

2013-2018年中国有机奶市 场分析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

《2013-2018年中国有机奶市场分析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/yinliao1307/D571988372.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-07-12

【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《2013-2018年中国有机奶市场分析与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国有机奶行业的概念，接着分析了中国有机奶行业发展环境，然后对中国有机奶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国有机奶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国有机奶行业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。

通过《2013-2018年中国有机奶市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

有机农业最早起源于没，美国，初期的发展并不迅速。直到20世纪70年代开始得到迅速发展，核心原因是化肥、农药的持续大规模使用带来了自然资源衰竭、严重的环境污染和能源损耗，农业生态系统自我维持能力急剧下降，引发生态危机，进而威胁食用农产品安全和人类健康。有机农业首先在发达国家得到认同，并于 90年代传播到发展中国家。1994年我国成立了国家环境保护总局有机食品发展中心，有机农业在中国得以起步，迄今已经历了十年稳扎稳打的发育期，有机农 业的土地面积已达30万公顷左右，销售额约2亿美元。

有机农业是指在动植物生产过程中不使用化学合成的农药、化肥、生长调节剂、饲料添加剂等物质，以及基因工程技术及其产物，遵循自然规律和生态学原理，采取 一系列可持续发展的农业技术，协调种植业和养殖业的平衡，维持农业生态系统持续稳定的一种农业生产方式。有机食品是指原料来自于有机生产体系，根据有机认 证标准生产、加工、并经独立有机认证机构认证的农产品及其加工产品等。

根据有机农业的概念和基本加工原理，有机奶是有机鲜奶和有机奶制品的统称。有机鲜奶指依据有机食品生产技术规范，采用有机食品加工技术，并具备国家有机食 品认证资质的认证机构独立认证的鲜奶商品。有机奶制品是指以有机鲜奶为主要原料生产，符合有机食品技术规范要求，达到国家相应食品质量标准，并经具备国家 有机食品认证资质的认证机构独立认证的奶加工制品。

1 中国有机食品发展历程 9

1.1 探索阶段(1990-1994) 9

1.2 起步阶段(1995 - 2002年) 10

1.3 规范快速发展阶段(2003年至今) 10

| | |
|--------------------------|----|
| 2 中国有机食品认证 | 11 |
| 2.1 认证机构数量 | 11 |
| 2.2 认证规模 | 12 |
| 2.3 认证程序 | 13 |
| 2.4 与国际间的互认 | 14 |
| 3 中国有机食品产业发展的成绩及存在的问题 | 15 |
| 3.1 有机食品产业发展的成绩 | 15 |
| 3.2 存在的问题 | 16 |
| 4 中国有机奶市场发展 | 17 |
| 4.1 中国有机奶生产和开发处于起步阶段 | 17 |
| 4.2 有机奶产品认证 | 17 |
| 4.3 有机奶国家标准 | 18 |
| 4.3.1 有机奶源的建设 | 18 |
| 4.3.2 有机乳制品加工 | 19 |
| 4.3.3 有机乳制品的标识与销售 | 19 |
| 4.3.4 管理体系的建立 | 19 |
| 5 中国有机奶源的生产及预测 | 21 |
| 5.1 有机奶源的建设 | 21 |
| 5.1.1 建设成本 | 21 |
| 5.1.2 建设主体 | 21 |
| 5.1.3 建设的模式 | 21 |
| 5.1.4 建设规模 | 22 |
| 5.2 有机奶源的生产 | 22 |
| 5.2.1 中国奶类产量及奶源的分布 | 22 |
| 5.2.2 有机奶源产量 | 24 |
| 5.2.3 知名的有机奶源生产公司(基地) | 24 |
| 5.3 未来中国有机奶源的生产预测(2020年) | 26 |
| 5.3.1 建设主体及模式预测 | 26 |
| 5.3.2 产量预测 | 26 |
| 5.3.3 生产布局预测 | 27 |
| 6 中国有机奶的生产及预测 | 27 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 6.1 有机奶生产企业布局 | 27 |
| 6.2 有机液态奶的生产 | 28 |
| 6.2.1 有机液态奶企业布局 | 28 |
| 6.2.2 有机液态奶生产能力及产量 | 29 |
| 6.2.3 有机液态奶生产品种和包装 | 29 |
| 6.3 有机奶粉的生产 | 30 |
| 6.3.1 有机奶粉企业布局 | 30 |
| 6.3.2 有机奶粉生产能力及产量 | 30 |
| 6.3.3 有机奶粉生产品种和产品包装 | 32 |
| 6.4 销售区域及渠道 | 32 |
| 6.5 未来中国有机奶的生产预测(2020年) | 32 |
| 6.5.1 产量及分布预测 | 32 |
| 6.5.2 产品种类预测 | 33 |
| 6.5.3 销售区域及渠道预测 | 33 |
| 7 中国有机液态奶消费分析及预测 | 34 |
| 7.1 中国液态奶总消费量及市场总规模 | 34 |
| 7.1.1 液态奶市场总消费量 | 34 |
| 7.1.2 液态奶市场总规模 | 34 |
| 7.2 有机液态奶消费量及消费种类 | 34 |
| 7.3 有机液态奶主要消费区域 | 35 |
| 7.4 有机液态奶主要消费品牌 | 35 |
| 7.5 有机液态奶市场规模 | 36 |
| 7.6 国产、国外(进口) 有机液态奶主要品牌市场份额 | 37 |
| 7.7 国内外有机液态奶品牌竞争力比较 | 37 |
| 7.7.1 奶源及产品质量 | 37 |
| 7.7.2 销售渠道 | 37 |
| 7.7.3 消费者对产品价值的认知 | 38 |
| 7.7.4 市场销售价格 | 38 |
| 7.8 未来中国有机液态奶的消费预测(2020年) | 39 |
| 7.8.1 消费量及消费品种预测 | 39 |
| 7.8.2 消费区域预测 | 39 |

| | |
|--------------------------|----|
| 7.8.3 市场竞争格局预测 | 39 |
| 8 中国有机奶粉消费分析及预测 | 39 |
| 8.1 中国奶粉消费总量及市场总规模 | 39 |
| 8.1.1 中国奶粉消费总量 | 39 |
| 8.1.2 中国奶粉市场总规模 | 40 |
| 8.2 有机奶粉消费量及消费种类 | 40 |
| 8.2.1 有机奶粉消费量 | 40 |
| 8.2.2 主要消费种类 | 40 |
| 8.3 有机奶粉主要消费区域 | 41 |
| 8.4 有机奶粉主要消费品牌 | 41 |
| 8.5 有机奶粉市场规模 | 42 |
| 8.6 国产、国外(进口) 有机奶粉品牌市场份额 | 42 |
| 8.7 国内外有机奶粉品牌竞争力比较 | 43 |
| 8.7.1 奶源及产品质量 | 43 |
| 8.7.2 销售渠道 | 43 |
| 8.7.3 消费者对产品价值的认知 | 43 |
| 8.7.4 市场销售价格 | 43 |
| 8.8 未来中国有机奶粉的消费预测(2020年) | 44 |
| 8.8.1 消费量及消费品种预测 | 44 |
| 8.8.2 消费区域预测 | 44 |
| 8.8.3 市场竞争格局预测 | 45 |
| 9 知名有机奶企业和品牌 | 46 |
| 9.1 主要有机奶知名企业分布 | 46 |
| 9.2 主要知名企业集团所占市场份额 | 47 |
| 10 中国有机奶市场主要企业和品牌 | 48 |
| 10.1 中国蒙牛乳业有限公司——特仑苏 | 48 |
| (1) 公司简介 | 48 |
| (2) “特仑苏”有机奶 | 49 |
| (3) 有机奶源来源 | 50 |
| (4) 产品销售区域 | 50 |
| (5) 产品价格 | 51 |

(6) 市场份额 51

10.2 内蒙古伊利乳业集团股份有限公司——金典 51

(1) 公司简介 51

(2) “金典”有机奶 52

(3) 有机奶源来源 53

(4) 产品销售区域 53

(5) 产品价格 54

(6) 市场份额 54

10.3 河北福成五丰食品股份有限公司——福成、白色黄金 54

(1) 公司简介 54

(2) “福成”、“白色黄金”有机奶 55

(3) 有机奶源来源 55

(4) 产品销售区域 56

(5) 产品价格 56

(6) 市场份额 56

10.4 内蒙古圣牧高科奶业有限公司——圣牧全程有机奶 56

(1) 公司简介 56

(2) 圣牧全程有机奶 56

(3) 有机奶源来源 57

(4) 产品销售区域 57

(5) 产品价格 57

(6) 市场份额 57

10.5 山东银香大地乳业股份有限公司——归一 58

(1) 公司简介 58

(2) “古道”和“归一”有机奶 58

(3) 有机奶源来源 58

(4) 产品销售区域 58

(5) 产品价格 58

(6) 市场份额 59

10.6 北京归原生态农业发展有限公司——归原 59

(1) 公司简介 59

(2) 归原有机奶 59

(3) 有机奶源来源 59

(4) 产品销售区域 60

(5) 产品价格 60

(6) 市场份额 60

10.7 北京三元食品股份有限公司——三元极致 60

(1) 公司简介 60

(2) 三元极致”有机奶 61

(3) 有机奶源来源 61

(4) 产品销售区域 62

(5) 产品价格 62

(6) 市场份额 62

10.8 雅培(广州) 营养品有限公司——菁智 62

(1) 公司简介 62

(2) 雅培菁智”有机婴幼儿奶粉 62

(3) 有机奶源来源 63

(4) 产品销售区域 64

(5) 产品价格 64

(6) 市场份额 64

10.9 澳优乳业(中国) 有限公司——能力多有机奶粉 64

(1) 公司简介 64

(2) “能力多有机” 有机婴幼儿奶粉 65

(3) 有机奶源来源 65

(4) 产品销售区域 66

(5) 产品价格 66

(6) 市场份额 66

10.10 德国特福芬公司——特福芬 66

(1) 公司简介 66

(2) 特福芬有机奶粉 66

(3) 有机奶源来源 67

(4) 产品销售区域 67

(5) 产品价格 67

(6) 市场份额 67

11 中国知名有机奶品牌特点分析 67

11.1 市场集中度分析 67

11.2 有机奶源来源比较分析 68

11.3 销售区域比较分析 68

11.4 产品价格比较分析 69

【图表目录】

……

图目录

……

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/yinliao1307/D571988372.html>