



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国乳清产品市场 分析预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国乳清产品市场分析预测及战略咨询报告》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/249693.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

1.乳清及其加工行业概述	4
1.1 乳清及其产品概述	4
1.1.1 乳清的概念	4
1.1.2 乳清粉的种类	5
1.1.3 乳清产品加工工艺	5
1.2 世界乳清加工业发展概况	6
1.2.1 世界乳清产品产量及其分布	6
1.2.2 世界乳清产品国际贸易	8
1.2.3 世界干乳清价格走势	8
1.3 中国乳清加工业发展概况	9
2 . 中国乳业市场总体分析	11
2.1 奶源生产	11
2.1.1 奶牛存栏及其地区分布	11
2.1.2 奶类产量及其省区分布	11
2.1.3 原料奶价格走势	13
2.2 乳品加工	13
2.2.1 液体乳结构及其产量走势	13
2.2.2 干乳制品品类及其产量走势	16
2.3 乳品贸易	18
2.3.1 乳品进口及其变化趋势	18
2.3.2 乳品出口及其变化趋势	20
2.3.3 三聚氰胺事件对中国乳品进出口贸易的影响	21
2.3.4 乳品贸易相关政策	21
2.4 乳品消费	24
2.4.1 城镇居民乳品消费结构及其变化趋势	24
2.4.2 农村居民乳品消费现状及潜力	27
2.4.3 中国居民乳品消费预测	28
2.5 乳业政策环境	28
2.5.1 乳品相关安全国家标准	28
2.5.2 乳品质量监督管理条例	30

2.5.3 奶业整顿与振兴规划纲要	32
2.5.4 进一步加强乳品质量安全	33
2.5.5 乳制品工业产业政策	34
2.5.6 全国奶业发展规划	36
3 . 中国乳清产品市场总体分析	38
3.1 中国乳清产品市场需求与供给现状	38
3.2 中国乳清加工业政策环境	38
3.3 中国乳清产品生产状况	38
3.4 中国乳清产品贸易状况	39
3.4.1 乳清产品进口贸易	39
3.4.1 乳清产品出口贸易	45
3.5 中国乳清产品市场容量及其增长趋势	45
3.5.1 乳清及变性乳清产品	45
3.5.2 无水乳糖	46
3.5.3 乳白蛋白(包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物)	46
3.6 中国乳清产品市场未来发展趋势预测	47
4 . 中国乳清产品应用市场分析	48
4.1 应用市场概述	48
4.2 幼畜饲料	49
4.2.1 幼畜饲料用乳清产品概述	49
4.2.2 供给量	50
4.2.3 营销渠道	50
4.2.4 主要用户的市场份额	50
4.2.6 幼畜饲料用乳清粉的需求量预测	50
4.3 婴幼儿配方奶粉	51
4.3.1 婴幼儿配方奶粉用乳清产品概述	51
4.3.2 供给量	51
4.3.3 营销渠道	51
4.2.4 主要用户的市场份额	51
4.3.5 婴幼儿配方奶粉用乳清产品需求量预测	52
4.4 功能性饮品	52
4.4.1 功能性饮品用乳清产品概述	52

4.4.2	供给量	52
4.4.3	营销渠道	53
4.4.4	主要用户的市场份额	53
4.4.5	功能性饮品用乳清制品的需求量预测	53
4.5	烘焙食品	54
4.5.1	烘焙食品用乳清产品概述	54
4.5.2	供给量	54
4.5.3	营销渠道	54
4.5.4	烘焙食品用乳清粉的需求量预测	54
4.6	冷饮食品	55
4.6.1	冷饮食品用乳清产品概述	55
4.6.2	供给量	55
4.6.3	营销渠道	55
4.6.4	冷饮食品用乳清产品的需求量预测	56
4.7	肉类加工食品	56
4.7.1	肉类加工用乳清产品概述	56
4.7.2	供给量	56
4.7.3	营销渠道	57
4.7.4	主要用户的市场份额	57
4.7.5	肉类加工食品用乳清产品的需求量预测	57
4.8	医用保健品	58
4.8.1	医用保健食品用乳清产品概述	58
4.8.2	供给量	58
4.8.3	营销渠道	58
4.8.4	主要用户的市场份额	58
4.8.5	医用保健食品用乳清产品的需求量预测	59
5	中国乳清产品市场主要国外品牌竞争分析	61
5.1	概述	61
5.2	主要品牌公司背景	61
5.2.1	恒天然合作集团	61
5.2.2	澳大利亚迈高联合有限公司	62
5.2.3	维利奥有限公司	63

5.2.4 法国欧洲乳清公司	63
5.2.5 爱尔兰哥兰比亚集团	64
5.2.6 美国地球食品国际有限公司	64
5.2.7 美国界面蛋白质技术有限公司	65
5.2.8 美国蓝多湖农业合作集团	65
5.3 主要品牌公司的国内主要用户	66
5.4 主要品牌公司在中国的营销策略	66
6. 中国乳清产品主要进口商分析	67
6.1 主要乳清和变性乳清产品(HS04041000) 进口商	67
6.1.1 主要外商贸易公司	68
6.1.2 TOP10外资生产企业	68
6.1.3 主要国内贸易公司	69
6.1.4 TOP15国内生产企业	70
6.2 TOP 15无水乳糖(HS17021100) 进口商	71
6.3 TOP 15乳白蛋白(包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物)(HS35022000) 进口商	72
7 . 公司对进入中国乳清产品市场的经营战略和策略建议	73
7.1 中国乳清产品市场的进入壁垒和机会分析	73
7.1.1 乳清加工行业进入壁垒分析	73
7.1.2 乳清产品市场进入的机会分析	73
7.2 进入和拓展中国乳清产品市场的经营战略和策略建议	74
附件：在华主要乳清产品进口商	75
附件1：乳清及改性乳清产品进口商	75
附件2：无水乳糖进口商	79
附件3：乳白蛋白（包括两种及两种以上的乳清蛋白浓缩物）进口商	81
图表目录：	
表1-1 乳清产品的基本组成	4
图1-1 乳清加工产品流程简图	6
图1-2 世界各大洲干乳清分布情况，2009	7
图1-3 欧洲各地区干乳清产品分布情况，2009	7
图1-4 世界主要国家干乳清产量情况，2008	8
图1-5 美国干乳清产品价格（FAS）走势，2005-2011	9
图2-1 奶牛存栏变化趋势，1997-2010	11

表2-1 中国不同产区奶源生产比较	12
图2-2 中国原料奶价格走势，2009-2013	13
图2-3 中国乳制品产量（单位：吨）结构	14
图2-4 中国液体乳产品结构变化趋势	15
图2-5 中国液体乳产量走势，2009-2013	15
图2-6 中国液体乳不同品类的生产增长趋势	16
图2-7 中国干乳制品产品结构	16
图2-8 中国干乳制品产量变化趋势，2010-2013	17
图2-9 中国奶粉及其他干乳制品生产变化趋势，2010-2013	17
图2-10 中国乳品进口变化趋势，按月度，2009-2013	18
图2-11 中国不同品类乳品进口变化趋势，按月度，2009-2013	19
图2-12 中国乳品进口结构变化趋势，按月度，2009-2013	19
图2-13 中国不同品类乳品进口价格（CIF），按月度，2009-2013	19
图2-14 中国乳品出口趋势，2009-2013	20
图2-15 中国乳品出口结构变化趋势，2009-2013	20
图2-16 中国乳品进出口变化趋势，2009-2013	21
表2-2 中国进口乳制品关税一览表，2013	21
表2-3 《中新自由贸易协定》下中国自新西兰进口乳制品关税一览表	22
表2-4 2014年《自动进口许可管理货物目录》	23
图2-17 中国城镇居民人均乳品消费量变化，按季度，2010-2013	24
图2-18 中国城镇居民乳品消费结构变化，按金额，按季度，2010-2013	25
表2-5 中国乳品零售价格变化趋势，按季度，2010-2013	25
图2-19 乳品与其他食品在食品消费总额中的比重比较	26
表2-6 中国城镇居民人均乳品消费在食品消费中的比重，按季度，2010-2013	26
图2-20 中国农村居民奶及奶制品人均消费水平变化趋势	27
表2-7 感官要求	29
表2-8 理化指标	29
表2-9 微生物限量	29
表2-10 感官要求	30
表2-11 理化指标	30
表2-12 微生物限量	30
表3-1 中国乳清产品进口关税一览表，2012	39

图3-1 中国乳清及变性乳清产品进口结构	40
表3-2 中国乳清和变性乳清产品(HS04041000) 进口比例,2009-2013	40
图3-2 中国乳清和变性乳清产品(HS04041000) 平均进口价格 (CIF) 走势,2009-2013	41
图3-3 中国乳清及变性乳清产品进口流向分布	42
图3-4 中国不同省区乳清及变性乳清产品平均进口价格 (CIF) 比较	42
表3-3 中国无水乳糖(HS17021100) 进口比例 , 2009-2013	43
图3-5 中国无水乳糖平均进口价格 (CIF) 走势,2009-2013	43
图3-6 中国乳白蛋白(包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物)产品进口结构	44
表3-4 中国乳白蛋白(包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物)(HS35022000)进口比例 , 2009-2013	44
图3-7 中国乳白蛋白(包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物)平均进口价格 (CIF) 走势,2009-2013	44
图3-8 中国乳清和变性乳清产品(HS04041000) 进口趋势 , 2009-2013	46
图3-9 中国无水乳糖(HS17021100) 进口趋势 , 2009-2013	46
图3-10 中国乳白蛋白(包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物)(HS35022000)进口趋势 , 2009-2013	47
表4-1 中国乳清产品应用一览表,2012	48
图4-1 中国乳清产品应用分类	49
图4-2 中国乳清产品市场结构 (按数量)	49
表4-2 中国饲料主要生产商产量一览表	50
表4-3 中国婴幼儿配方奶粉主要生产商产量一览表	52
表4-4 运动饮料主要生产商产量一览表	53
表4-5 中国主要肉制品加工企业生猪加工规模比较	57
表4-6 中国营养、保健食品制造行业企业排名 , 按销售收入	58
表4-7 最受关注十大保健品品牌,2012年度	59
图6-1 不同进口商在乳清和变性乳清产品(HS04041000) 进口中所占得份额 (按数量)	67
表6-1 要在华外商贸易公司乳清及改性乳清产品进口一览表	68
表6-2 主要在华外商生产企业乳清及改性乳清产品进口情况一览表	68
表6-3 主要国内贸易公司乳清及改性乳清产品进口一览表	69
表6-4 TOP15国内生产企业乳清及改性乳清产品进口一览表	70
表6-5 中国境内TOP15无水乳糖进口商进口情况一览表	71
表6-6 中国境内TOP15乳白蛋白 (包括两种或两种以上的乳清蛋白浓缩物) 进口商进口情况一	

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249693.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提供专业投资咨询报告、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。