7, 有机液态奶主要包装类型及区别	29
表8, 中国有机奶粉生产/进口企业	30
表9, 中国超市中乳制品销售模式类别	32
表10, 中国市场国内外知名品牌有机液态奶价格	38
表11, 中国市场国内外有机液态奶竞争力整体比较	39
表12, 中国市场上有机奶粉主要品牌	41
表13, 中国婴幼儿奶粉流通环节及最终渠道销售所占比例	43
表14, 中国市场国内外知名品牌有机奶粉价格	44
表15, 2012年中国知名有机奶企业销售额及所占市场份额	47
表16, 中国蒙牛乳业有限公司有机乳制品生产基地	49
表17, 河北福成五丰食品股份有限公司概况	55
表18, 2012年福成五丰燕郊奶牛养殖分公司奶牛存栏量和产奶量	55
表19, 内蒙古圣牧高科牧业有限公司有机奶源情况	57
表20, 山东银香大地乳业有限公司有机奶源情况	58
表21, 北京归原生态农业发展有限公司有机奶情况	59
表22, 中国市场雅培品牌婴幼儿奶粉各系列产品分段标准和包装类型	63

表23, 中国市场澳优品牌婴幼儿奶粉各系列产品分段标准和包装类型 65

表24, 中国知名企业有机奶奶源来源情况 68

表25, 中国知名企业有机奶销售区域情况 69

表26, 中国知名企业有机奶销售价格情况 70

通过《2013-2018年中国有机奶行业市场监测及发展前景分析报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/228588.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）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提供投资咨询报告、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。