

2024-2030年中国乳制品市场评估与发展前景预测报告

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

《2024-2030年中国乳制品市场评估与发展前景预测报告》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/202310/418229.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国乳制品市场评估与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章 乳制品行业相关概述 23 1.1 乳制品的基本概述 23 1.1.1 乳制品的定义 23 1.1.2 乳制品产品分类 23 1.1.3 乳制品营养价值分析 23 1.1.4 影响乳制品消费的因素 25 1.2 中国乳制品行业经济指标分析 25 1.2.1 赢利性 25 1.2.2 成长速度 25 1.2.3 附加值的提升空间 25 1.2.4 进入壁垒 25 1.2.5 风险性 27 1.2.6 行业周期 27 1.2.7 竞争激烈程度指标 27 1.2.8 行业季节性 & 区域性 27 第二章 乳制品行业热点分析与解读 29 2.1 乳制品行业热点 29 2.1.1 中国乳企加快“走出去” 29 2.1.2 传统企业主攻“互联网+” 29 2.1.3 新食品安全法 30 2.1.4 两孩政策刺激市场大幅扩容 31 2.1.5 牧业联合 31 2.1.6 旗帜乳业开创中国乳业新模式 32 2.1.7 酸奶品类创新不断，亮点产品频出 32 2.2 解读 33 第三章 中国乳制品行业发展环境分析 34 3.1 乳制品行业政治法律环境（P） 34 3.1.1 行业管理体制分析 34 3.1.2 行业主要法律法规 34 3.1.3 乳制品行业标准 37 3.1.4 行业相关发展规划 37 3.1.5 政策环境对行业的影响 39 3.2 行业经济环境分析（E） 39 3.2.1 宏观经济形势分析 39 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析 46 3.3 行业社会环境分析（S） 46 3.3.1 人口规模及结构 46 3.3.2 城乡人口结构变化 47 3.3.3 人口年龄结构变化 47 3.3.4 行业社会环境对行业发展的影响 48 3.4 行业技术环境分析 48 3.4.1 生产技术工艺分析 48 3.4.2 包装技术工艺分析 49 3.4.3 技术环境对行业的影响 50 第四章 中国乳制品行业发展概述 51 4.1 国际乳制品行业整体概况 51 4.1.1 国外乳制品行业的发展模式 51 4.1.2 中国乳业发展概述 53 4.1.3 中国乳业出口态势 55 4.1.4 中国乳业价格态势 55 4.1.5 中国乳制品行业的消费趋势 56 4.2 各大洲乳制品行业发展状况 57 4.2.1 各大洲乳业发展竞争力比较 57 4.2.2 欧盟奶业政策现状分析 58 4.2.3 欧盟取消奶业配额 58 4.2.4 亚洲乳制品行业发展空间分析 59 4.3 美国 59 4.3.1 美国奶业发展概况 59 4.3.2 美国乳制品出口概况 59 4.3.3 美国乳制品消费情况 60 4.3.4 美国奶业单产水平不断提高 60 4.3.5 美国对乳制品安全的监管措施 60 4.4 澳大利亚 61 4.4.1 澳大利亚乳业的地区布局 61 4.4.2 澳大利亚乳制品产业发展综述 62 4.4.3 澳大利亚乳制品生产状况 62 4.4.4 澳大利亚奶制品行业出口情况 63 4.4.5 澳大利亚乳制品消费解析 63 4.5 新西兰 64 4.5.1 新西兰乳制品行业发展现状 64 4.5.2 新西兰奶业增长情况分析 64 4.5.3 新西兰奶业环境保护政策 64 4.5.4 新西兰乳业的发展经验 66 4.5.5 新西兰乳业消费结构 67 第五章 中国乳制品产业运行格局及发展态势分析 68 5.1 中国奶业发展概况 68 5.1.1 中国奶业发展的四个阶段 68 5.1.2 中国奶业发展取得较大成就 68 5.1.3 中国奶业的科技发展 68 5.1.4 中国奶业的国际合作与交流 69 5.1.5 中国奶业发展呈现积极变化 69 5.2

中国乳制品行业发展现状 70 5.2.1 中国乳制品业景气度分析 70 5.2.2 我国乳制品业仍处于调整和恢复增长阶段 70 5.2.3 我国乳制品行业迈向国际化 70 5.2.4 中澳自贸协定对行业的影响 70 5.2.5 “放开二胎”对乳制品的机遇 71 5.3 中国乳业面临的问题 71 5.3.1 乳制品生产存在的主要问题 71 5.3.2 制约我国奶业健康发展的问题 72 5.3.3 我国乳制品行业国际化仍有多重问题待解决 72 5.3.4 中国乳业奶源建设存在的问题及要点 73 5.4 中国乳业投资策略分析 73 5.4.1 重振我国乳制品业的对策分析 73 5.4.2 我国乳制品行业发展策略 74 5.4.3 我国将采取措施促进乳业发展 74 5.5 中国乳制品市场供需分析 75 5.5.1 中国乳制品市场现状综述 75 5.5.2 我国乳制品市场价格走势 75 5.5.3 我国乳制品市场消费形态 76 5.5.4 乳制品市场产品分析 76 5.6 乳制品市场策略分析 83 5.6.1 互联网成为推广和渠道的复合体 83 5.6.2 国内乳企纷纷做全进口牛奶 84 5.6.3 乳制品新市场开发运作策略分析 85

第六章 我国乳制品行业整体运行指标分析 86 6.1 中国乳制品行业总体规模分析 86 6.1.1 企业数量规模分析 86 6.1.2 行业资产规模分析 86 6.1.3 行业收入规模分析 87 6.1.4 行业利润规模分析 87 6.2 中国乳制品行业产销情况分析 88 6.2.1 中国乳制品行业工业总产值 88 6.2.2 中国乳制品行业工业销售产值 88 6.2.3 中国乳制品行业产销率 89 6.3 中国乳制品行业市场供需分析 89 6.3.1 中国乳制品行业供给分析 89 6.3.2 中国乳制品行业需求分析 90 6.4 中国乳制品行业财务指标总体分析 91 6.4.1 行业盈利能力分析 91 6.4.2 行业偿债能力分析 91 6.4.3 行业营运能力分析 92 6.4.4 行业发展能力分析 92 6.5 乳制品行业进出口市场调研 93 6.5.1 乳制品行业出口市场调研 93 6.5.3 乳制品行业进口市场调研 95

第七章 中国乳制品消费深度研究 100 7.1 乳制品消费者分析 100 7.1.1 乳制品消费者构成及其营养需求 100 7.1.2 乳制品消费者分析 100 7.1.3 乳制品业消费者行为与心理探究 100 7.2 乳制品市场消费状况 101 7.2.1 乳制品消费与公众营养改善 101 7.2.2 中国乳制品消费现状 102 7.2.3 中国城镇居民人均乳制品消费变化 102 7.3 影响中国乳制品需求的重要因素 103 7.3.1 人均收入增长 103 7.3.2 城市化进程 103 7.3.3 人口增长及其结构变化 103 7.3.4 市场细化程度 103 7.4 乳制品消费趋势预测 104 7.4.1 我国乳制品消费潜力大 104 7.4.2 乳制品消费趋势分析 104 7.4.3 扩大我国乳制品市场需求的战略对策 104

第八章 中国乳制品行业细分市场运行情况 105 8.1 中国液体奶市场运行情况 105 8.1.1 中国液态奶市场发展概况 105 8.1.2 中国液态奶市场特征分析 105 8.1.3 中国液态奶生产现状分析 105 8.1.4 中国液态奶品类市场格局 105 8.1.5 市场集中度及品牌的发展 106 8.2 中国酸奶市场运行情况 106 8.2.1 中国酸奶市场发展概况 106 8.2.2 酸奶细分市场发展分析 107 8.2.3 中国酸奶市场特征分析 108 8.2.4 酸奶市场增长因素分析 108 8.2.5 市场集中度及品牌发展 108 8.3 中国奶粉市场运行情况 110 8.3.1 中国奶粉市场发展概况 110 8.3.2 中国农村奶粉市场调研 111 8.3.3 奶粉市场竞争热点分析 111 8.4 中国奶酪市场运行情况 115 8.4.1 中国奶酪市场发展概况 115 8.4.2 中国奶酪市场特征分析 115 8.4.3 中国奶酪市场消费现状 116 8.4.4 市场集中度及品牌发展 117 8.5 建议 117 8.5.1 细分市场评估结论 117 8.5.2 细分市场建议

118	第九章 中国乳制品行业产业链发展情况分析	119	9.1 中国乳制品行业产业链发展情况	119	
9.1.1	中国乳制品行业产业链发展情况	119	9.1.2 乳制品行业产业链发展优势	119	
9.2	中国乳制品行业上游产业分析	120	9.2.1 农产品价格波动情况	120	
9.2.2	中国奶牛的饲养情况	120	9.2.3 饲料行业的发展情况	124	
9.2.4	上游产业的影响分析	125	9.3 中国乳制品行业下游产业分析	125	
9.3.1	中国居民收入水平	125	9.3.2 中国居民消费支出	126	
9.3.3	下游产业的影响分析	127	9.4 中国乳制品产业链危机及对策	127	
9.4.1	中国乳制品产业链存在的危机	127	9.4.2 中国乳制品产业链的危机根源	128	
9.4.3	应对乳制品产业链危机的对策	129	第十章 中国乳制品行业市场竞争分析	130	
10.1	中国乳制品市场竞争状况	130	10.1.1 乳制品业“双寡头”格局依然保持	130	
10.1.2	乳制品市场竞争转向高端产品	130	10.1.3 乳业奶源竞争进一步加剧	131	
10.1.4	儿童奶成乳制品行业竞争新热点	131	10.2 中国乳制品行业国际竞争力分析	131	
10.2.1	中国乳制品业国际市场竞争力状况	131	10.2.2 国际竞争力提升的制约因素	132	
10.2.3	提升国际竞争力的发展对策	132	10.3 乳制品行业并购重组分析	132	
10.3.1	跨国公司在华投资兼并与重组分析	132	10.3.2 本土企业投资兼并与重组分析	132	
10.3.3	行业投资兼并与重组趋势分析	133	10.4 中国乳制品行业竞争战略走向	134	
10.4.1	从价格战逐步向价值战转变	134	10.4.2 从注重战术向关注战略转变	135	
10.4.3	从渠道到消费者的争夺转变	135	10.4.4 从产品宣传到营养教育转变	136	
10.4.5	从大众营销到体验营销转变	136	10.5 乳制品市场竞争策略分析	136	
10.5.1	乳制品上游企业竞争策略	136	10.5.2 乳制品企业市场竞争策略	136	
10.5.3	乳制品渠道市场竞争策略	136	第十一章 中国乳制品行业领先企业竞争力分析	138	
11.1	内蒙古伊利实业集团股份有限公司	138	1、企业概况	138	
2、企业主要产品	138	3、企业经营状况	139	4、企业发展规划	139
11.2	内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司	140	1、企业概况	140	
2、企业主要产品	140	3、企业经营状况	141	4、企业发展规划	141
11.3	光明乳业股份有限公司	141	1、企业概况	141	
2、企业主要产品	142	3、企业经营状况	142	4、企业发展规划	142
11.4	北京三元食品股份有限公司	143	1、企业概况	143	
2、企业主要产品	143	3、企业经营状况	144	4、企业发展规划	144
11.5	维维集团股份有限公司	145	1、企业概况	145	
2、企业主要产品	145	3、企业经营状况	146	4、企业发展规划	146
11.6	黑龙江省完达山乳业股份有限公司	146	1、企业概况	146	
2、企业主要产品	147	3、企业经营状况	148	4、企业发展规划	150
11.7	广东雅士利集团有限公司	151	1、企业概况	151	
2、企业主要产品	151	3、企业经营状况	151	4、企业发展规划	152
11.8	浙江贝因美科工贸股份有限公司	152	1、企业概况	152	
2、企业主要产品	152	3、企业经营状况	153	4、企业发展规划	153
11.9	美赞臣营养品(中国)有限公司	154	1、企业概况	154	
2、企业主要产品	154	3、企业经营状况	154	4、企业发展规划	154
11.10	上海惠氏营养品有限公司	155	1、企业概况	155	
2、企业主要产品	155	3、企业经营状况	155	4、企业发展规划	155
11.11	广州市合生元生物制品有限公司	155	1、企业概况	155	
2、企业主要产品	156	3、企业经营状况	156	4、企业发展规划	156
11.12	哈尔滨				

太子乳品工业有限公司 157 1、企业概况 157 2、企业主要产品 157 3、企业经营状况 157 4、企业发展规划 157 11.13 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司 157 1、企业概况 157 2、企业主要产品 158 3、企业经营状况 158 4、企业发展规划 158 11.14 青海小西牛生物乳业有限公司 158 1、企业概况 158 2、企业主要产品 158 3、企业经营状况 159 4、企业发展规划 159 第十二章 中国乳制品行业发展趋势与前景分析 161 12.1 中国乳制品市场趋势预测 161 12.1.1 高品质乳制品市场空间广阔 161 12.1.2 乳制品的消费市场空间广阔 161 12.1.3 乳制品行业仍有很大的发展空间和增长潜力 161 12.2 中国乳制品市场发展趋势预测 162 12.2.1 中国乳制品行业发展总体趋势 162 12.2.2 乳制品行业细分市场发展趋势 162 12.3 中国乳制品行业供需预测 164 12.3.1 中国乳制品行业供给预测 164 12.3.2 中国乳制品行业需求预测 164 12.3.3 中国乳制品供需平衡预测 165 12.4 中国乳制品行业进出口预测 165 第十三章 中国乳制品行业行业前景调研 166 13.1 乳制品行业投资现状分析 166 13.1.1 我国乳制品行业准入门槛提高 166 13.1.2 中国乳制品市场成投资焦点 166 13.1.3 利好预期拉动我国乳制品业投资增长 166 13.2 乳制品行业投资特性分析 166 13.2.1 乳制品行业盈利模式分析 166 13.2.2 乳制品行业盈利因素分析 167 13.3 乳制品行业投资机会分析 167 13.3.1 乳制品行业区域投资潜力分析 167 13.3.2 高端乳制品市场投资机会分析 168 13.3.3 中国酸奶市场的投资机会分析 168 13.3.4 婴幼儿奶粉市场投资机会分析 168 13.4 乳制品行业投资前景分析 169 13.4.1 行业政策风险 169 13.4.2 宏观经济风险 169 13.4.3 市场竞争风险 169 13.4.4 市场供需风险 169 13.4.5 原料成本风险 169 13.4.6 产品质量风险 170 13.4.7 其他投资风险 170 13.5 乳制品行业投资潜力与建议 170 13.5.1 乳制品行业投资潜力分析 170 13.5.2 乳制品行业最新投资动态 171 13.5.3 乳制品行业投资机会与建议 171 第十四章 中国乳制品企业投资规划建议与客户策略分析 173 14.1 对我国乳制品品牌的战略思考 173 14.1.1 乳制品品牌的重要性 173 14.1.2 乳制品企业实施品牌战略的意义 174 14.1.3 我国乳制品企业的品牌战略 175 14.1.4 乳制品品牌战略管理的策略 176 14.2 乳制品经营策略分析 176 14.2.1 乳制品市场细分策略 176 14.2.2 乳制品市场创新策略 176 14.2.3 品牌定位与品类规划 176 14.2.4 乳制品新产品差异化战略 177 14.3 乳制品企业战略规划策略分析 177 14.3.1 战略综合规划 177 14.3.2 技术开发战略 179 14.3.3 区域战略规划 180 14.3.4 产业战略规划 180 14.3.5 营销品牌战略 180 14.3.6 竞争战略规划 182 14.4 乳制品企业投资前景分析 183 14.4.1 开拓市场扩大乳制品消费 183 14.4.2 加大科技投入提高品质 183 14.4.3 调整产品结构开发新产品 184 14.4.4 实施品牌战略走集团化道路 184 14.5 乳制品企业核心竞争力提升策略 184 14.5.1 产品开发能力 184 14.5.2 渠道管控能力 185 14.5.3 品牌传播能力 185 14.5.4 奶源保障能力 185 第十五章 研究结论及建议 186 15.1 研究结论 186 15.2 建议 186 15.2.1 行业投资策略建议 186 15.2.2 行业投资方向建议 187 15.2.3 行业投资方式建议 187

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418229.html>