



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国牛奶市场分析 及投资策略研究报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国牛奶市场分析及投资策略研究报告》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/276792.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

近年来我国奶业的发展越来越多地表现出畜牧业固有的周期性，受制于消费增长的放缓，增长速度明显变慢。我国奶业的发展更多受到国内乳制品供需平衡、养殖成本变化和国际乳制品市场的影响。由于2013年下半年到2014年上半年较高的奶价和良好的养殖效益，国内奶牛养殖积极性增加，产业资本和金融资本持续涌入奶业，奶牛进口量大增，加上良好的气候条件和无疫情的影响，2014年我国牛奶产量增加。

根据国家统计局公布数据显示，2014年我国牛奶（生鲜乳）产量3725万吨，比2013年的3531万吨增加194万吨，增长5.5%。国家奶牛产业技术体系监测的规模牧场奶牛存栏2014年比2013年增加了4%，生鲜乳产量增加10%。在规模牧场奶牛存栏（全群100头以上）占全国存栏比例的45%（农业部监测数据）的现状下，规模牧场生鲜乳产量的增加抵消了小规模养殖户退出带来的减产。 2005-2014年我国奶牛存栏和牛奶产量情况

2014年我国进口改良种用牛21.54万头，比2013年增加110.7%，主要进口国是澳大利亚、新西兰和乌拉圭。其中奶牛进口量约19.5万头。2008年至今，我国进口奶牛超过68万头，进口奶牛及其后代群体规模估计达到了140万头，对满足我国规模牧场对牛源的需求和提高生鲜乳整体水平起到了重要的作用。

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 牛奶相关概述

#### 第一节 牛奶的定义及分类

##### 一、牛奶的定义

##### 二、牛奶的分类

#### 第二节 分类产品介绍

### 第二章 牛奶市场环境分析

## 第一节 国内宏观经济环境

### 一、GDP历史变动轨迹

### 二、固定资产投资历史变动轨迹

### 三、进出口贸易历史变动轨迹

### 四、2016-2022年我国宏观经济发展预测

## 第二节 我国牛奶产业政策分析

## 第三节 牛奶行业发展影响因素分析

## 第三章 牛奶市场发展概况

### 第一节 国际牛奶产品发展总体概况

#### 一、产品国际现状分析

#### 二、产品主要国家和地区概况

#### 三、产品国际发展趋势分析

#### 四、2013-2015年国际牛奶市场发展概况

### 第二节 我国牛奶的发展概况

#### 一、我国牛奶发展基本情况

#### 二、牛奶总体市场现状

#### 三、牛奶市场发展中存在的主要问题

### 第三节 2013-2015年中国牛奶市场分析

#### 一、我国牛奶整体市场规模

##### 一) 总量规模

2014年全国牛奶产量3724.64万吨，同比增长5.5%，接近2012年的历史最高产量3743.6万吨。2015年一季度，中国原奶供给过剩。2014年以来，国内原料奶价格持续下跌，目前全国十个主产省区牛奶价格约3.39元/kg，同比下降19.1%。同时，由于乳制品价格仍持续处于高位，常温奶加工效益达到700多元/吨。由于当前鲜奶价格持续低迷，目前山东、陕西等地区养殖户亏损严重，倒奶杀牛的现象仍在持续。 2010-2014年我国牛奶产量（万吨）

##### 二) 增长速度

##### 三) 各季度市场情况

#### 二、我国牛奶市场发展现状分析

#### 三、原材料市场分析

#### 四、牛奶区域市场分析

## 第四章 国内牛奶主要生产企业盈利能力比较分析

### 第一节 2013-2015年牛奶行业利润总额分析

#### 一、2013-2015年行业利润总额分析

#### 二、不同规模企业的利润总额比较分析

#### 三、不同所有制企业的利润总额比较分析

### 第二节 2013-2015年行业销售毛利率分析

### 第三节 2013-2015年行业销售利润率分析

### 第四节 2013-2015年行业总资产利润率分析

### 第五节 2013-2015年行业净资产利润率分析

### 第六节 2013-2015年行业产值利税率分析

## 第五章 中国牛奶进出口分析

### 第一节 我国牛奶出口及增长情况

### 第二节 主要海外市场分布情况

### 第三节 经营海外市场的主要品牌

### 第四节 牛奶生产进口分析

## 第六章 中国牛奶市场渠道分析

### 第一节 牛奶市场渠道格局

### 第二节 销售渠道形式

### 第三节 销售渠道要素对比

### 第四节 对竞争对手渠道的策略研究

### 第五节 各区域市场主要代理商情况

## 第七章 市场供需态势分析

### 第一节 2011-2015年牛奶行业供需状况

#### 一、2011-2015年牛奶供给状况

#### 二、2011-2015年牛奶需求状况

#### 三、2011-2015年牛奶供需缺口分析

### 第二节 2016-2022年我国牛奶供给变化趋势预测

### 第三节 2016-2022年我国牛奶需求变化趋势预测

### 第四节 2016-2022年我国牛奶供需缺口变化趋势预测

## 第五节 牛奶行业供需主要影响因素

## 第八章 牛奶主要地区市场现状

### 第一节 华北地区

### 第二节 东北地区

### 第三节 华东地区

### 第四节 华南地区

### 第五节 西南地区

### 第六节 其他地区

## 第九章 主要牛奶生产企业分析（10家企业）

### 第一节 企业一

#### 一、公司概况

#### 二、公司资产/销售收入/利润总额分析

#### 三、公司成长能力分析

#### 四、公司盈利能力分析

#### 五、公司偿债能力分析

#### 六、公司成本费用分析

### 第二节 企业二

#### 一、公司概况

#### 二、公司资产/销售收入/利润总额分析

#### 三、公司成长能力分析

#### 四、公司盈利能力分析

#### 五、公司偿债能力分析

#### 六、公司成本费用分析

### 第二节 企业三

略&hellip;&hellip;

## 第十章 牛奶行业竞争分析

### 第一节 生产分析

#### 一、2011-2015年牛奶生产总量及增速

#### 二、2011-2015年牛奶产能及增速

- 三、国内外经济形势对牛奶生产的影响
- 四、2016-2022年牛奶生产总量及增速预测

## 第二节 需求分析

- 一、2011-2015年牛奶需求总量及增速
- 二、国内外经济形势对牛奶生产的影响
- 三、2016-2022年牛奶需求总量及增速预测

## 第三节 行业供需平衡分析

- 一、牛奶供需平衡现状
- 二、国内外经济形势对牛奶供需平衡的影响
- 三、牛奶供需平衡趋势预测

# 第十一章 牛奶行业发展前景及趋势预测

## 第一节 牛奶发展趋势和预测

- 一、2016-2022年全球牛奶市场发展预测
- 二、2016-2022年全球牛奶发展趋势
- 三、我国牛奶市场竞争趋势
- 四、2016-2022年中国牛奶发展预测

## 第二节 牛奶行业发展未来总体趋势

- 一、未来我国牛奶行业发展优势
- 二、我国牛奶未来前景与总体发展趋势

## 第三节 2016-2022年我国牛奶发展趋势分析

# 第十二章 牛奶行业投资风险分析

## 第一节 牛奶行业环境风险

- 一、国际经济环境风险
- 二、汇率风险
- 三、宏观经济风险
- 四、宏观经济政策风险
- 五、区域经济变化风险

## 第二节 产业链上下游及各关联产业风险

## 第三节 牛奶行业政策风险

## 第四节 牛奶行业市场风险

- 一、市场供需风险
- 二、价格风险
- 三、竞争风险

## 第十三章 牛奶行业投资机会

### 第一节 牛奶行业发展前景预测

- 一、用户需求变化预测
- 二、竞争格局发展预测
- 三、渠道发展变化预测
- 四、行业总体发展前景及市场机会分析

### 第二节 牛奶企业营销策略

- 一、价格策略
- 二、渠道建设与管理策略
- 三、促销策略
- 四、服务策略
- 五、品牌策略

### 第三节 牛奶企业投资机会

- 一、子行业投资机会
- 二、区域市场投资机会
- 三、产业链投资机会（AKWZY）

#### 图表目录：

- 图表：2011-2015年牛奶市场规模及增速
- 图表：2016-2022年牛奶市场规模及增速预测
- 图表：2011-2015年牛奶重点企业市场份额
- 图表：2011-2015年牛奶区域结构
- 图表：2011-2015年牛奶渠道结构
- 图表：2011-2015年牛奶需求总量
- 图表：2016-2022年牛奶需求总量预测
- 图表：2011-2015年牛奶需求集中度
- 图表：2011-2015年牛奶需求增长速度
- 图表：2011-2015年牛奶市场饱和度



图表：2011-2015年牛奶供给总量  
图表：2011-2015年牛奶供给增长速度  
图表：2016-2022年牛奶供给量预测  
图表：2011-2015年牛奶供给集中度  
图表：2011-2015年牛奶销售量  
图表：2011-2015年牛奶库存量  
图表：2011-2015年牛奶企业区域分布  
图表：2011-2015年牛奶销售渠道分布  
图表：2011-2015年牛奶主要代理商分布  
图表：2011-2015年牛奶价格走势  
图表：2016-2022年牛奶价格趋势  
图表：2011-2015年牛奶利润及增长速度  
图表：2011-2015年牛奶销售毛利率  
图表：2011-2015年牛奶销售利润率  
图表：2011-2015年牛奶总资产利润率  
图表：2011-2015年牛奶净资产利润率  
图表：2011-2015年牛奶出口量以及出口额  
图表：2011-2015年牛奶出口地区分布  
图表：2011-2015年牛奶进口量及进口额  
图表：2011-2015年牛奶进口区域分布  
图表：2011-2015年牛奶对外依存度  
图表：2011-2015年牛奶投资项目数量  
图表：2011-2015年牛奶投资项目列表  
图表：2011-2015年牛奶投资需求关系  
略&hellip;.

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276792.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。