

2020-2026年中国有机奶市 场评估与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国有机奶市场评估与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202004/160109.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

有机奶是按有机标准生产，并经第三方严格认证的“最健康，最天然”的奶制品。有机奶强调的是“完全天然”和“全程无污染”，生产加工过程中严禁使用化肥、农药、激素、生长调节剂、饲料添加剂、食品添加剂等人工合成的化学物质，包装、贮藏、运输也都要严格遵照有机食品的相关标准。除此以外，还要求生产厂必须建立完善的质量跟踪审查体系。所以对广大消费者来说，有机奶是“最安全”的奶制品。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国有机奶市场评估与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了有机奶相关概念及发展环境，接着分析了中国有机奶规模及消费需求，然后对中国有机奶市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国有机奶面临的机遇及发展前景。您若对中国有机奶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。

报告目录：

第一部分 中国有机食品市场发展概况

第一章 中国有机食品发展历程

1.1 探索阶段（1990-1994）

1.2 起步阶段（1995 - 2002年）

1.3 规范快速发展阶段（2003年至今）

第二章 中国有机食品认证

2.1 认证机构数量

2.2 认证规模

2.3 认证程序

2.4 与国际间的互认

第三章 中国有机食品产业发展的成绩及存在的问题

3.1 有机食品产业发展的成绩

3.2 存在的问题

第四章 中国有机奶市场发展

4.1 中国有机奶生产和开发处于起步阶段

4.2 有机奶产品认证

4.3 有机奶国家标准

4.3.1 有机奶源的建设

4.3.2 有机乳制品加工

4.3.3 有机乳制品的标识与销售

第二部分 中国有机奶的生产分析及预测

第五章 中国有机奶源的生产及预测

5.1 有机奶源的建设

5.1.1 建设成本

5.1.2 建设主体

5.1.3 建设的模式

5.1.4 建设规模

5.2 有机奶源的生产

5.2.1 中国奶类产量及奶源的分布

5.2.2 有机奶源产量

5.2.3 知名的有机奶源生产公司（基地）

5.3 未来中国有机奶源的生产预测（2020年）

5.3.1 建设主体及模式预测

5.3.2 产量预测

第六章 中国有机奶的生产及预测

6.1 有机奶生产企业布局

6.2 有机液态奶的生产

6.2.1 有机液态奶企业布局

6.2.2 有机液态奶生产能力及产量

6.2.3 有机液态奶生产品种和包装

6.3 有机奶粉的生产

- 6.3.1 有机奶粉企业布局
- 6.3.2 有机奶粉生产能力及产量
- 6.3.3 有机奶粉生产品种和产品包装
- 6.4 销售区域及渠道
- 6.5 未来中国有机奶的生产预测（2020年）
- 6.5.1 产量及分布预测
- 6.5.2 产品种类预测
- 6.5.3 销售区域及渠道预测

第三部分 中国有机奶的消费分析及预测

第七章 中国有机液态奶消费分析及预测

- 7.1 中国液态奶总消费量及市场总规模
- 7.1.1 液态奶市场总消费量
- 7.1.2 液态奶市场总规模
- 7.2 有机液态奶消费量及消费种类
- 7.3 有机液态奶主要消费区域
- 7.4 有机液态奶主要消费品牌
- 7.5 有机液态奶市场规模
- 7.6 国产、国外（进口）有机液态奶主要品牌市场份额
- 7.7 国内外有机液态奶品牌竞争力比较
- 7.7.1 奶源及产品质量
- 7.7.2 销售渠道
- 7.7.3 消费者对产品价值的认知
- 7.7.4 市场销售价格
- 7.8 未来中国有机液态奶的消费预测（2020年）
- 7.8.1 消费量及消费品种预测
- 7.8.2 消费区域预测
- 7.8.3 市场竞争格局预测

第八章 中国有机奶粉消费分析及预测

- 8.1 中国奶粉消费总量及市场总规模
- 8.1.1 中国奶粉消费总量

- 8.1.2 中国奶粉市场总规模
- 8.2 有机奶粉消费量及消费种类
- 8.3 有机奶粉主要消费区域
- 8.4 有机奶粉主要消费品牌
- 8.5 有机奶粉市场规模
- 8.6 国产、国外（进口）有机奶粉品牌市场份额
- 8.7 国内外有机奶粉品牌竞争力比较
 - 8.7.1 奶源及产品质量
 - 8.7.2 销售渠道
 - 8.7.3 消费者对产品价值的认知
 - 8.7.4 市场销售价格
- 8.8 未来中国有机奶粉的消费预测（2020年）
 - 8.8.1 消费量及消费品种预测
 - 8.8.2 消费区域预测
 - 8.8.3 市场竞争格局预测

第四部分 中国有机奶企业和品牌分析

第九章 知名有机奶企业和品牌

- 9.1 主要有机奶知名企业分布
- 9.2 主要知名企业集团所占市场份额

第十章 中智,林,中国有机奶市场主要企业和品牌

10.1 中国蒙牛乳业有限公司——特仑苏

- （1）公司简介
- （2）“特仑苏”有机奶
- （3）有机奶源来源
- （4）产品销售区域
- （5）产品价格
- （6）市场份额

10.2 内蒙古伊利乳业集团股份有限公司——金典

- （1）公司简介
- （2）“金典”有机奶

- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.3 河北福成五丰食品股份有限公司——福成、白色黄金

- (1) 公司简介
- (2) “福成”、“白色黄金”有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.4 内蒙古圣牧高科奶业有限公司——圣牧全程有机奶

- (1) 公司简介
- (2) 圣牧全程有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.5 山东银香大地乳业股份有限公司——归一

- (1) 公司简介
- (2) “古道”和“归一”有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.6 北京归原生态农业发展有限公司——归原

- (1) 公司简介
- (2) 归原有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.7 北京三元食品股份有限公司——三元极致

- (1) 公司简介
- (2) 三元极致”有机奶
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.8 雅培（广州）营养品有限公司——菁智

- (1) 公司简介
- (2) 雅培菁智”有机婴幼儿奶粉
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.9 澳优乳业（中国）有限公司——能力多有机奶粉

- (1) 公司简介
- (2) “能力多有机” 有机婴幼儿奶粉
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

10.10 德国特福芬公司——特福芬

- (1) 公司简介
- (2) 特福芬有机奶粉
- (3) 有机奶源来源
- (4) 产品销售区域
- (5) 产品价格
- (6) 市场份额

第十一章 中国知名有机奶品牌特点分析

11.1 市场集中度分析

11.2 有机奶源来源比较分析

11.3 销售区域比较分析

11.4 产品价格比较分析

图表目录：

图表 1 有机产品认证机构名单及信息

图表 2 2019年中国有机食品分类别产品产量

图表 3 2019年中国种植业和加工业分类另U有机产品产量

图表 4 有机食品认证程序

图表 5 染料中重金属类含量指标

图表 6 中国有机产品认证标志

图表 7 中国有机转换产品认证标志

图表 8 中国主要的三种养殖模式的规模和生产组织比较

图表 9 2019年中国奶牛存栏前十的省份不同规模养殖比例情况（%）

图表 10 2019年中国奶牛存栏量分布状况

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/160109.html>