

2016-2022年中国液态奶行业前景研究与投资可行性报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国液态奶行业前景研究与投资可行性报告》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.abaogao.com/b/shipin/K77161DJBV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

液态奶是由健康奶牛所产的鲜乳汁，经有效的加热杀菌方处理后，分装出售的饮用牛乳。根据国际乳业联合会（IDF）的定义，液体奶（液态奶）是巴氏杀菌乳、灭菌乳和酸乳三类乳制品的总称。

液态奶的化学成分很复杂，至少有100多种，主要成分由水、脂肪、磷脂、蛋白质、乳糖、无机盐等组成。一般牛奶的主要化学成分含量为：水分：87.5%；脂肪：3.5%，蛋白质：3.4%，乳糖：4.6%，无机盐：0.7%，组成人体蛋白质的氨基酸有20种，其中有8种是人体本身不能合成的这些氨基酸称为必需氨基酸。

我们进食的蛋白质中如果包含了所有的必需氨基酸，这种蛋白质便叫作全蛋白。牛奶中的蛋白质便是全蛋白。牛奶中的无机盐也称矿物质。牛奶中含有Ca²⁺、Mg²⁺、K⁺、Fe³⁺等阳离子和PO₄³⁻、SO₄²⁻、Cl⁻等阴离子；此外还有微量元素I、Cu、Zn、Mn等。这些元素绝大部分都对人体发育生长和代谢调节起着重要作用。钙是人体中含量最高的无机盐，是构成骨骼和牙齿的主要成分。人体中90%的钙集中在牙齿和骨骼上。

儿童、青少年生长发育需要充足的钙，同样孕妇及成人、中老年人，也需要补充钙质，缺乏钙会影响牙齿和骨骼的正常发育，导致佝偻病。大自然中的钙是以化合态存在的，只有被动、植物吸收后形成具有生物活性的钙，才能更好地被人体所吸收利用。牛奶中含有丰富的活性钙，是人类最好的钙源之一，1升新鲜牛奶所含活性钙约1250毫克，居众多食物之首，约是大米的101倍、瘦牛肉的75倍、瘦猪肉的110倍，它不但含量高，而且牛奶中的乳糖能促进人体肠壁对钙的吸收，吸收率高达98%，从而调节体内钙的代谢，维持血清钙浓度增进骨骼的钙化。吸收好对于补钙是尤其关键的。故“奶能补钙”这一说法是有其科学道理的。对于中老年人来说，牛奶还有一大好处，就是，与许多动物性蛋白胆固醇较高相比，牛奶中胆固醇的含量较低，值得一提的是，牛奶中某些成分还能抑制肝脏制造胆固醇的数量，使得牛奶还有降低胆固醇的作用。

液态奶中的蛋白质主要是酪蛋白、白蛋白、球蛋白、乳蛋白等，所含的20多种氨基酸中有 人体必须的8种氨基酸，奶蛋白质是全价的蛋白质，它的消化率高达98%。乳脂肪是高质量的脂肪，品质最好，它的消化率在95%以上，而且含有大量的脂溶性维生素。奶中的乳糖是半乳糖和乳糖，是最容易消化吸收的糖类。奶中的矿物质和微量元素都是溶解状态，而且各种矿物质的含量比例，特别是钙、磷的比例比较合适，很容易消化吸收。

液态奶包装主要包括用于超高温灭菌奶包装的利乐包和康美盒、超高温瞬时灭菌奶包装的利乐枕、微菌奶包装的屋脊包、以及无菌复合膜制成的百利包等塑料袋；玻璃瓶主要用于巴氏杀菌奶、调味奶和酸奶包装；PP及PS杯则是酸奶的主要包装容器。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国液态奶行业前景研究与投资可行性报告》共二十二章。首先介绍了液态奶相关概念及发展环境，接着分析了中国液态奶规模及消费需求，然后对中国液态奶市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国液态奶面临的机遇及发展前景。您若想对中国液态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：

第一章中国液态奶行业发展概述

1.1 液态奶行业发展情况

1.1.1 液态奶定义

1.1.2 液态奶行业发展历程

1.2 液态奶产业链分析

1.2.1 产业链模型介绍

1.2.2 液态奶产业链模型分析

1.3 中国液态奶行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 当前行业发展所属周期阶段的判断

第二章中国液态奶行业市场发展环境分析（PEST分析法）

2.1 中国经济环境分析

2.1.1 国民经济运行情况GDP

2.1.2 消费价格指数CPI、PPI

- 2.1.3全国居民收入情况
- 2.1.4恩格尔系数
- 2.1.5工业发展形势
- 2.1.6固定资产投资情况
- 2.2 中国液态奶行业政策环境分析
 - 2.2.1近年来国家以及政府颁布的相关政策法规
 - 2.2.2相关政策法规对市场的影响程度
 - 2.2.3液态奶市场国家宏观发展规划调控方向
- 2.3 中国液态奶行业社会环境分析
 - 2.3.1人口环境分析
 - 2.3.2教育环境分析
 - 2.3.3文化环境分析
 - 2.3.4生态环境分析
 - 2.3.5中国城镇化率
 - 2.3.6居民的各种消费观念和习惯
- 2.4 中国液态奶行业技术环境分析

第三章 液态奶产品生产工艺及技术趋势研究

- 3.1 质量指标情况
- 3.2 国外主要生产工艺
- 3.3 国内主要生产方法
- 3.4 国内外技术对比分析
- 3.5 国内外最新技术进展及趋势研究

第四章 全球液态奶产品市场运行态势分析

- 4.1 全球液态奶市场现状分析
 - 4.1.1全球液态奶产品市场供需分析
 - 4.1.2全球液态奶价格走势分析
 - 4.1.3全球液态奶产品市场运行特征分析
- 4.2 全球液态奶产品主要国家及地区发展情况分析
 - 4.2.1美国
 - 4.2.2亚洲

4.2.3欧洲

4.3 全球液态奶产品外商在华投资动态

第五章国内液态奶产品市场运行结构分析

5.1 国内液态奶市场规模分析

5.1.1 总量规模

5.1.2 增长速度

5.1.3 市场季节变动分析-报告基地出版

5.2 国内外液态奶产品市场供给平衡性分析

第六章 近3年中国液态奶行业市场现状运营分析

6.1 液态奶市场现状分析及预测

6.1.1 近3年中国液态奶市场规模分析

6.1.2 2016-2022年中国【液态奶市场规模】预测

6.2 液态奶产品产能分析及预测

6.2.1 近3年中国液态奶产能分析

6.2.2 2016-2022年中国液态奶产能预测

6.3 液态奶产品产量分析及预测

6.3.1 近3年中国液态奶产量分析

6.3.2 2016-2022年中国液态奶产量预测

6.4 液态奶市场需求分析及预测

6.4.1 近3年中国液态奶市场需求分析

6.4.2 2016-2022年中国液态奶市场需求预测

6.5 液态奶价格趋势分析-中研纵横

6.5.1 近3年中国液态奶市场价格分析

6.5.2 2016-2022年中国液态奶市场价格预测

6.6 液态奶产品市场容量分析及预测

6.6.1 近3年中国液态奶市场容量分析

6.6.2 2016-2022年中国液态奶市场容量预测

6.7 液态奶行业生产分析

6.7.1 产品及原材料进口、自有比例

6.7.2 国内产品及原材料生产基地分布

6.7.3产品及原材料产业发展分析

6.7.4产品及原材料产能情况分析-中国报告基地

6.8 近3年液态奶行业市场供给分析

6.8.1 液态奶生产规模现状

6.8.2 液态奶产能规模分布

6.8.3 液态奶市场价格走势

6.8.4 液态奶重点厂商分布

6.8.5 液态奶产供状况分析

第七章液态奶国内拟在建项目分析及竞争对手动向

7.1 国内主要竞争对手动向

7.2 国内拟在建项目分析

第八章 近3年液态奶行业主要原材料采购状况分析

8.1 近3年液态奶成本分析

8.1.1 原材料成本走势分析

8.1.2 劳动力供需及价格分析

8.1.3 其他方面成本走势分析

8.2 上游原材料价格与供给分析

8.2.1 主要原材料情况-中研纵横版权

8.2.2 主要原材料价格与供给分析

8.2.3 2016-2022年主要原材料市场变化趋势预测

8.3 液态奶产业链的分析

8.3.1 行业集中度-中国报告基地

8.3.2 主要环节的增值空间

8.3.3 行业进入壁垒和驱动因素

8.3.4 上下游产业影响及趋势分析

第九章 近5年国内液态奶产品进出口贸易分析

9.1 近5年国内液态奶产品进口情况分析

9.2 近5年国内液态奶产品出口情况分析

9.3 近5年国内进出口相关政策及税率研究

9.4 代表性国家和地区进出口市场分析

9.5 2016-2022年液态奶产品进出口预测分析

第十章 近3年中国液态奶市场竞争格局分析

10.1 行业竞争结构分析

10.1.1 现有企业间竞争

10.1.2 潜在进入者分析

10.1.3 替代品威胁分析

10.1.4 供应商议价能力

10.1.5 客户议价能力

10.2 行业集中度分析

10.2.1 市场集中度分析

10.2.2 企业集中度分析

10.2.3 区域集中度分析

10.3 行业国际竞争力比较

10.3.1 生产要素

10.3.2 需求条件

10.3.3 支援与相关产业-中研纵横版权

10.3.4 企业战略、结构与竞争状态

10.3.5 政府的作用-中研纵横版权

10.4 液态奶竞争力优势分析

10.4.1 整体产品竞争力评价

10.4.2 产品竞争力评价结果分析

10.4.3 竞争优势评价及构建建议-中研纵横版权

10.5 液态奶行业竞争格局分析

10.5.1 液态奶行业竞争分析

10.5.2 国内外液态奶竞争分析

10.5.3 中国液态奶市场竞争分析

10.5.4 中国液态奶市场集中度分析

10.5.5 中国液态奶竞争对手市场份额

10.5.6 中国液态奶主要品牌企业梯队分布

第十一章 行业成长性分析

11.1 近3年行业销售收入增长分析

11.2 近3年行业总资产增长分析

11.3 近3年行业固定资产增长分析

11.4 近3年行业净资产增长分析

11.5 近3年行业利润增长分析

11.6 2016-2022年行业增长预测

第十二章 行业盈利能力分析

12.1 近3年行业销售毛利率

12.2 近3年行业销售利润率

12.3 近3年行业总资产利润率

12.4 近3年行业净资产利润率

12.5 近3年行业产值利税率

12.6 2016-2022年行业盈利能力预测

第十三章 近3年中国液态奶行业营销策略和销售渠道考察

13.1 中国液态奶行业目前主要营销渠道分析

13.2 中国液态奶行业重点企业营销策略

13.3 中国液态奶行业产品营销策略建议

13.4 中国液态奶行业营销渠道变革报告基地专家研究

13.4.1 液态奶行业营销渠道新理念

13.4.2 液态奶行业渠道管理新发展

13.4.3 当前中国中小企业的外部营销环境

13.4.4 中小企业营销渠道存在的问题和不足

13.5 中国液态奶行业营销渠道发展趋势点评

13.5.1 营销渠道结构扁平化

13.5.2 营销渠道终端个性化

13.5.3 营销渠道关系互动化

13.5.4 营销渠道商品多样化

第十四章 中国液态奶产业市场营销策略竞争深度研究

- 14.1 不同规模企业市场营销策略竞争分析
 - 14.1.1 不同规模企业市场产品策略
 - 14.1.2 不同规模企业市场渠道策略
 - 14.1.3 不同规模企业市场价格策略
 - 14.1.4 不同规模企业广告媒体策略
 - 14.1.5 不同规模企业客户服务策略
- 14.2 不同所有制企业市场营销策略竞争分析
 - 14.2.1 不同所有制企业市场产品策略
 - 14.2.2 不同所有制企业市场渠道策略
 - 14.2.3 不同所有制企业市场价格策略
 - 14.2.4 不同所有制企业广告媒体策略
 - 14.2.5 不同所有制企业客户服务策略
- 14.3 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点

第十五章 中国液态奶重点企业竞争力分析（企业可自选）

- 15.1 液态奶公司
 - 15.1.1 企业概况
 - 15.1.2 企业财务指标
 - 15.1.3 企业竞争优势分析
 - 15.1.4 企业主营产品分析
 - 15.1.5 企业经营情况分析
 - 15.1.6 企业发展新动态与战略规划分析
- 15.2 液态奶公司
- 15.3 液态奶公司
- 15.4 液态奶公司
- 15.5 液态奶公司
- 15.6 液态奶公司
- 15.7 其他重点优势企业分析

第十六章 近3年液态奶地区销售情况及竞争力深度研究

- 16.1 中国液态奶各地区对比销售分析-报告基地出版
- 16.2 “东北地区”销售分析

- 16.2.1 近3年东北地区销售规模
- 16.2.2 东北地区“规格”销售分析
- 16.2.3 近3年东北地区“规格”销售规模分析
- 16.3 “华北地区”销售分析
- 16.3.1 近3年华北地区销售规模
- 16.3.2 华北地区“规格”销售分析
- 16.3.3 近3年华北地区“规格”销售规模分析
- 16.4 “华东地区”销售分析
- 16.4.1 近3年华东地区销售规模
- 16.4.2 华东地区“规格”销售分析
- 16.4.3 近3年华东地区“规格”销售规模分析
- 16.5 “华南地区”销售分析
- 16.5.1 近3年华南地区销售规模
- 16.5.2 华南地区“规格”销售分析
- 16.5.3 近3年华南地区“规格”销售规模分析
- 16.6 “西北地区”销售分析
- 16.6 .1 近3年西北地区销售规模
- 16.6 .2西北地区“规格”销售分析
- 16.6 .3 近3年西北地区“规格”销售规模分析
- 16.7 “华中地区”销售分析
- 16.7.1 近3年华中地区销售规模
- 16.7.2 华中地区“规格”销售分析
- 16.7.3 近3年华中地区“规格”销售规模分析
- 16.8 “西南地区”销售分析
- 16.8.1 近3年西南地区销售规模
- 16.8.2 西南地区“规格”销售分析
- 16.8.3 近3年西南地区“规格”销售规模分析

第十七章近3年液态奶下游应用行业发展分析

- 17.1 下游应用行业发展状况
- 17.2 下游应用行业市场集中度
- 17.3 下游应用行业发展趋势

17.4下游行业需求分析

17.4.1下游行业发展现状与前景

17.4.2下游行业领域应用现状

17.4.3下游行业对液态奶的需求规模

17.4.4下游行业液态奶行业主要企业及经营情况

17.4.5下游行业液态奶需求前景

第十八章 2016-2022年液态奶行业前景展望

18.1 2016-2022年行业供求形势展望

18.1.1 上游原料供应预测及市场情况

18.1.2 2016-2022年液态奶下游需求行业发展展望

18.1.3 2016-2022年液态奶行业产能预测

18.1.4进出口形势展望--中国报告基地网

18.2 液态奶市场前景分析

18.2.1 液态奶市场容量分析

18.2.2 液态奶行业利好利空政策

18.2.3 液态奶行业发展前景分析

18.3 液态奶未来发展预测分析

18.3.1 中国液态奶发展方向分析-中研 纵横

18.3.2 2016-2022年中国液态奶行业发展规模

18.3.3 2016-2022年中国液态奶行业发展趋势预测

18.4 2016-2022年液态奶行业供需预测

18.4.1 2016-2022年液态奶行业供给预测

18.4.2 2016-2022年液态奶行业需求预测

18.5 影响企业生产与经营的关键趋势

18.5.1 市场整合成长趋势-中研 纵横版权

18.5.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

18.5.3企业区域市场拓展的趋势

18.5.4科研开发趋势及替代技术进展

18.5.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

18.5.6中国液态奶行业SWOT分析

18.6 行业市场格局与经济效益展望

18.6.1 市场格局展望

18.6.2 经济效益预测-中研纵横版权

18.7 总体行业“十三五”整体规划及预测

18.7.1 2016-2022年液态奶行业国际展望

18.7.2 2016-2022年国内液态奶行业发展展望

第十九章 2016-2022年液态奶行业创新投资机会与风险分析

19.1 创新投资环境的分析与对策

19.2 创新投资机遇分析

19.3 创新投资风险分析

19.3.1 政策风险

19.3.2 经营风险

19.3.3 技术风险

19.3.4 进入退出风险

19.4 创新投资策略与建议

19.4.1 企业资本结构选择

19.4.2 企业战略选择

19.4.3 投资区域选择

19.4.4 专家创新投资建议

第二十章 2016-2022年液态奶行业盈利模式与营销战略分析

20.1 我国液态奶行业商业模式探讨

20.1.1 行业国内营销模式分析

20.1.2 行业主要销售渠道分析

20.1.3 行业促销方式分析

20.2 市场的重点客户战略实施研究

20.3 液态奶行业企业品牌营销战略分析

20.3.1 产品质量保证

20.3.2 生产技术提升

20.3.3 产品结构调整

20.3.4 产品销售网络

20.3.5 品牌宣传策略

- 20.3.6 销售服务策略
- 20.3.7 品牌保护策略
- 20.3.8 品牌发展战略分析
- 20.4 我国液态奶行业发展与投资注意事项分析
 - 20.4.1 产品技术应用注意事项
 - 20.4.2 项目投资注意事项
 - 20.4.3 产品生产开发注意事项
 - 20.4.4 产品销售注意事项
- 20.5 投资路径设计
 - 20.5.1 投资对象
 - 20.5.2 投资模式
 - 20.5.3 预期财务状况分析
 - 20.5.4 风险资本退出方式

第二十一章2016-2022年液态奶行业项目投资建议

- 21.1 中国生产、营销企业投资运作模式分析
- 21.2 外销与内销优势分析
- 21.3 2016-2022年全国投资规模预测
- 21.4 2016-2022年液态奶行业投资收益预测
- 21.5 2016-2022年液态奶项目投资建议
- 21.6 2016-2022年液态奶项目融 资建议

第二十二章 2016-2022年液态奶行业盈利模式与营销战略分析

- 22.1 2016-2022年中国液态奶项目的融 资演变
- 22.2 2016-2022年中国液态奶项目特点、融 资特点及影响因素分析
 - 22.2.1 液态奶及其项目的主要特点
 - 22.2.2 液态奶项目的融 资特点
 - 22.2.3 液态奶项目的融 资相关影响因素
- 22.3 2016-2022年中国液态奶项目的融 资对策
 - 22.3.1 从产业链的整体考虑项目的融 资
 - 22.3.2 从产业链的三个环节考虑项目的融 资
 - 22.3.3 采用多种形式进行项目融 资

22.3.4 本国筹资的重要性

22.3.5 有效吸引私人投资

22.3.6 政府的政策支持

22.4 专家建议

图表目录：

图表：近3年中国GDP总量及增长趋势图

图表：近3年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：近3年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：近3年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：近3年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：近3年我国工业增加值增速统计

图表：近5年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：近5年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近5年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：近5年国内液态奶产量统计表

图表：近5年国内液态奶产量直观图

图表：近5年国内液态奶产量区域结构统计表

图表：近5年国内液态奶产量区域结构直观图

图表：近5年液态奶行业产品产量企业集中度统计表

图表：近5年液态奶行业产品产量企业集中度情况直观图

图表：近5年国内液态奶市场需求区域分布统计表

图表：近5年我国液态奶市场需求区域集中度比较

图表：近5年国内液态奶市场需求主要省市统计表

图表：近5年我国液态奶市场需求主要省份集中度比较

图表：近5年国内液态奶市场规模数据表

图表：近5年国内液态奶市场规模走势图

图表：近5年国内液态奶行业利润总额统计表

图表：近5年国内液态奶行业利润总额增长走势图

图表：近5年我国液态奶市场行业盈利能力预测

图表：近5年国内液态奶行业从业人员数量统计表

图表：近5年国内液态奶行业从业人员数量增长情况直观图

图表：近5年国内液态奶行业销售收入统计表

图表：近5年国内液态奶行业销售收入增长走势图

图表：近5年我国液态奶市场行业营运能力预测

图表：近5年我国液态奶市场行业发展能力增长预测

图表：近5年液态奶行业总资产统计表

图表：近5年液态奶行业总资产发展情况直观图

图表：近5年我国液态奶市场行业偿债能力预测

图表：近5年国内液态奶进口数据统计表

图表：近5年国内液态奶进口情况直观图

图表：近5年国内液态奶出口数据统计表

图表：近5年国内液态奶出口情况直观图

图表：2016-2022年我国液态奶进口量预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶进口量预测走势图

图表：2016-2022年我国液态奶出口量预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶出口量预测走势图

图表：液态奶行业五种竞争力量模型分析

图表：2016-2022年国内液态奶市场价格预测

图表：2016-2022年国内液态奶市场价格趋势预测直观图

图表：2016-2022年我国液态奶产能预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶产能预测走势图

图表：2016-2022年我国液态奶市场需求预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶市场需求预测走势图

图表：2016-2022年国内液态奶企业利润总额预测

图表：2016-2022年国内液态奶企业利润总额趋势预测直观图

图表：2016-2022年我国液态奶产能预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶产能预测走势图

图表：2016-2022年我国液态奶进口量预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶进口量预测走势图

图表：2016-2022年我国液态奶出口量预测统计表

图表：2016-2022年我国液态奶出口量预测走势图

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

