

2015-2022年中国有机奶市 场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国有机奶市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1509/831984ZWJE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国有机奶市场深度调研与投资前景研究报告》共十章。报告介绍了有机奶行业相关概述、中国有机奶产业运行环境、分析了中国有机奶行业的现状、中国有机奶行业竞争格局、对中国有机奶行业做了重点企业经营状况分析及中国有机奶产业发展前景与投资预测。您若想对有机奶产业有个系统的了解或者想投资有机奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

尽管有机农业在中国已经发展了近20年，有机产品也获得了消费者的认可，认证的品种也十分丰富，但主要以出口为主；随着中国居民生活的提高，国内市场消费潜力巨大。

有机奶产品是在近几年才开始发展起来的，主要品种是奶粉和液态奶。其中，中国有机奶粉主要以有机婴幼儿奶粉为主，如雅培、澳优等知名品牌均推出有机奶粉系列，市场需求旺盛。

同时，有机液态奶发展亦较迅猛，包括伊利金典、蒙牛特仑苏、三元极致、归原等等有机常温奶和鲜奶品牌，极大地推动了中国高端液态奶市场的发展，市场竞争核心从价格逐渐转变为品质竞争。

近几十年，中国居民生活水平大幅提高，乳制品已逐渐成为人们膳食结构中重要的组成部分，随着经济的发展，人们对食品营养、食品安全意识增强，中国有机奶市场需求亦将快速发展。

报告目录：

第一部分 中国有机食品市场发展概况14

第一章 中国有机食品发展历程14

1.1 探索阶段(1990-1994)14

1.2 起步阶段(1995—2002年)14

1.3 规范快速发展阶段(2003年至今)16

第二章 中国有机食品认证17

2.1 认证机构数量17

2.2 认证规模18

2.3 认证程序21

2.4 与国际间的互认22

第三章 中国有机食品产业发展的成绩及存在的问题24

3.1 有机食品产业发展的成绩24

3.2 存在的问题24

第四章 中国有机奶市场发展26

4.1 中国有机奶生产和开发处于起步阶段26

4.2 有机奶产品认证26

4.3 有机奶国家标准27

4.3.1 有机奶源的建设34

4.3.2 有机乳制品加工44

4.3.3 有机乳制品的标识与销售51

第二部分 中国有机奶的生产分析及预测57

第五章 中国有机奶源的生产及预测57

5.1 有机奶源的建设57

5.1.1 建设成本57

5.1.2 建设主体57

5.1.3 建设的模式58

5.1.4 建设规模61

5.2 有机奶源的生产65

5.2.1 中国奶类产量及奶源的分布65

5.2.2 有机奶源产量67

5.2.3 知名的有机奶源生产公司(基地)68

5.3 未来中国有机奶源的生产预测(2020年) 2668

5.3.1 建设主体及模式预测68

5.3.2 产量预测74

第六章 中国有机奶的生产及预测75

6.1 有机奶生产企业布局75

6.2 有机液态奶的生产75

6.2.1 有机液态奶企业布局75

6.2.2 有机液态奶生产能力及产量	77
6.2.3 有机液态奶生产品种和包装	77
6.3 有机奶粉的生产	78
6.3.1 有机奶粉企业布局	78
6.3.2 有机奶粉生产能力及产量	80
6.3.3 有机奶粉生产品种和产品包装	80
6.4 销售区域及渠道	81
6.5 未来中国有机奶的生产预测(2020年)	81
6.5.1 产量及分布预测	81
6.5.2 产品种类预测	82
6.5.3 销售区域及渠道预测	82

第三部分 中国有机奶的消费分析及预测84

第七章 中国有机液态奶消费分析及预测84

7.1 中国液态奶总消费量及市场总规模	84
7.1.1 液态奶市场总消费量	84
7.1.2 液态奶市场总规模	84
7.2 有机液态奶消费量及消费种类	84
7.3 有机液态奶主要消费区域	85
7.4 有机液态奶主要消费品牌	85
7.5 有机液态奶市场规模	86
7.6 国产、国外(进口) 有机液态奶主要品牌市场份额	86
7.7 国内外有机液态奶品牌竞争力比较	87
7.7.1 奶源及产品质量	87
7.7.2 销售渠道	90
7.7.3 消费者对产品价值的认知	90
7.7.4 市场销售价格	90
7.8 未来中国有机液态奶的消费预测(2020年)	91
7.8.1 消费量及消费品种预测	91
7.8.2 消费区域预测	91
7.8.3 市场竞争格局预测	92

第八章 中国有机奶粉消费分析及预测93

8.1 中国奶粉消费总量及市场总规模93

8.1.1 中国奶粉消费总量93

8.1.2 中国奶粉市场总规模93

8.2 有机奶粉消费量及消费种类93

8.3 有机奶粉主要消费区域94

8.4 有机奶粉主要消费品牌94

8.5 有机奶粉市场规模94

8.6 国产、国外(进口) 有机奶粉品牌市场份额95

8.7 国内外有机奶粉品牌竞争力比较95

8.7.1 奶源及产品质量95

8.7.2 销售渠道96

8.7.3 消费者对产品价值的认知97

8.7.4 市场销售价格97

8.8 未来中国有机奶粉的消费预测(2020年)97

8.8.1 消费量及消费品种预测97

8.8.2 消费区域预测98

8.8.3 市场竞争格局预测98

第四部分 中国有机奶企业和品牌分析101

第九章 知名有机奶企业和品牌101

9.1 主要有机奶知名企业分布101

9.2 主要知名企业集团所占市场份额103

第十章 中国有机奶市场主要企业和品牌103

10.1 中国蒙牛乳业有限公司——特仑苏103

(1) 公司简介103

(2) “特仑苏”有机奶105

(3) 有机奶源来源106

(4) 产品销售区域106

(5) 产品价格107

(6) 市场份额107

10.2 内蒙古伊利乳业集团股份有限公司——金典107

- (1) 公司简介107
- (2) “金典”有机奶109
- (3) 有机奶源来源110
- (4) 产品销售区域110
- (5) 产品价格111
- (6) 市场份额111

10.3 河北福成五丰食品股份有限公司——福成、白色黄金111

- (1) 公司简介111
- (2) “福成”、“白色黄金”有机奶112
- (3) 有机奶源来源112
- (4) 产品销售区域113
- (5) 产品价格113
- (6) 市场份额113

10.4 内蒙古圣牧高科奶业有限公司——圣牧全程有机奶113

- (1) 公司简介113
- (2) 圣牧全程有机奶114
- (3) 有机奶源来源114
- (4) 产品销售区域115
- (5) 产品价格115
- (6) 市场份额115

10.5 山东银香大地乳业股份有限公司——归一115

- (1) 公司简介115
- (2) “古道”和“归一”有机奶117
- (3) 有机奶源来源117
- (4) 产品销售区域118
- (5) 产品价格118
- (6) 市场份额118

10.6 北京归原生态农业发展有限公司——归原118

- (1) 公司简介118
- (2) 归原有机奶120
- (3) 有机奶源来源120

(4) 产品销售区域120

(5) 产品价格121

(6) 市场份额121

10.7 北京三元食品股份有限公司——三元极致121

(1) 公司简介121

(2) 三元极致”有机奶122

(3) 有机奶源来源123

(4) 产品销售区域123

(5) 产品价格123

(6) 市场份额124

10.8 雅培(广州) 营养品有限公司——菁智124

(1) 公司简介124

(2) 雅培菁智”有机婴幼儿奶粉124

(3) 有机奶源来源124

(4) 产品销售区域125

(5) 产品价格126

(6) 市场份额126

10.9 澳优乳业(中国) 有限公司——能力多有机奶粉126

(1) 公司简介126

(2) “能力多有机” 有机婴幼儿奶粉127

(3) 有机奶源来源127

(4) 产品销售区域127

(5) 产品价格128

(6) 市场份额128

10.10 德国特福芬公司——特福芬128

(1) 公司简介128

(2) 特福芬有机奶粉128

(3) 有机奶源来源129

(4) 产品销售区域129

(5) 产品价格129

(6) 市场份额130

11 中国知名有机奶品牌特点分析130

11.1 市场集中度分析	130
11.2 有机奶源来源比较分析	131
11.3 销售区域比较分析	131
11.4 产品价格比较分析	131

图表目录：

图表 1 有机产品认证机构名单及信息	17
图表 2 2014年中国有机食品分类别产品产量	18
图表 3 2014年中国种植业和加工业分类另U有机产品产量	19
图表 4 有机食品认证程序	22
图表 5 染料中重金属类含量指标	50
图表 6 中国有机产品认证标志	55
图表 7 中国有机转换产品认证标志	55
图表 8 中国主要的三种养殖模式的规模和生产组织比较	62
图表 9 2014年中国奶牛存栏前十的省份不同规模养殖比例情况(%)	65
图表 10 2014年中国奶牛存栏量分布状况	66
图表 11 中国牛奶产量分布状况	67
图表 12 2014年中国有机(生)鲜奶生产分布	67
图表 13 2015-2022年中国有机奶源鲜奶产量预测	74
图表 14 2015-2022年我国有机液态奶生产能力及产量预测	77
图表 15 2015-2022年我国有机奶粉生产能力及产量预测	80
图表 16 2015-2022年中国有机奶产量及分布预测	82
图表 17 2013-2015年我国液态奶市场总消费量	84
图表 18 2013-2015年我国液态奶市场总规模	84
图表 19 2013-2015年我国有机液态奶消费量	84
图表 20 2014年有机液态奶主要消费区域分布	85
图表 21 2013-2015年我国有机液态奶市场总规模	86
图表 22 2014年国产、国外(进口) 有机液态奶主要品牌市场份额	86
图表 23 国内外有机液态奶奶源及产品质量	87
图表 24 国内外有机液态奶销售渠道对比	90
图表 25 国内外有机液态奶消费者对产品价值的认知	90
图表 26 国内外有机液态奶市场销售价格	90

图表 27 2015-2022年中国有机液态奶的消费预测	91
图表 28 2015-2022年中国有机液态奶消费区域预测	91
图表 29 2013-2015年我国奶粉消费总量	93
图表 30 2013-2015年我国奶粉市场总规模	93
图表 31 2013-2015年我国有机奶粉消费量	93
图表 32 2014年有机奶粉主要消费区域	94
图表 33 2013-2015年我国有机奶粉市场总规模	94
图表 34 2014年国产、国外(进口) 有机液态奶主要品牌市场份额	95
图表 35 国内外有机奶粉奶源及产品质量	95
图表 36 国内外有机奶粉销售渠道对比	96
图表 37 国内外有机奶粉消费者对产品价值的认知	97
图表 38 国内外有机奶粉市场销售价格	97
图表 39 2015-2022年中国有机奶粉的消费预测	97
图表 40 2015-2022年中国有机奶粉消费区域预测	98
图表 41 2015年1-8月主要知名有机奶企业集团所占市场份额	103
图表 42 2015年1-8月“特仑苏”有机奶销售区域分布	106
图表 43 2015年1-8月金典有机奶销售区域分布	110
图表 44 2015年1-8月福成白色黄金有机奶销售区域分布	113
图表 45 2015年1-8月圣牧全程有机奶销售区域分布	115
图表 46 2015年1-8月归一有机奶销售区域分布	118
图表 47 2015年1-8月归原有机奶销售区域分布	120
图表 48 2015年1-8月三元极致有机奶销售区域分布	123
图表 49 2015年1-8月三元极致有机奶销售区域分布	125
图表 50 2015年1-8月澳优能力多有机奶粉销售区域分布	127
图表 51 2015年1-8月特福芬有机奶销售区域分布	129
图表 52 中国有机奶生产企业及品牌分布	131

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1509/831984ZWJE.html>