

2023-2029年中国乳制品市 场研究与前景趋势报告

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

《2023-2029年中国乳制品市场研究与前景趋势报告》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/R0704/202309/01-555356.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

乳是哺乳类雌性动物乳腺分泌的液体，以乳作为主要原料生产的各种产品称为乳制品。以乳汁制成的乳制品品种繁多，如液态奶、奶粉、奶酪、炼乳、乳脂、冰淇淋等，在饮食生活中也起着重要的作用。

中国乳业起步晚、起点低，但发展迅速。近年来，随着我国消费者对国产乳制品的信心进一步恢复，以及国际市场乳制品价格的提升。2015-2020年，乳制品行业规模由3489亿元增长至4146亿元，GAGR为3.51%。2022年我国共计进口各类乳制品327.19万吨，同比减少17.1%，进口额139.36亿美元，同比增长0.8%。出口各类乳制品4.47万吨，同比减少1.2%，出口额1.98亿美元，同比下降35.4%。其中，进口干乳制品227.11万吨，同比减少14.4%，进口额122.6亿美元，同比增长2.5%，进口液态奶100.08万吨，同比减少22.8%，进口额16.76亿美元，同比下降10.3%。

2021年4月23日，中国奶业高质量发展推进会议强调要着力提升奶业整体素质，统筹推进奶源基地建设、饲草料种植和乳品加工配套衔接，推动奶业节本提质增效；要筑牢质量安全根基，严格落实主体责任和监管责任，打造全环节全链条的乳品质量安全监管网络；要密切农企利益联结，推进奶业上下游利益共同体建设，促进行业的可持续发展；要引导消费升级，优化乳制品供给，满足消费者对乳品高品质、多样化、便利性的需求，拓展奶业发展空间。2021年5月8日，农业农村部办公厅国家乡村振兴局综合司印发《社会资本投资农业农村指引（2021年）》通知，鼓励社会资本建设优质奶源基地，升级改造中小奶牛养殖场，做大做强民族奶业。2021年7月18日，2021中国奶业20强（D20）峰会在安徽省合肥市召开，本届峰会以“立足大循环、促进双循环、推进奶业高质量发展”为主题，发布《2021中国奶业质量报告》和D20生牛乳团体标准。此次会议强调，“十四五”期间要按照“保供固安全，振兴畅循环”的工作总定位，深化奶业供给侧结构性改革，不断提高质量效益和竞争力，推动奶业振兴发展再上新台阶。2021年12月14日，农业农村部印发《“十四五”全国畜牧兽医行业发展规划》，提出奶源自给率达到70%以上，奶类产量稳定在3600万吨左右，存栏100头以上奶牛规模养殖比重超过70%，乳品质量安全水平不断提高，奶业养殖业产值达到1500亿元，实现奶业全面振兴。2022年2月2日，中共中央国务院发布《关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见》，其中强调加快扩大牛羊肉和奶业生产，推进草原畜牧业转型升级试点示范。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国乳制品市场研究与前景趋势报告》共十八章。首先介绍了乳及乳制品的概念及分类等，接着分析了国际国内乳制品行业的发展概况，并对国内乳制品及液体乳的产量及行业财务状况做了分析，然后分析了中国乳制品市场消费状况。紧接着介绍了液体乳、奶粉、奶酪、酸奶等细分产品的发展。随后报告对国内乳制品行业做了

区域分析、进出口分析、竞争分析、重点企业运营状况分析和投资潜力分析。最后分析了乳制品行业的发展前景及未来趋势，并对乳制品行业当前政策环境进行了详细解析。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心、中国乳制品工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对乳制品行业有个系统深入的了解、或者想投资乳制品行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

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 乳与乳制品分类

1.1.3 乳与乳制品营养价值

1.2 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

1.3 乳制品行业在国民经济中的地位

1.3.1 对国民经济贡献程度

1.3.2 对相关行业影响程度

第二章 2021-2023年国际乳制品行业分析

2.1 2021-2023年国际乳制品行业整体概况

2.1.1 行业发展历程

2.1.2 市场供给规模

2.1.3 市场消费情况

2.1.4 市场品牌格局

2.1.5 市场价格走势

2.1.6 全球贸易形势

- 2.1.7 技术创新加快
- 2.1.8 市场发展趋势
- 2.2 全球乳制品行业区域发展分析
 - 2.2.1 区域产量分布
 - 2.2.2 区域消费状况
 - 2.2.3 区域奶牛养殖
- 2.3 美国
 - 2.3.1 行业驱动因素
 - 2.3.2 牛奶供给状况
 - 2.3.3 奶牛数量规模
 - 2.3.4 牛奶消耗规模
 - 2.3.5 乳品消费结构
 - 2.3.6 行业贸易情况
 - 2.3.7 行业政策环境
- 2.4 澳大利亚
 - 2.4.1 行业发展概况
 - 2.4.2 行业销售情况
 - 2.4.3 行业监管体系
 - 2.4.4 牛奶生产状况
 - 2.4.5 加工制造状况
 - 2.4.6 消费市场分析
 - 2.4.7 企业经营现状
 - 2.4.8 行业贸易形势
- 2.5 新西兰
 - 2.5.1 乳制品加工现状
 - 2.5.2 乳制品消费情况
 - 2.5.3 牛奶产量规模
 - 2.5.4 行业贸易形势
 - 2.5.5 行业发展经验
 - 2.5.6 行业发展趋势
- 2.6 印度
 - 2.6.1 乳业发展成因

- 2.6.2 行业相关政策
- 2.6.3 市场发展状况
- 2.6.4 市场融资动态
- 2.6.5 行业贸易形势
- 2.6.6 市场发展潜力
- 2.7 俄罗斯
 - 2.7.1 行业供给规模
 - 2.7.2 市场销售情况
 - 2.7.3 行业发展动态
 - 2.7.4 出口规模状况
 - 2.7.5 中俄贸易形势
- 2.8 其他国家
 - 2.8.1 荷兰
 - 2.8.2 法国
 - 2.8.3 德国
 - 2.8.4 波兰
 - 2.8.5 日本

第三章 2021-2023年中国乳制品行业分析

- 3.1 2021-2023年中国乳制品行业发展综述
 - 3.1.1 行业发展简史
 - 3.1.2 行业发展阶段
 - 3.1.3 行业发展历程
 - 3.1.4 行业发展意义
 - 3.1.5 行业发展特征
 - 3.1.6 产业链条分析
- 3.2 2021-2023年中国乳制品行业运行分析
 - 3.2.1 行业发展现状
 - 3.2.2 奶牛生产能力
 - 3.2.3 区域供给结构
 - 3.2.4 行业销售规模
 - 3.2.5 行业收入规模

- 3.2.6 市场价格走势
- 3.2.7 产品上新动态
- 3.3 中国乳制品行业相关财务分析
 - 3.3.1 乳制品市场绩效
 - 3.3.2 乳制品销售费用
 - 3.3.3 乳制品行业现金流
 - 3.3.4 疫情对企业的影响
 - 3.3.5 疫情下企业发展举措
- 3.4 中国乳制品行业面临的问题
 - 3.4.1 产业发展问题
 - 3.4.2 产业发展挑战
 - 3.4.3 出口存在问题
 - 3.4.4 行业面临挑战
- 3.5 中国乳制品行业发展策略
 - 3.5.1 行业发展建议
 - 3.5.2 健康发展策略
 - 3.5.3 产业发展策略
 - 3.5.4 企业发展策略
 - 3.5.5 成本控制战略
 - 3.5.6 综合实力提升战略

第四章 2021-2023年乳制品产量数据分析

- 4.1 2021-2023年全国乳制品产量分析
 - 4.1.1 2021-2023年全国乳制品产量趋势
 - 4.1.2 2019年全国乳制品产量情况
 - 4.1.3 2020年全国乳制品产量情况
 - 4.1.4 2021年全国乳制品产量情况
- 4.2 2020-2021年全国乳制品分品类产量分析
 - 4.2.1 全国及部分省份奶粉产量情况
 - 4.2.2 全国及部分省份液态奶产量情况
 - 4.2.3 全国及部分省份干乳制品产量情况

第五章 2021-2023年乳制品消费分析

5.1 2021-2023年中国乳制品市场消费状况

5.1.1 市场发展阶段

5.1.2 市场消费特点

5.1.3 总体消费规模

5.1.4 人均消费水平

5.1.5 市场消费结构

5.2 中国乳品消费指数状况分析

5.2.1 居民奶商指数整体提升

5.2.2 让牛奶融入国人日常饮食

5.2.3 建立终身不断奶的好习惯

5.3 影响中国乳类需求的重要因素

5.3.1 居民收入增长

5.3.2 城镇化水平

5.3.3 消费意识驱动

5.3.4 宏观政策驱动

5.4 乳制品消费趋势预测

5.4.1 液态乳品冰品销售稳定增长

5.4.2 网购渠道销售额占比显著提升

5.4.3 高端和基础产品增长速度更快

5.4.4 奶粉品类线未来消费趋势

5.4.5 无添加成为酸奶消费新趋势

第六章 2021-2023年液态乳发展分析

6.1 2021-2023年中国液态乳市场分析

6.1.1 液态乳基本介绍

6.1.2 液态乳消费规模

6.1.3 液态乳品牌分布

6.1.4 液态乳市场格局

6.1.5 区域市场渗透率

6.1.6 液态乳消费者分析

6.1.7 液态乳市场特点

- 6.1.8 液态乳发展建议
- 6.2 液态奶市场竞争分析
 - 6.2.1 液态奶市场竞争概述
 - 6.2.2 液态奶市场格局分析
 - 6.2.3 液态奶企业盈利能力
 - 6.2.4 企业发展策略选择
 - 6.2.5 行业面临的机遇和挑战
- 6.3 超高温灭菌奶/UHT奶/常温奶
 - 6.3.1 超高温灭菌奶概述
 - 6.3.2 常温奶市场规模
 - 6.3.3 常温奶市场格局
 - 6.3.4 常温奶品牌市占率
 - 6.3.5 常温奶市场价格
 - 6.3.6 常温奶企业营销
- 6.4 巴氏奶/低温奶
 - 6.4.1 巴氏奶市场概述
 - 6.4.2 低温奶市场规模
 - 6.4.3 低温奶发展态势
 - 6.4.4 低温奶产品分布
 - 6.4.5 巴氏奶市场规模
 - 6.4.6 巴氏奶企业竞争
 - 6.4.7 巴氏奶发展问题及建议
 - 6.4.8 巴氏奶市场发展趋势
- 6.5 液态乳发展趋势分析
 - 6.5.1 产业产品格局
 - 6.5.2 产品多样化
 - 6.5.3 生产技术趋势

第七章 2021-2023年奶粉市场发展分析

- 7.1 2021-2023年中国奶粉市场运行情况
 - 7.1.1 行业发展环境
 - 7.1.2 行业销售渠道

- 7.1.3 零售规模状况
- 7.1.4 奶粉价格状况
- 7.1.5 主要奶粉价格
- 7.1.6 疫情影响分析
- 7.1.7 国产奶粉增长
- 7.2 2021-2023年中国奶粉市场竞争格局
 - 7.2.1 品牌奶粉市占率状况
 - 7.2.2 各档次奶粉品牌分布
 - 7.2.3 政策助力国产品牌
 - 7.2.4 市场竞争现状分析
 - 7.2.5 市场销售渠道竞争
 - 7.2.6 外资奶粉企业格局
 - 7.2.7 市场竞争热点分析
 - 7.2.8 市场竞争动态分析
- 7.3 2021-2023年中国婴幼儿奶粉市场发展分析
 - 7.3.1 行业市场规模
 - 7.3.2 市场供需状况
 - 7.3.3 市场价格分析
 - 7.3.4 市场竞争格局
 - 7.3.5 购买渠道占比
 - 7.3.6 消费特点分析
 - 7.3.7 产品研发突破
 - 7.3.8 市场发展前景
- 7.4 中国奶粉行业发展的问题及对策
 - 7.4.1 有机奶粉问题建议分析
 - 7.4.2 奶粉企业转型升级策略
 - 7.4.3 奶粉行业发展策略和建议

第八章 2021-2023年奶酪、酸奶、冰淇淋市场分析

- 8.1 奶酪
 - 8.1.1 奶酪相关介绍
 - 8.1.2 奶酪市场供求情况

- 8.1.3 奶酪市场销售情况
- 8.1.4 奶酪零售市场规模
- 8.1.5 奶酪市场消费结构
- 8.1.6 奶酪市场竞争格局
- 8.1.7 奶酪行业发展机遇
- 8.1.8 奶酪行业市场机会

8.2 酸奶

- 8.2.1 酸奶市场发展总况
- 8.2.2 市场品牌竞争格局
- 8.2.3 酸奶线上销售情况
- 8.2.4 低温酸奶市场分析
- 8.2.5 常温酸奶市场分析
- 8.2.6 酸奶市场发展问题
- 8.2.7 酸奶市场发展趋势

8.3 冰淇淋

- 8.3.1 冰淇淋市场发展规模
- 8.3.2 冰淇淋市场竞争状况
- 8.3.3 冰淇淋市场消费情况
- 8.3.4 网红冰淇淋热度退减
- 8.3.5 冰淇淋行业投资分析
- 8.3.6 冰淇淋市场发展前景

第九章 2021-2023年主要地区乳制品行业分析

9.1 内蒙古

- 9.1.1 行业发展优势
- 9.1.2 乳制品产量规模
- 9.1.3 乳制品发展举措
- 9.1.4 产品质量安全
- 9.1.5 行业发展问题
- 9.1.6 行业发展建议
- 9.1.7 行业发展前景

9.2 黑龙江

- 9.2.1 行业发展优势
- 9.2.2 行业发展状况
- 9.2.3 行业监管政策
- 9.2.4 奶业支持政策
- 9.2.5 企业发展问题
- 9.2.6 行业发展对策
- 9.3 陕西
 - 9.3.1 行业发展回顾
 - 9.3.2 行业发展现状
 - 9.3.3 羊奶市场状况
 - 9.3.4 行业发展机遇
 - 9.3.5 行业发展问题
 - 9.3.6 行业发展策略
- 9.4 宁夏
 - 9.4.1 特色乳制品发展
 - 9.4.2 行业发展现状
 - 9.4.3 项目建设动态
 - 9.4.4 行业发展机遇
 - 9.4.5 行业面临挑战
 - 9.4.6 行业发展问题
 - 9.4.7 行业发展建议
- 9.5 河北
 - 9.5.1 行业发展状况
 - 9.5.2 行业生产情况
 - 9.5.3 产业基地建设
 - 9.5.4 奶业振兴意见
 - 9.5.5 奶业振兴规划
 - 9.5.6 行业发展问题
 - 9.5.7 行业发展对策
- 9.6 其它地区
 - 9.6.1 山东省
 - 9.6.2 青海省

9.6.3 辽宁省

9.6.4 河南省

第十章 2021-2023年乳制品进出口分析

10.1 2021-2023年中国乳制品进出口贸易综述

10.1.1 全国乳制品对外贸易形势分析

10.1.2 乳制品进口安全面临新的挑战

10.1.3 我国乳制品国际贸易的发展问题

10.1.4 我国乳制品进出口贸易发展对策

10.1.5 我国乳品海关检验检疫相关要点

10.2 2021-2023年中国乳制品进出口总况

10.2.1 2020年乳制品进出口状况

10.2.2 2021年乳制品进出口状况

10.2.3 2022年乳制品进出口状况

10.3 2021-2023年中国奶粉进口数据分析

10.3.1 出口总量数据分析

10.3.2 进口总量数据分析

10.3.3 进口总额数据分析

10.4 2021-2023年中国奶粉进口数据分析

10.4.1 出口总量数据分析

10.4.2 进口总量数据分析

10.4.3 进口总额数据分析

10.5 2021-2023年中国浓缩、加糖或其他甜物质的乳及稀奶油进出口数据分析

10.5.1 进出口总量数据分析

10.5.2 主要贸易国进出口情况分析

10.5.3 主要省市进出口情况分析

10.6 2021-2023年中国酪乳、结块的乳及稀奶油、乳酸、酸乳酒及其发酵或酸化的乳和稀奶油进出口数据分析

10.6.1 进出口总量数据分析

10.6.2 主要贸易国进出口情况分析

10.6.3 主要省市进出口情况分析

10.7 2021-2023年中国乳清进出口数据分析

- 10.7.1 进出口总量数据分析
- 10.7.2 主要贸易国进出口情况分析
- 10.7.3 主要省市进出口情况分析
- 10.8 2021-2023年中国未浓缩及未加糖或其他甜物质的乳及稀奶油进出口数据分析
 - 10.8.1 进出口总量数据分析
 - 10.8.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.8.3 主要省市进出口情况分析
- 10.9 2021-2023年中国黄油及其他从乳提取的脂和油；乳酱进出口数据分析
 - 10.9.1 进出口总量数据分析
 - 10.9.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.9.3 主要省市进出口情况分析
- 10.10 2021-2023年中国乳酪及凝乳进出口数据分析
 - 10.10.1 进出口总量数据分析
 - 10.10.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.10.3 主要省市进出口情况分析

第十一章 2021-2023年乳制品营销分析

- 11.1 乳品营销概况
 - 11.1.1 步入价值营销时代
 - 11.1.2 乳企采用跨界营销
 - 11.1.3 掀起会员营销模式
 - 11.1.4 行业营销方式分析
- 11.2 乳制品营销策略分析
 - 11.2.1 产品营销法则
 - 11.2.2 新常态下营销策略
 - 11.2.3 市场营销策略
 - 11.2.4 营销模式升级策略
 - 11.2.5 疫情下营销策略
- 11.3 中小型乳制品企业渠道及终端营销对策
 - 11.3.1 经销商的选择
 - 11.3.2 渠道选择
 - 11.3.3 推广途径

11.4 乳制品行业营销趋势分析

11.4.1 紧跟消费热点

11.4.2 重视场景营销

11.4.3 直播营销趋势

11.4.4 把握区域市场

第十二章 2021-2023年乳制品质量安全问题分析

12.1 2021-2023年中国乳制品质量安全状况

12.1.1 行业监管环境

12.1.2 监督抽检情况

12.1.3 奶粉监管情况

12.1.4 行业监管趋势

12.2 乳制品质量安全风险评估分析

12.2.1 乳制品质量安全现状

12.2.2 乳制品质量影响因素

12.2.3 乳制品安全风险预警

12.2.4 乳制品质量安全保障

12.3 国际乳业质量管理经验及其启示

12.3.1 国际乳业质量管理经验

12.3.2 国际合作深入推进

12.3.3 加强我国乳业质量管理

第十三章 2021-2023年乳制品包装分析

13.1 乳品包装概况

13.1.1 国外乳制品包装研发动态

13.1.2 中国乳品包装状况分析

13.1.3 中国乳品包装创新发展

13.1.4 我国乳品包装的影响因素

13.1.5 中国乳品包装待改善之处

13.1.6 发展乳品包装业对乳企的意义

13.2 液态乳包装分析

13.2.1 液态乳种类及包装要求

- 13.2.2 我国液态乳软包装状况
- 13.2.3 液态乳包装企业项目布局
- 13.3 透析乳品包装设计
 - 13.3.1 包装设计基本概述
 - 13.3.2 乳制品包装设计要点
 - 13.3.3 包装设计存在的问题
 - 13.3.4 包装设计展望
- 13.4 乳品包装未来趋势分析
 - 13.4.1 可持续发展包装
 - 13.4.2 消费群体细分化
 - 13.4.3 消费者互动需求
 - 13.4.4 零食化包装设计
 - 13.4.5 包装技术功能性
 - 13.4.6 良好的用户体验

第十四章 2021-2023年乳制品行业竞争分析

- 14.1 2021-2023年中国乳制品企业发展分析
 - 14.1.1 企业数量规模
 - 14.1.2 企业区域分布
 - 14.1.3 企业注册资本
 - 14.1.4 企业营收情况
 - 14.1.5 企业市值情况
 - 14.1.6 企业竞争格局
- 14.2 中国乳制品行业市场竞争状况
 - 14.2.1 奶源成乳企争夺重点
 - 14.2.2 全球乳业产业链合作
 - 14.2.3 母婴奶粉布局加快
 - 14.2.4 企业差异化市场战略
- 14.3 影响中国乳制品国际竞争力的主要因素
 - 14.3.1 乳业生产要素
 - 14.3.2 相关产业和支持产业
 - 14.3.3 竞争企业

- 14.3.4 政府
- 14.4 中国乳制品行业竞争战略转向
 - 14.4.1 从战术向战略方向转变
 - 14.4.2 从价格战向价值战转移
 - 14.4.3 从渠道争夺到消费者争夺
 - 14.4.4 从产品宣传到营养教育
 - 14.4.5 从争夺市场到价值链建设
 - 14.4.6 从大众营销到体验营销
- 14.5 中国乳制品企业竞争策略分析
 - 14.5.1 产品策略
 - 14.5.2 价格策略
 - 14.5.3 品牌策略
 - 14.5.4 渠道策略
 - 14.5.5 推广策略
- 14.6 中国乳制品行业国际竞争力提升途径
 - 14.6.1 宏观层面
 - 14.6.2 中观层面
 - 14.6.3 微观层面

第十五章 2020-2023年乳制品行业企业经营状况

- 15.1 原料奶及乳制品加工行业上市公司运行状况分析
 - 15.1.1 原料奶及乳制品加工行业上市公司规模
 - 15.1.2 原料奶及乳制品加工行业上市公司分布
- 15.2 原料奶及乳制品加工行业财务状况分析
 - 15.2.1 经营状况分析
 - 15.2.2 盈利能力分析
 - 15.2.3 营运能力分析
 - 15.2.4 成长能力分析
 - 15.2.5 现金流量分析
- 15.3 中国蒙牛乳业有限公司
 - 15.3.1 企业发展概况
 - 15.3.2 企业发展历程

- 15.3.3 主要产品分类
- 15.3.4 2020年企业经营状况分析
- 15.3.5 2021年企业经营状况分析
- 15.3.6 2022年企业经营状况分析
- 15.4 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
 - 15.4.1 企业发展概况
 - 15.4.2 业务经营模式
 - 15.4.3 经营效益分析
 - 15.4.4 业务经营分析
 - 15.4.5 财务状况分析
 - 15.4.6 核心竞争力分析
 - 15.4.7 公司发展战略
 - 15.4.8 未来前景展望
- 15.5 光明乳业股份有限公司
 - 15.5.1 企业发展概况
 - 15.5.2 业务经营模式
 - 15.5.3 经营效益分析
 - 15.5.4 业务经营分析
 - 15.5.5 财务状况分析
 - 15.5.6 核心竞争力分析
 - 15.5.7 公司发展战略
 - 15.5.8 未来前景展望
- 15.6 北京三元食品股份有限公司
 - 15.6.1 企业发展概况
 - 15.6.2 业务经营模式
 - 15.6.3 经营效益分析
 - 15.6.4 业务经营分析
 - 15.6.5 财务状况分析
 - 15.6.6 核心竞争力分析
 - 15.6.7 公司发展战略
 - 15.6.8 未来前景展望
- 15.7 贝因美婴童食品股份有限公司

- 15.7.1 企业发展概况
- 15.7.2 业务经营模式
- 15.7.3 经营效益分析
- 15.7.4 业务经营分析
- 15.7.5 财务状况分析
- 15.7.6 核心竞争力分析
- 15.7.7 公司发展战略

第十六章 中国乳制品行业投资潜力分析

16.1 乳制品行业投资现状分析

- 16.1.1 企业上市情况
- 16.1.2 行业投资机会
- 16.1.3 企业投资现状
- 16.1.4 企业收购动态
- 16.1.5 海外投资状况
- 16.1.6 中外互投趋势

16.2 中国乳制品行业融资需求分析

- 16.2.1 产品资金流向
- 16.2.2 行业融资状况
- 16.2.3 行业金融需求
- 16.2.4 企业融资建议

16.3 中国乳制品行业投资模式分析

- 16.3.1 经营模式
- 16.3.2 盈利模式
- 16.3.3 资金运作模式

16.4 中国乳制品行业投资壁垒分析

- 16.4.1 政策准入壁垒
- 16.4.2 奶源控制壁垒
- 16.4.3 品牌竞争壁垒
- 16.4.4 养殖环境壁垒
- 16.4.5 行业技术壁垒
- 16.4.6 行业退出壁垒

16.5 中国乳制品行业投资风险预警

16.5.1 行业经营风险

16.5.2 环保监管风险

16.5.3 市场竞争风险

16.5.4 产品结构风险

第十七章 乳制品行业前景趋势分析

17.1 中国乳制品行业发展前景展望

17.1.1 短期发展前景展望

17.1.2 长期发展前景展望

17.1.3 市场需求带来的机遇

17.1.4 区域市场具有发展潜力

17.1.5 疫情影响下的发展机遇

17.2 中国乳制品行业发展趋势分析

17.2.1 行业整体发展趋势

17.2.2 行业整体发展目标

17.2.3 细分市场发展趋势

17.2.4 零售市场发展趋势

17.2.5 企业国际化发展趋势

17.3 对2023-2029年中国乳制品行业预测分析

17.3.1 2023-2029年中国乳制品行业影响因素分析

17.3.2 2023-2029年中国乳制品行业销售收入预测

17.3.3 2023-2029年中国乳制品行业利润总额预测

第十八章 乳制品行业政策解析

18.1 乳制品相关产业政策解读

18.1.1 奶业品牌提升实施方案

18.1.2 乳制品质量安全提升行动方案

18.1.3 国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案

18.1.4 关于进一步促进奶业振兴的若干意见

18.1.5 关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见

18.1.6 乳制品企业共同推进行业高质量发展宣言

- 18.2 乳制品行业政策法规介绍
 - 18.2.1 《中华人民共和国食品安全法》
 - 18.2.2 《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》
 - 18.2.3 《乳品质量安全监督管理条例》
 - 18.2.4 《生鲜乳生产收购管理办法》
 - 18.2.5 《企业生产乳制品许可条件审查细则》
 - 18.2.6 《企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则》
 - 18.2.7 《进出口乳品检验检疫监督管理办法》
- 18.3 乳制品行业标准体系介绍
 - 18.3.1 乳品安全国家标准
 - 18.3.2 乳制品检测相关标准
 - 18.3.3 乳制品包装相关标准
 - 18.3.4 奶牛场定级与评价标准
 - 18.3.5 乳制品生产许可审查细则
 - 18.3.6 乳制品行业绿色工厂评价要求

图表目录

- 图表1 2010-2019年全球牛奶总产量和总消费量
- 图表2 2011-2019年全球乳制品生产消费和库存量
- 图表3 2019年全球乳业TOP20
- 图表4 2020年全球乳业20强企业排行榜
- 图表5 2021年年全球乳业20强企业排行榜
- 图表6 2016-2021年全球GDT乳品全脂奶粉价格
- 图表7 2020-2022全球主要国家大包粉出口情况
- 图表8 2020-2022年主要国家出口大包粉主要目的国
- 图表9 2019年主要国家人均奶酪消费量
- 图表10 2019年主要国家乳制品消费结构
- 图表11 日韩奶酪人均消费量
- 图表12 2005-2019年中日韩液奶人均消费量
- 图表13 2019年全球奶牛养殖TOP10-奶产量
- 图表14 2011-2020年美国牛奶产量统计
- 图表15 2004-2020年美国奶牛场数同比下降比例

- 图表16 2014-2019年美国牛奶消耗量统计及增长情况
- 图表17 2019年美国人口及乳制品消费状况
- 图表18 澳大利亚乳制品零售额
- 图表19 2020-2021年澳大利亚各州奶牛养殖场数量及规模
- 图表20 2007-2020年澳大利亚牛奶产量及农场数量
- 图表21 2007-2020年维多利亚州养殖业毛利率及单位牛奶收入
- 图表22 2020-2021年澳大利亚乳制品牛奶使用占比
- 图表23 2021年澳大利亚零售牛奶市场份额比例
- 图表24 澳大利亚消费者购买单一性和多样性比例
- 图表25 2015-2020年澳大利亚乳制品出口量
- 图表26 2010-2020年澳大利亚主要海外市场总规模
- 图表27 2013-2019年新西兰主要乳制品生产水平
- 图表28 2016-2019年新西兰乳制品消费情况
- 图表29 2020年新西兰牛奶产量统计（按月）
- 图表30 2008-2020年新西兰牛奶产量统计（按年）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202309/01-555356.html>