

2016-2022年中国有机奶行业市场运营态势及投资 前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国有机奶行业市场运营态势及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/283693.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

有机奶是按有机标准生产，并经第三方严格认证的“最健康，最天然”的奶制品。有机奶强调的是“完全天然”和“全程无污染”，生产加工过程中严禁使用化肥、农药、激素、生长调节剂、饲料添加剂、食品添加剂等人工合成的化学物质，包装、贮藏、运输也都要严格遵照有机食品的相关标准。除此以外，还要求生产厂必须建立完善的质量跟踪审查体系。所以对广大消费者来说，有机奶是“最安全”的奶制品

有机奶是黄金奶源带独有的地理环境与高科技、专业化的有机循环，打造上乘绝佳的必优妙乳品自有的天然有机草场，畅想的优质奶源产地，丰宁坝上草原牧场海拔1700米，日照充足，水草肥美，空气纯净，是保障饲草饲料的有机供给和奶源品质的基础，必优妙成为奶中极品，是自然精华和天地灵气的凝聚于馈赠。

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：

第一部分 中国有机食品市场发展概况14

第1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2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3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4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5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6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7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8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9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10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

第11章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 2015年中国有机食品分类别产品产量18

图表 3 2015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 2015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 2015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 2015年中国有机(生)鲜奶生产分布67

图表 13 2016-2022年中国有机奶源鲜奶产量预测74

图表 14 2016-2022年我国有机液态奶生产能力及产量预测77

图表 15 2016-2022年我国有机奶粉生产能力及产量预测80

图表 16 2016-2022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 2015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 2015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 2016-2022年中国有机液态奶的消费预测91

图表 28 2016-2022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 2015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 2015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 2016-2022年中国有机奶粉的消费预测	97
图表 40 2016-2022年中国有机奶粉消费区域预测	98
图表 41 2015年1-12月主要知名有机奶企业集团所占市场份额	103
图表 42 2015年1-12月“特仑苏”有机奶销售区域分布	106
图表 43 2015年1-12月金典有机奶销售区域分布	110
图表 44 2015年1-12月福成白色黄金有机奶销售区域分布	113
图表 45 2015年1-12月圣牧全程有机奶销售区域分布	115
图表 46 2015年1-12月归一有机奶销售区域分布	118
图表 47 2015年1-12月归原有机奶销售区域分布	120
图表 48 2015年1-12月三元极致有机奶销售区域分布	123
图表 49 2015年1-12月三元极致有机奶销售区域分布	125
图表 50 2015年1-12月澳优能力多有机奶粉销售区域分布	127
图表 51 2015年1-12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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/283693.html>