

2022-2028年中国羊奶市场 深度研究与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2022-2028年中国羊奶市场深度研究与市场前景预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/202203/15-464566.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

羊奶顾名思义就是羊的奶，羊奶以其营养丰富、易于吸收等优点被视为乳品中的精品，被称为“奶中之王”，是世界上公认的最接近人奶的乳品。羊奶的脂肪颗粒体积为牛奶的三分之一，更利于人体吸收，并且长期饮用羊奶不会引起发胖。

羊奶分为山羊奶和绵羊奶，羊奶干物质中蛋白质、脂肪、矿物质含量均高于人奶和牛奶，乳糖低于人奶和牛奶。羊奶的膻味来自于羊本身皮毛的气味以及羊奶中某些化学成分。而羊奶中的化学成分如羊油酸（C6：0）、羊脂酸（C8：0）、和癸酸（C10：0）等，乃是造成羊奶特殊风味的主要原因。建议患有过敏症、胃肠疾病、支气管炎或身体虚弱的人群以及婴儿更适宜饮用。羊奶中的维生素及微量元素明显高于牛奶，美国、欧洲的部分国家均把羊奶视为营养佳品，欧洲鲜羊奶的售价是牛奶的9倍。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国羊奶市场深度研究与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国羊奶行业市场发展环境、羊奶整体运行态势等，接着分析了中国羊奶行业市场运行的现状，然后介绍了羊奶市场竞争格局。随后，报告对羊奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国羊奶行业发展趋势与投资预测。您若想对羊奶产业有个系统的了解或者想投资中国羊奶行业，本报告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：

第一章 羊奶行业相关概述

1.1 羊奶的基本概述

1.1.1 羊奶的定义

1.1.2 羊奶的优点

1.1.3 羊奶的营养价值

1.1.4 羊奶的种类

1、绵羊奶

2、山羊奶

1.2 行业经济指标分析

1.2.1 赢利性

- 1.2.2 成长速度
- 1.2.3 附加值的提升空间
- 1.2.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.2.5 风险性
- 1.2.6 竞争激烈程度指标
- 1.2.7 当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章 羊奶行业“十四五”热点问题探讨

- 2.1 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构
- 2.2 发展绿色经济和羊奶经济，增强可持续发展能力
- 2.3 发挥地区比较优势，促进区域协调发展
- 2.4 建立扩大消费需求的长效机制研究
- 2.5 培育新型战略型产业，优化经济结构
- 2.6 “十四五”时期羊奶行业自身热点问题研究

第三章 中国羊奶行业发展环境分析

- 3.1 中国羊奶市场政策环境分析
 - 3.1.1 乳品质量监督管理条例
 - 3.1.2 中国政府为加强乳品质量安全监管发布专门法规
 - 3.1.3 国务院原则通过乳品安全新规
- 3.2 羊奶行业经济环境分析
 - 3.2.1 国民经济运行情况与GDP
 - 3.2.2 消费价格指数CPI、PPI
 - 3.2.3 固定资产投资情况
 - 3.2.4 全国居民收入情况
 - 3.2.5 社会消费品零售总额
 - 3.2.6 进出口总额及增长率分析
- 3.3 羊奶行业社会环境分析
 - 3.3.1 中国居民饮食消费结构
 - 3.3.2 肉蛋奶是中国人营养的传统金三角
 - 3.3.3 消费观念
- 3.4 羊奶行业技术环境分析

- 3.4.1 基因改造羊奶研制成功抗凝血药物
- 3.4.2 脱膻技术带领羊奶进步腾飞时代
- 3.4.3 国内首次羊奶中提取抗凝血酶蛋白纯品

第四章 全球羊奶行业发展概述

- 4.1 2016-2020年全球羊奶行业发展情况概述
 - 4.1.1 世界羊奶行业生产情况
 - 4.1.2 世界羊奶消费及趋势分析
 - 4.1.3 世界羊奶行业发展趋势分析
- 4.2 美国羊奶行业现状分析
 - 4.2.1 美国羊奶行业的市场现状
 - 4.2.2 美国羊奶行业的市场特征
- 4.3 日本羊奶行业现状分析
 - 4.3.1 日本羊奶行业的市场规模
 - 4.3.2 日本羊奶行业的市场特征
- 4.4 欧洲羊奶行业市场状况
 - 4.4.1 欧洲羊奶行业的市场现状
 - 4.4.2 欧洲羊奶行业的市场特征

第五章 中国乳制品行业整体运行新形势透析

- 5.1 中国乳制品行业运行总况
 - 5.1.1 改革开放30年中国奶业发展综述
 - 5.1.2 中国乳品业资本结构逐步多元化
 - 5.1.3 我国乳品行业调整步伐加快
 - 5.1.4 国家出台政策规范乳品行业发展
- 5.2 中国乳制品市场发展分析
 - 5.2.1 我国乳制品市场总体发展状况
 - 5.2.2 我国乳制品市场的结构分析
 - 5.2.3 中国乳制品市场消费特点及趋势
 - 5.2.4 我国乳制品市场的品牌格局
 - 5.2.5 国内企业积极拓展乳制品高端市场
 - 5.2.6 我国乳品市场面临的机遇与挑战

- 5.3 中国乳制品行业发展状况
 - 5.3.1 我国乳制品行业危中求机
 - 5.3.2 中国提高乳制品行业准入条件
 - 5.3.3 我国乳品市场供需缺口扩大
 - 5.3.4 外资品牌发力中国乳品市场
 - 5.3.5 乳制品企业广告投放情况
- 5.4 中国乳制品行业发展中的问题
 - 5.4.1 我国乳制品生产存在的主要问题
 - 5.4.2 制约中国农村乳品市场发展的因素
 - 5.4.3 国内中小乳企生存压力增大
 - 5.4.4 乳制品出口存在的问题
- 5.5 中国乳制品行业的发展策略
 - 5.5.1 推动乳制品消费的主要策略
 - 5.5.2 促进中国乳制品行业发展的战略措施
 - 5.5.3 我国乳品行业发展壮大的途径
 - 5.5.4 乳制品行业恢复消费者信心的策略
 - 5.5.5 二线乳品企业的突围战略浅析
- 5.6 2022-2028年中国乳制品行业发展趋势及前景预测

第六章 中国羊奶所属行业市场运行分析

- 6.1 2016-2020年中国羊奶所属行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析
 - 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2016-2020年中国羊奶所属行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国羊奶所属行业工业总产值
 - 6.2.2 中国羊奶所属行业工业销售产值
 - 6.2.3 中国羊奶所属行业产销率
- 6.3 2016-2020年中国羊奶所属行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国羊奶行业供给分析
 - 6.3.2 中国羊奶行业需求分析

6.3.3 中国羊奶行业供需平衡

6.4 2016-2020年中国羊奶所属行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

6.5 2016-2020年中国羊奶所属行业进出口分析

6.5.1 行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、羊奶行业出口前景及建议

6.5.2 行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、羊奶行业进口前景及建议

第七章 2016-2020年中国羊奶产业市场销售渠道运行态势分析

7.1 2016-2020年中国羊奶市场营销概述

7.1.1 高档奶粉营销运作模式简述

7.1.2 奶粉市场营销中的要素分析

7.1.3 中国奶粉市场网络营销剖析

7.1.4 婴幼儿配方奶粉营销模式探析

7.1.5 我国奶粉市场营销凸显奶源重点

7.2 2016-2020年中国婴幼儿奶粉中的4P营销分析

7.2.1 产品开发是第一要素

7.2.2 价格和价值的审视

7.2.3 营销渠道是一大关键点

7.2.4 促销手段扩大知名度

7.2.5 “需求”才是营销的中心

7.2.6 奶粉新营销组合因素产生和发展

7.3 2022-2028年中国羊奶产业市场营销策略测评

7.3.1 品牌制胜

7.3.2 重点上市，整合营销

7.3.3 地面推广，引爆话题

7.3.4 渠道跟进，培养消费

第八章 中国羊奶所属行业消费市场分析

8.1 中国羊奶消费者收入分析

8.1.1 我国市民生活习惯分析

8.1.2 2016-2020年消费者收入水平

8.1.3 2020年消费者信心指数分析

8.2 羊奶行业产品目标客户群体分析

8.3 羊奶市场消费需求分析

8.3.1 羊奶市场的消费需求变化

8.3.2 羊奶行业的需求情况分析

8.3.3 2020年羊奶品牌市场消费需求趋势

8.4 羊奶消费市场状况分析

8.4.1 羊奶行业消费特点

8.4.2 羊奶消费者分析

8.4.3 羊奶消费结构分析

8.4.4 羊奶消费的市场变化

8.4.5 羊奶市场的消费方向

8.5 不同客户购买相关的态度及影响分析

8.5.1 价格敏感程度

8.5.2 品牌的影响

8.5.3 购买方便的影响

8.5.4 购买方便的影响

8.5.5 包装的影响程度

8.6 羊奶行业产品的品牌市场调查

8.6.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.6.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.6.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.6.4 消费者经常购买的品牌调查

8.6.5 羊奶行业品牌忠诚度调查

8.6.6 羊奶行业品牌市场占有率调查

8.6.7 消费者的消费理念调研

第九章 2016-2020年中国羊奶市场竞争格局透析

9.1 2016-2020年中国羊奶市场竞争现状综述

9.2 2016-2020年中国羊奶产业集中度分析

9.2.1 市场集中度分析

9.2.2 区域集中充分分析

9.3 中国羊奶行业竞争SWOT分析

9.3.1 羊奶行业优势分析

9.3.2 羊奶行业劣势分析

9.3.3 羊奶行业机会分析

9.3.4 羊奶行业威胁分析

9.4 2016-2020年中国羊奶行业竞争中存的问题

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

9.5 2022-2028年中国羊奶市场竞争趋势分析

第十章 中国羊奶行业领先企业竞争力分析

10.1 西安百跃羊乳集团有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

10.2 陕西红星美羚乳业股份有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业主要产品分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.2.4 企业经营状况分析

10.3 海普诺凯营养品有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

- 10.3.3 企业竞争优势分析
- 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 陕西圣唐乳业有限公司
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
- 10.5 陕西飞鹤关山乳业有限责任公司
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
- 10.6 美可高特(中国)羊乳有限公司
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析

第十一章 2022-2028年中国羊奶行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2022-2028年中国羊奶行业发展前景分析
 - 11.1.1 羊奶产业潜力待挖，研发领域人气渐旺
 - 11.1.2 羊奶成为乳品市场新宠
 - 11.1.3 羊奶市场迎来发展良机
- 11.2 2022-2028年中国羊奶行业发展趋势分析
 - 11.2.1 山羊乳在全部乳类中有迅速发展的趋势
 - 11.2.2 羊奶或将取代牛奶成为乳品市场的新“霸主”
 - 11.2.3 未来中国乳品的消费趋势分析
 - 11.2.4 羊奶技术的发展趋势
- 11.3 2022-2028年中国羊奶行业市场预测分析
 - 11.3.1 市场供给情况预测分析
 - 11.3.2 市场需求情况预测分析
- 11.4 2022-2028年中国羊奶市场盈利预测分析

第十二章 2022-2028年中国羊奶行业投资战略研究()

12.1 2022-2028年中国羊奶产业投资概况

12.1.1 羊奶产业投资特性

12.1.2 羊奶产业具有良好的投资价值

12.1.3 羊奶产业投资环境分析

12.2 2022-2028年中国羊奶行业投资机会分析

12.2.1 中国乳制品问题重重为羊奶市场带来投资潜力

12.2.2 区域投资机会分析

12.2.3 与产业链相关的投资机会分析

12.3 2022-2028年中国羊奶行业投资风险预警

12.3.1 技术风险

12.3.2 市场竞争风险

12.3.3 原料供给风险

12.3.4 市场运营机制风险

12.4 投资建议

12.4.1 我国高端牛奶粉市场分析

12.4.2 我国婴幼儿奶粉市场销量分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/202203/15-464566.html>