



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国乳制品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国乳制品市场发展现状及战略咨询报告》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/27440/>

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

2008年后，我国政府及行业监管部门出台了一系列有利于乳制品行业持续健康发展的政策，中国乳制品行业正面临增长方式的转变，中国乳制品行业将迎接新一轮高速发展周期的到来。从宏观经济环境看，预计未来几年，我国城市化进程进一步加快，中国城镇人口占比将进一步提高，中国将成为真正的以城市消费带动全国消费的国家。随着"十二五"规划的实施，城镇居民人均可支配收入和农村居民纯收入将持续增长，我国部分地区因收入因素而被压制的乳制品消费需求将得到逐步释放，乳制品行业将维持较高的增长速度。

与世界发达国家相比，我国乳制品行业发展起步较晚，乳制品行业在我国还属于朝阳产业，仍有广阔的发展空间。近年来，尽管我国年人均原奶占有量上升很快，到2012年已达到人均28千克/年以上，但与世界平均水平有较大差距，与美国等发达国家相比差距更大。即便是与中国在饮食习惯上相似的韩国、日本等国，以及与中国国情相似，人口基数同样庞大、经济发展水平尚不及中国的印度相比，这些国家的人均原奶占有量也都远高于中国。因此，随着人们生活水平的提高，我国乳制品消费市场存在巨大的发展空间和增长潜力。根据农业部制定的《全国奶业"十一五"发展规划和2020年远景目标规划》，预计到2020年我国人均占有奶量将达到42千克以上，是现有水平的1.5倍。由此可见，在人口基数十分庞大的中国，乳制品市场未来发展空间巨大、前景广阔。

中国与亚洲国家、美国以及世界平均水平人均原奶（牛奶）占有量对比：

数据来源：中国奶业年鉴

2006-2015年中国内地经济发达地区城镇居民人均乳制品消费支出情况如下：

单位：元/人

数据来源：中国奶业年鉴

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。

报告目录：

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 乳与乳制品的分类
- 1.1.3 乳与乳制品的营养价值
- 1.2 几种与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

第二章 2012-2015年国际乳制品行业分析

- 2.1 2012-2015年国际乳制品行业整体概况
 - 2.1.1 国外乳制品行业的发展模式
 - 2.1.2 2015年全球乳业发展概述
 - 2.1.3 2015年全球乳制品市场发展简况
 - 2.1.4 2015年全球乳制品市场发展态势
 - 2.1.5 主要发达国家奶业政策分析
 - 2.1.6 全球乳制品行业的消费趋势
- 2.2 各大洲乳制品行业发展状况
 - 2.2.1 各大洲乳业发展竞争力比较
 - 2.2.2 欧盟奶业政策现状分析
 - 2.2.3 欧盟采取措施促进乳品市场稳定发展
 - 2.2.4 亚洲乳制品行业发展空间大
- 2.3 美国
 - 2.3.1 美国奶业发展概况
 - 2.3.2 2015年美国乳制品消费减少
 - 2.3.3 2015年美国乳品出口简析
 - 2.3.4 美国奶品质量检验制度阐述
 - 2.3.5 美国对乳制品安全的监管措施
- 2.4 澳大利亚
 - 2.4.1 澳大利亚乳业的地区布局
 - 2.4.2 澳大利亚乳制品产业发展综述
 - 2.4.3 澳大利亚乳品生产状况
 - 2.4.4 澳大利亚奶制品业严格监管

- 2.4.5 澳大利亚乳制品消费解析
 - 2.5 新西兰
 - 2.5.1 新西兰乳制品行业发展现状
 - 2.5.2 新西兰奶业快速增长
 - 2.5.3 新西兰对乳制品的监管
 - 2.5.4 新西兰乳业的发展经验
 - 2.5.5 新西兰乳业的发展趋势
 - 2.6 印度
 - 2.6.1 印度乳业成功发展的原因解析
 - 2.6.2 印度乳品合作社促进牛奶业发展
 - 2.6.3 印度推行乳业综合发展计划成绩显著
 - 2.6.4 印度延长从中国进口乳制品的禁令
 - 2.7 阿根廷
 - 2.7.1 阿根廷乳品行业发展综述
 - 2.7.2 阿根廷乳品行业产业链分析
 - 2.7.3 阿根廷乳制品出口贸易简析
 - 2.7.4 阿根廷实施新"国家乳业计划"
- ### 第三章 2012-2015年中国乳制品行业分析
- 3.1 2012-2015年中国奶业发展概况
 - 3.1.1 中国奶业发展的四个阶段
 - 3.1.2 中国奶业发展取得的成就回顾
 - 3.1.3 2015年中国奶业市场运行特征
 - 3.1.4 2015年中国奶业市场发展现状
 - 3.1.5 中国奶业的科技发展
 - 3.2 2012-2015年中国乳制品行业的发展
 - 3.2.1 2015年中国乳制品行业发展状况
 - 3.2.2 2015年中国乳制品行业运行分析
 - 3.2.3 2015年中国乳制品行业发展态势
 - 3.3 中国乳业面临的问题
 - 3.3.1 乳制品生产存在的主要问题
 - 3.3.2 制约我国奶业健康发展的三大问题
 - 3.3.3 我国乳制品行业亟需改善的主要问题

3.3.4 中国乳业可持续发展面临的挑战

3.4 乳业发展策略

3.4.1 我国乳制品行业发展战略

3.4.2 中国乳制品企业的发展对策

3.4.3 扩大我国乳制品市场需求的战略对策

3.4.4 我国将采取六项措施促进乳业发展

第四章 2012-2015年乳制品产量数据分析

4.1 2012-2015年全国及主要省份乳制品产量分析

4.1.1 2015年全国及主要省份乳制品产量分析

4.1.2 2015年全国及主要省份乳制品产量分析

4.1.3 2015年全国及主要省份乳制品产量分析

4.2 2012-2015年全国及主要省份液体乳产量分析

4.2.1 2015年全国及主要省份液体乳产量分析

4.2.2 2015年全国及主要省份液体乳产量分析

4.2.3 2015年全国及主要省份液体乳产量分析

第五章 中国液体乳及乳制品制造行业财务状况

5.1 中国液体乳及乳制品制造行业经济规模

5.1.1 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售规模

5.1.2 2010-2015年液体乳及乳制品制造业利润规模

5.1.3 2010-2015年液体乳及乳制品制造业资产规模

5.2 中国液体乳及乳制品制造行业盈利能力指标分析

5.2.1 2010-2015年液体乳及乳制品制造业亏损面

5.2.2 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售毛利率

5.2.3 2010-2015年液体乳及乳制品制造业成本费用利润率

5.2.4 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售利润率

5.3 中国液体乳及乳制品制造行业营运能力指标分析

5.3.1 2010-2015年液体乳及乳制品制造业应收账款周转率

5.3.2 2010-2015年液体乳及乳制品制造业流动资产周转率

5.3.3 2010-2015年液体乳及乳制品制造业总资产周转率

5.4 中国液体乳及乳制品制造行业偿债能力指标分析

5.4.1 2010-2015年液体乳及乳制品制造业资产负债率

5.4.2 2010-2015年液体乳及乳制品制造业利息保障倍数

5.5 中国液体乳及乳制品制造行业财务状况综合评价

5.5.1 液体乳及乳制品制造业财务状况综合评价

5.5.2 影响液体乳及乳制品制造业财务状况的经济因素分析

第六章 2012-2015年中国乳制品市场分析

6.1 2012-2015年我国乳业市场结构分析

6.1.1 市场集中度

6.1.2 进入壁垒

6.1.3 退出壁垒

6.1.4 产品差别化

6.2 2012-2015年乳制品市场整体状况分析

6.2.1 我国乳制品市场特点及机会分析

6.2.2 中国乳制品市场供需状况

6.2.3 2015年中国乳制品市场价格走势

6.2.4 2015年国内乳品价格状况

6.2.5 2015年国内乳品市场动态

6.3 乳制品市场策略分析

6.3.1 我国牛奶市场的特点及营销推广

6.3.2 乳品新产品开发的有效途径

6.3.3 乳制品新市场开发运作策略分析

第七章 2012-2015年乳制品消费分析

7.1 乳制品消费者分析

7.1.1 乳制品消费者构成及其营养需求

7.1.2 乳品消费者分析

7.1.3 乳品消费结构分析

7.1.4 乳品业消费者行为与心理探究

7.2 乳制品市场消费状况

7.2.1 乳制品消费与公众营养改善

7.2.2 中国乳制品消费现状

7.2.3 中国人均乳品消费状况

7.2.4 乳业供需总量及结构浅析

7.3 影响中国乳类需求的重要因素

7.3.1 收入增长

- 7.3.2 城市化进程
- 7.3.3 人口增长及其结构变化
- 7.3.4 市场细化和宏观政策
- 7.4 乳制品消费趋势预测
 - 7.4.1 未来推动我国乳制品消费增长的因素
 - 7.4.2 未来中国鲜奶消费总量将稳步增长
 - 7.4.3 中国酸奶消费增长空间仍然巨大
 - 7.4.4 未来中国奶粉市场消费趋势分析

第八章 2012-2015年液态乳发展分析

- 8.1 中国液态乳市场分析
 - 8.1.1 液态乳消费者分析
 - 8.1.2 中国液态乳的市场格局
 - 8.1.3 2015年液态奶消费者满意度情况
 - 8.1.4 2015年国内液态奶市场供需平衡
 - 8.1.5 2015年我国液态奶市场发展现状
 - 8.1.6 2015年我国液态奶市场发展动态
- 8.2 超高温灭菌奶/UHT奶/常温奶
 - 8.2.1 超高温灭菌奶概述
 - 8.2.2 常温奶消费市场分析
 - 8.2.3 我国常温奶市场发展现状
 - 8.2.4 龙头企业争夺常温奶市场
- 8.3 巴氏奶
 - 8.3.1 巴氏奶市场概述
 - 8.3.2 中国巴氏奶市场发展概况
 - 8.3.3 巴氏奶仍然是乳品行业未来趋势
 - 8.3.4 巴氏奶企业未来发展的对策分析
 - 8.3.5 中国巴氏奶发展建议
- 8.4 液态奶行业的竞争分析
 - 8.4.1 液态奶行业存在的恶性竞争概述
 - 8.4.2 液态奶市场竞争态势回顾
 - 8.4.3 液态奶企业赢利能力浅析
 - 8.4.4 液态奶企业发展的策略选择

8.4.5 3.0时代面临的竞争机遇和挑战

8.5 液态乳发展趋势分析

8.5.1 液态奶市场未来发展趋势

8.5.2 液态乳产业产品格局简析

8.5.3 液态乳制品生产技术及产品的发展趋势

第九章 2012-2015年奶粉市场发展分析

9.1 2012-2015年中国奶粉市场发展综述

9.1.1 中国奶粉行业SWOT分析

9.1.2 中国奶粉市场的品牌格局

9.1.3 2015年中国奶粉市场动作频频

9.1.4 2015年大中城市居民奶粉消费状况

9.1.5 2015年我国婴幼儿奶粉市场态势

9.1.6 2015年我国奶粉市场发展状况

9.1.7 2015年我国奶粉市场发展动态

9.2 2012-2015年奶粉市场价格分析

9.2.1 2015年我国奶粉市场价格走势分析

9.2.2 2015年进口奶粉掀起新一轮涨价潮

9.2.3 2013-2015年进口奶粉价格简况

9.2.4 外资奶粉品牌"操控定价权"的战略分析

9.3 2012-2015年中国奶粉进出口分析

9.3.1 2015年中国奶粉进出口状况

9.3.2 2015年我国奶粉进出口状况

9.3.3 2015年奶粉进口量增长

9.3.4 规范中国进口奶粉市场的措施

9.4 中国奶粉行业存在的问题及发展对策

9.4.1 我国奶粉行业的三大问题分析

9.4.2 奶源建设是奶粉市场发展关键

9.4.3 国产奶粉面临的困境及对策分析

9.4.4 奶粉行业亟需规范

9.4.5 国产奶粉行业急需重整

9.4.6 中小乳企运作奶粉市场策略

第十章 2012-2015年奶酪、酸奶、冰淇淋市场分析

10.1 奶酪

10.1.1 奶酪相关介绍

10.1.2 我国奶酪市场消费情况分析

10.1.3 我国发展奶酪行业正当其时

10.1.4 三大原因影响我国奶酪市场发展

10.1.5 中国奶酪市场的机会与风险分析

10.2 酸奶

10.2.1 中国酸奶市场发展特征

10.2.2 中国酸奶市场发展概述

10.2.3 功能性酸奶受市场青睐

10.2.4 我国酸奶市场有待规范

10.2.5 长效酸奶将改写市场新格局

10.2.6 我国酸奶市场发展存在的问题

10.3 冰淇淋

10.3.1 冰淇淋成乳制品市场新宠

10.3.2 中国冰淇淋市场现状分析

10.3.3 2015年冰淇淋行业发展概况

10.3.4 高端软冰淇淋市场将迎来发展机遇

第十一章 2012-2015年主要地区乳制品行业分析

11.1 内蒙古

11.1.1 内蒙古乳业发展概况

11.1.2 内蒙古乳业运行状况

11.1.3 内蒙古乳制品行业简析

11.1.4 制约内蒙古自治区乳业发展的因素

11.1.5 提高内蒙古乳业国际竞争力的策略

11.1.6 内蒙古乳业"十二五"布局规划

11.2 黑龙江

11.2.1 黑龙江乳业在全国的重要地位

11.2.2 黑龙江乳业发展综述

11.2.3 2015年黑龙江乳制品产量增长

11.2.4 黑龙江乳业存在的问题与制约因素

11.2.5 黑龙江乳业的发展对策

11.3 陕西

11.3.1 陕西奶业发展概况

11.3.2 陕西试点开展乳制品认证

11.3.3 陕西奶业的科技发展

11.3.4 陕西奶业发展存在的问题

11.3.5 陕西奶业发展的策略分析

11.3.6 陕西省乳制品业发展前景展望

11.4 宁夏

11.4.1 2011年宁夏重申乳制品企业"准生证"

11.4.2 2015年宁夏出台政策扶持奶业发展

11.4.3 宁夏奶业发展面临的问题与对策分析

11.4.4 宁夏牛奶品牌发展的建议

11.5 河北

11.5.1 河北省乳业发展综述

11.5.2 河北省乳制品行业简析

11.5.3 河北乳制品行业发展现状

11.5.4 河北省乳制品业产业结构亟需调整

11.6 其它地区

11.6.1 安徽省乳制品行业发展分析

11.6.2 辽宁省乳业发展概况

11.6.3 山西省乳制品生产情况

11.6.4 青海推动乳品行业整合

11.6.5 河南省实施千万吨奶业跨越工程

第十二章 2012-2015年乳制品进出口分析

12.1 2012-2015年中国乳制品进出口概况

12.1.1 2015年我国乳制品进出口状况

12.1.2 2015年婴幼儿奶粉进口关税下调

12.1.3 2015年我国提高乳制品进口门槛

12.1.4 2015年我国乳制品进出口现状

12.1.5 2015年我国乳制品进出口状况

12.2 2012-2015年中国主要乳制品产品进出口数据分析

12.2.1 2012-2015年未浓缩及未加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口情况分析

- 12.2.2 2012-2015年浓缩、加糖或其他甜物质的乳及奶油进出口情况分析
- 12.2.3 2012-2015年酪乳、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情况分析
- 12.2.4 2012-2015年乳清；其他品目未列名的含天然乳的产品进出口情况分析
- 12.2.5 2012-2015年黄油及其他从乳提取的脂和油；乳酱进出口情况分析
- 12.2.6 2012-2015年乳酪及凝乳进出口情况分析
- 12.3 2012-2015年部分地区乳制品进口分析
 - 12.3.1 广东口岸乳制品进口状况
 - 12.3.2 深圳口岸乳制品进口状况
 - 12.3.3 浙江乳制品进口贸易简析
 - 12.3.4 山东乳品进口量价齐增
 - 12.3.5 宁波口岸乳制品进口状况
 - 12.3.6 江门口岸乳制品进口情况
- 12.4 2012-2015年中国与各国乳制品贸易动态
 - 12.4.1 韩国解除对中国出口至韩国乳制品的限制
 - 12.4.2 中国成为智利乳制品主要出口目的地
 - 12.4.3 俄罗斯乳制品进口关税调整
 - 12.4.4 阿根廷乳品正式进军中国市场
 - 12.4.5 新西兰乳制品进口税率上调
- 第十三章 2012-2015年乳制品营销分析
 - 13.1 乳品营销概况
 - 13.1.1 乳制品行业迈入价值营销时代
 - 13.1.2 我国乳企实现跨界营销
 - 13.1.3 我国乳制品领域首次掀起会员营销
 - 13.1.4 乳制品行业"超女营销"模式反思
 - 13.2 乳制品营销存在的问题及突围
 - 13.2.1 乳制品行业营销面临的十大问题
 - 13.2.2 我国乳制品行业亟待解决的营销问题
 - 13.2.3 乳制品行业营销的四大突围
 - 13.3 乳制品营销策略分析
 - 13.3.1 乳制品行业营销十大法则
 - 13.3.2 乳品促销之五步走

13.3.3 乳业促销竞争策略

13.3.4 乳业价格之外的营销策略

13.3.5 中小企业营销之柔道战略运用

13.4 中小型乳制品企业渠道及终端营销对策

13.4.1 选择适合自己的经销商

13.4.2 渠道选择

13.4.3 推广途径

第十四章 2012-2015年乳制品质量安全问题分析

14.1 乳制品质量安全问题概况

14.1.1 近年来发生的全球乳制品污染事件

14.1.2 我国乳制品企业保障乳品安全的主要措施

14.2 "三聚氰胺事件"分析

14.2.1 "三聚氰胺事件"造成的巨大影响

14.2.2 "三聚氰胺事件"对乳制品业造成的危机分析

14.2.3 "三聚氰胺事件"反思

14.2.4 国家对乳制品行业的整顿整改情况

14.3 国际乳业质量管理经验及其启示

14.3.1 国际乳制品业质量管理经验

14.3.2 我国奶业与国际先进水平的差距

14.3.3 对加强我国乳业质量管理的启示

第十五章 2012-2015年乳制品包装分析

15.1 乳品包装概况

15.1.1 英国乳品包装业的发展

15.1.2 中国乳品包装状况分析

15.1.3 中国乳品包装安全质量状况

15.1.4 影响我国乳品包装的主要因素

15.1.5 中国乳品包装亟待发展的几个方面

15.1.6 乳品包装业的发展对乳企意义深远

15.2 液态乳包装分析

15.2.1 液态乳包装进展及存在的问题

15.2.2 树脂材料在液态乳品包装中的应用情况

15.2.3 液态奶包装袋卫生状况分析

15.2.4 完善液态乳纸箱外包装的10项举措

15.3 透析乳品包装设计

15.3.1 我国乳制品包装设计存在的主要问题

15.3.2 乳制品包装设计要点

15.3.3 包装设计展望

15.4 乳品包装的前景与趋势

15.4.1 欧美市场乳制品包装的发展趋势

15.4.2 中国乳制品包装的发展方向

15.4.3 果粒乳品包装的发展趋势

15.4.4 无菌包装在乳品业中的应用前景

第十六章 2012-2015年乳制品行业竞争分析

16.1 乳业竞争概况

16.1.1 乳业奶源竞争进一步加剧

16.1.2 中国乳企打入世界乳制品业第一阵营

16.1.3 国外品牌蚕食中国乳制品市场

16.1.4 国外高端婴幼儿奶粉陆续进入中国市场

16.2 中国乳制品行业国际竞争力分析

16.2.1 中国乳品业国际市场竞争力状况

16.2.2 国际竞争力提升的制约因素

16.2.3 提升国际竞争力的发展对策

16.3 中国乳制品行业竞争战略转向

16.3.1 从注重战术向关注战略方向转变

16.3.2 从价格战向价值战转移

16.3.3 从渠道争夺到消费者争夺

16.3.4 从产品宣传到营养教育

16.3.5 从争夺市场到价值链建设

16.3.6 从大众营销到体验营销

第十七章 2012-2015年乳制品行业重点企业经营状况

17.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

17.1.1 公司简介

17.1.2 2015年伊利股份经营状况分析

17.1.3 2015年伊利股份经营状况分析

- 17.1.4 2015年伊利股份经营状况分析
- 17.2 蒙牛乳业
 - 17.2.1 公司简介
 - 17.2.2 2015年蒙牛乳业经营状况分析
 - 17.2.3 2015年蒙牛乳业经营状况分析
 - 17.2.4 2015年蒙牛乳业经营状况分析
- 17.3 光明乳业
 - 17.3.1 公司简介
 - 17.3.2 2015年光明乳业经营状况分析
 - 17.3.3 2015年光明乳业经营状况分析
 - 17.3.4 2015年光明乳业经营状况分析
- 17.4 北京三元食品股份有限公司
 - 17.4.1 公司简介
 - 17.4.2 2015年三元股份经营状况分析
 - 17.4.3 2015年三元股份经营状况分析
 - 17.4.4 2015年三元股份经营状况分析
- 17.5 飞鹤乳业
 - 17.5.1 公司简介
 - 17.5.2 2015年飞鹤乳业经营状况
 - 17.5.3 2015年飞鹤乳业经营状况
 - 17.5.4 2015年飞鹤乳业经营状况
- 第十八章 中国乳制品行业投资潜力分析
 - 18.1 中国乳业的波特五力模型分析
 - 18.1.1 潜在进入者
 - 18.1.2 现有竞争对手间争夺的激烈程度
 - 18.1.3 替代产品压力
 - 18.1.4 供方砍价能力
 - 18.1.5 买方砍价能力
 - 18.2 乳制品行业投资现状分析
 - 18.2.1 我国乳制品行业准入门槛提高
 - 18.2.2 中国房企青睐大洋洲乳品业商机
 - 18.2.3 中外乳企相互投资提升中国乳业活力

18.2.4 我国乳业迎来资本进入热潮

18.3 乳制品行业投资风险及建议

18.3.1 经营风险

18.3.2 行业风险

18.3.3 市场风险

18.3.4 乳企应对潜在经济风险对策分析

第十九章 乳制品行业前景趋势分析

19.1 乳制品市场前景分析

19.1.1 未来世界乳制品贸易市场展望

19.1.2 中国乳制品市场仍有广阔空间

19.1.3 未来中国乳制品消费将快速增长

19.1.4 中国乳制品市场未来竞争格局

19.1.5 2015年奶源价格走势预测

19.1.6 2015年中国乳制品行业发展态势

19.2 2016-2022年中国液体乳及乳制品制造行业预测

19.2.1 2016-2022年中国液体乳及乳制品制造行业收入预测

19.2.2 2016-2022年中国液体乳及乳制品制造行业产值预测

19.2.3 2016-2022年中国液体乳及乳制品制造行业利润预测

19.2.4 2016-2022年中国液体乳及乳制品制造行业产量预测

19.3 乳制品行业发展趋势及方向

19.3.1 未来十年我国乳业发展趋势分析

19.3.2 未来高品质乳制品受政策利好

19.3.3 未来中国乳制品行业集中度仍将提高

19.3.4 中国乳制品品种发展方向探析

第二十章 乳制品行业政策分析

20.1 乳制品政策分析及解读

20.1.1 我国启动乳品企业HACCP体系认证

20.1.2 解读《乳制品工业产业政策》

20.1.3 解读《乳品安全国家标准》

20.1.4 我国乳业政策频出行业门槛提高

20.1.5 2015年中央财政提高奶牛养殖保险保费补贴标准

20.1.6 2015年卫生部规定婴幼儿配方食品禁添牛初乳

- 20.1.7 中国乳制品工业"十二五"规划目标
- 20.1.8 《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉销售监督管理工作的通知》
- 20.1.9 《推动婴幼儿配方乳粉企业兼并重组工作方案》
- 20.1.10 2015年我国实施奶粉进口限制新规定
- 20.2 乳制品行业政策法规介绍
 - 20.2.1 中华人民共和国食品安全法
 - 20.2.2 乳制品工业产业政策
 - 20.2.3 《乳品质量安全监督管理条例》
 - 20.2.4 《生鲜乳生产收购管理办法》
 - 20.2.5 企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则（2010版）
 - 20.2.6 企业生产乳制品许可条件审查细则（2010版）
 - 20.2.7 《进出口乳品检验检疫监督管理办法》

图表目录：

- 图表 澳大利亚乳制品行业情况
- 图表 澳大利亚奶粉生产情况
- 图表 我国乳制品进口数量和金额变化情况
- 图表 我国乳制品进出口数量
- 图表 我国良种奶牛进口情况
- 图表 我国良种奶牛胚胎进口量情况
- 图表 我国冻精进口量情况
- 图表 国内主产区原奶价格及鲜奶平均零售价格
- 图表 国内乳制品产量及增速
- 图表 国内乳企营业费用率
- 图表 乳制品产量情况
- 图表 乳制品主营业务收入情况
- 图表 乳制品利润情况
- 图表 2015年全国乳制品产量数据
- 图表 2015年内蒙古自治区乳制品产量数据
- 图表 2015年山东省乳制品产量数据
- 图表 2015年河北省乳制品产量数据
- 图表 2015年黑龙江省乳制品产量数据
- 图表 2015年陕西省乳制品产量数据

图表 2015年河南省乳制品产量数据

图表 2015年辽宁省乳制品产量数据

图表 2015年全国乳制品产量数据

图表 2015年内蒙古自治区乳制品产量数据

图表 2015年山东省乳制品产量数据

图表 2015年河北省乳制品产量数据

图表 2015年黑龙江省乳制品产量数据

图表 2015年河南省乳制品产量数据

图表 2015年陕西省乳制品产量数据

图表 2015年江苏省乳制品产量数据

图表 2015年全国及各省市乳制品产量数据

图表 2015年全国液体乳产量数据

图表 2015年内蒙古自治区液体乳产量数据

图表 2015年山东省液体乳产量数据

图表 2015年河北省液体乳产量数据

图表 2015年河南省液体乳产量数据

图表 2015年陕西省液体乳产量数据

图表 2015年黑龙江省液体乳产量数据

图表 2015年辽宁省液体乳产量数据

图表 2015年全国液体乳产量数据

图表 2015年内蒙古自治区液体乳产量数据

图表 2015年山东省液体乳产量数据

图表 2015年河北省液体乳产量数据

图表 2015年陕西省液体乳产量数据

图表 2015年河南省液体乳产量数据

图表 2015年黑龙江省液体乳产量数据

图表 2015年江苏省液体乳产量数据

图表 2015年全国及各省份液体乳产量数据

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售收入

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业销售额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业销售额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2012-2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业销售额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业销售额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业利润总额

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业利润总额增长趋势图

图表 2012-2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业利润总额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业利润总额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2012-2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2015年液体乳及乳制品制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业资产总额

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业总资产增长趋势图

图表 截至2015年底液体乳及乳制品制造业不同规模企业总资产

图表 截至2015年底液体乳及乳制品制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2015年底液体乳及乳制品制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2015年底液体乳及乳制品制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业亏损面

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业亏损企业亏损总额

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售毛利率趋势图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业成本费用率

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业成本费用利润率趋势图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业销售利润率趋势图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业应收账款周转率对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业流动资产周转率对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业总资产周转率对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业资产负债率对比图

图表 2010-2015年液体乳及乳制品制造业利息保障倍数对比图

- 图表 中国乳制品行业的市场集中度指标
- 图表 全国城镇居民人均鲜乳品、奶粉、酸奶消费量及其变化
- 图表 全国城镇居民不同收入家庭平均每人全年鲜乳品消费量
- 图表 全国城镇居民不同收入家庭平均每人全年奶粉消费量
- 图表 全国城镇居民不同收入家庭平均每人全年酸奶消费量
- 图表 一般乳业产品消费者分析表
- 图表 不同乳品销售终端列表
- 图表 不同消费人群对乳品的购买频率和购买数量
- 图表 乳品行业中影响消费者消费的重要因素
- 图表 牛奶行业主要购买方式
- 图表 2015年我国主要奶粉品牌市场占有率

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/27440/>

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。