

2014-2018年中国花生牛奶 市场竞争力分析及投资前景研究报告

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

《2014-2018年中国花生牛奶市场竞争力分析及投资前景研究报告》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/yinliao1312/D571988R22.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】2013-12-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2014-2018年中国花生牛奶市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国花生牛奶行业市场发展环境、中国花生牛奶整体运行态势等，接着分析了中国花生牛奶行业市场运行的现状，然后介绍了中国花生牛奶市场竞争格局。随后，报告对中国花生牛奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国花生牛奶行业发展趋势与投资预测。您若想对花生牛奶产业有个系统的了解或者想投资花生牛奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

花生牛奶，由花生、奶分、水、糖制作而成。从近几年整个饮料行业的发展趋势看，在复合植物蛋白饮料里，花生牛奶无疑是排得上榜的一个品类，前景很乐观。第一，与纯牛奶相比，液态奶的品牌分布已经基本成定局，整个格局很难再有新的变化，进入机会难；第二，与单一的植物蛋白饮料如杏仁露、核桃露相比，花生牛奶的零售价较低，终端利润高。且由于植物蛋白饮料天生具备的“天然、绿色、营养、健康”的品类特征，符合饮料市场发展和消费者需求的潮流和趋势，植物蛋白饮料俨然已成为新一轮饮料消费热点，成为饮料市场主流产品而爆发增长，植物蛋白饮料市场存在巨大发展空间和良好的发展前景，而且几个主要的植物蛋白饮料品牌近年也都有不同幅度的增长。更为重要的是，与功能饮料、碳酸饮料等强势品类市场不同，现有植物蛋白饮料市场竞争相对平缓，竞争水平较低。

由于原奶产量供给有限，不能同时满足城镇、农村居民的需求，因此各类配置型乳饮料迅速发展起来；从数据上我们可以看到，花生牛奶消费主战场都是农村人均鲜奶购买量低的省份，因此我们认为在农村市场花生牛奶确实是对牛奶的一种替代。

阻碍牛奶深入渗透到农村市场的原因除了其供给瓶颈外，还有其低毛利率下的高物流成本：奶源集中于北方，乳制品的市场却是全国化的，液体奶的运输费用占比非常高，对于低毛利率低净利率的液体奶来说深耕到农村市场会显著增加运输成本，影响到企业的盈利水平，因此我们看到在农村市场牛奶的渗透率较低，这给花生牛奶在农村留下了大量空白市场，花生牛奶可以借助其优良的口感及营养的概念，背靠高毛利率高净利率的产品属性在农村市场打开一片天地。

那么未来5年甚至10年花生牛奶能否保持其快速发展的态势？由于运输成本高企我们并不认为短期内牛奶能够迅速提升其在交通条件落后的农村市场的渗透率，因此花生牛奶生存空间依然很大。我们保守预测，花生牛奶市场容量有200亿，对应人均消费量2.64千克。行业未来5年整体增速依然能保持在25%左右。

综上所述，我们看好花生牛奶中长期的成长空间：

由于受限于中期牛奶的供给，花生牛奶的市场空间巨大，保守预计花生牛奶有200亿空间，未来5年能保持25%左右的增速；

低收入人群的人均收入增速快于高收入人群且其人均食品饮料支出增速更高，未来含乳&植物蛋白饮料的增量更多来自低收入人群的贡献，因此我们更看好花生奶牛奶在农村市场的发展。

第一章 2013年中国乳制品业整体运行态势分析

第一节 现阶段我国乳制品行业运行总况

- 一、中国奶业发展的四个阶段
- 二、中国奶业发展取得较大成就
- 三、中国奶业的科技发展
- 四、中国奶业的国际合作与交流
- 五、中国奶业产业集群分析
- 六、2013年中国乳品业运行形势分析

第二节 中国乳与乳制品安全问题的探讨

- 一、中国乳制品安全热点事件点评
 - 1、“乳制品安全新标准”面临质疑
 - 2、“皮革奶”对乳制品的影响
 - 3、三聚氰氨事件对中国乳制品的影响

二、焦点:关注全国乳制品安全问题

第三节 2008-2013年中国乳制品制造行业数据监测分析

第四节 2008-2013年中国乳制品产量统计分析

- 一、2008-2012年全国乳制品产量分析
- 二、2013年全国及主要省份乳制品产量分析
- 三、2013年乳制品产量集中度分析

第五节 2013年中国乳制品市场运行现状

- 一、我国乳业市场结构分析
- 二、我国乳制品市场新品纷呈
- 三、中国乳制品各级市场分析
- 四、高端奶成乳品企业利润新增长点

第六节 2013年中国乳制品消费分析

- 一、乳制品消费者构成及其营养需求
- 二、乳品消费结构分析

- 三、乳品业消费者行为与心理探究
- 四、中国各省市城镇居民人均乳品消费变化
- 五、乳业供需总量及结构分析

第二章 2013年中国花生牛奶行业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、中国汇率调整（人民币升值）
- 九、存贷款基准利率调整情况
- 十、存款准备金率调整情况
- 十一、社会消费品零售总额
- 十二、对外贸易&进出口

第二节 2013年中国花生牛奶市场政策环境分析

一、乳制品政策分析及解读

- 1、我国乳业监管体系日渐完善
- 2、我国启动乳品企业HACCP体系认证
- 3、国家对乳企的财政支持
- 4、解读《乳制品工业产业政策（2009年修订）》
- 5、最新《乳品安全标准》解读
- 6、《乳品安全标准》四大热点分析

二、乳制品行业政策法规介绍

- 1、中华人民共和国食品安全法
- 2、乳制品工业产业政策（2009年修订）
- 3、《乳品质量安全监督管理条例》
- 4、《生鲜乳生产收购管理办法》
- 5、《奶业整顿和振兴规划纲要》

第三节 2013年中国花生牛奶市场社会环境分析

- 一、居民的各种消费观念和习惯
- 二、人们生活品质提高
- 三、“肉+蛋+奶”成人们现阶段饮食黄金搭档
- 四、人口环境分析
- 五、文化环境分析

第三章 2013年中国花生牛奶行业市场运行态势剖析

第一节 2013年中国花生牛奶产业动态分析

第二节 2013年中国花生牛奶市场现状综述

- 一、饮料市场新的切入点——花生牛奶
- 二、银鹭花生牛奶“瓶盖门”后又陷“质量门”
- 三、花生牛奶包装

第三节 2013年中国花生牛奶投资拟在建项目分析

第四节 2013年中国花生牛奶热点问题探讨

第四章 2008-2013年中国花生牛奶制造行业数据监测分析

第一节 2008-2013年中国植物蛋白饮料制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2013年中国植物蛋白饮料制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

第三节 2008-2013年中国植物蛋白饮料制造行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出口交货值分析

第四节 2008-2013年中国植物蛋白饮料制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2008-2013年中国植物蛋白饮料制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第五章 2008-2013年中国花生牛奶相关产量统计分析

第一节 2008-2012年全国液体乳产量分析

第二节 2013年全国及主要省份液体乳产量分析

第三节 2013年液体乳产量集中度分析

第六章 2013年中国花生牛奶市场深度剖析

第一节 2013年中国品牌花生牛奶市场分析

一、银鹭

二、太子奶

三、今贝

第二节 2013年中国花生牛奶价格分析

一、2013年中国品牌花生牛奶价格走势

二、2013年中国花生牛奶与其它纯奶、果奶、酸奶价格同比

三、影响价格因素分析

第七章 2013年中国花生牛奶市场消费调研

第一节 受访者基本情况

一、受访者年龄

二、受访者性别

三、受访者家族收入情况

四、饮用奶制品的习惯及购买频率

第二节 消费者花生牛奶市场

一、消费者对花生牛奶认知（营养价值）

二、消费者对花生牛奶口感评价/喜好

三、消费者购买花生牛奶频率

四、消费者对花生牛奶包装评价/喜好

五、消费者对花生牛奶品牌忠诚度

六、消费者对花生牛奶质量满意及关注度

第三节 影响消费者购买花生牛奶三大首要因素分析

第八章 2013年中国花生牛奶行业市场销售渠道运行态势分析

第一节 2013年中国乳品营销概况

一、乳制品行业迈入价值营销时代

二、我国乳企实现跨界营销

三、我国乳制品领域首次掀起会员营销

四、乳制品营销存在的问题及突围

第二节 2013年中国花生牛奶市场营销现状

一、花生牛奶营销优势

二、花生牛奶饮料打开市场销路

三、花生牛奶促销竞争策略分析

第三节 中小型乳制品企业渠道及终端营销对策

一、选择适合自己的经销商

二、渠道选择

三、推广途径

第四节 银鹭花生牛奶爱唱才会赢品牌营销观察

第九章 2013年中国花生牛奶市场竞争格局分析

第一节 2013年中国花生牛奶行业竞争现状

一、品牌竞争分析

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第二节 2013年中国花生牛奶行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2013年中国花生牛奶与可替代产品竞争分析

一、纯奶/鲜奶

二、酸奶

三、果奶

第四节 2014-2018年中国花生牛奶行业竞争趋势分析

第十章 2013年中国花生牛奶重点生产企业分析

第一节 厦门银鹭食品有限公司（银鹭花生牛奶）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 湖北今贝生物科技有限公司（今贝花生牛奶）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 株洲太子奶生物科技发展有限公司（太子牌花生牛奶）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 东君乳业(禹城)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 重庆宁兰食品有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 重庆市重友食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 重庆市清心饮品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 忠县源源龙脉食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2013年中国花生牛奶主要原料市场监测——花生

第一节 中国花生种植概况

一、中国花生种植规模及产区分布

二、中国花生亩产情况

第二节 近几年中国花生市场走势分析

一、近几年中国花生产量分析

二、近几年中国花生市场收购及价格体质

第三节 2010-2013年中国花生进出口贸易数据分析

一、其他未去壳花生

二、去壳花生

第四节 2014-2018年中国花生原料供应市场前景预测

第十二章 2014-2018年中国花生牛奶行业发展趋势与前景展望

第一节 2014-2018年中国花生牛奶行业发展前景预测分析

一、中国乳制品业前景预测

二、中国花生牛奶加工前景预测

第二节 2014-2018年中国花生牛奶行业发展趋势分析

一、花生牛奶加工工艺新趋势

二、花生牛奶包装趋势分析

三、花生牛奶营销趋势分析

第三节 2014-2018年中国花生牛奶行业市场预测分析

一、2014-2018年中国乳制品产量预测分析

二、2014-2018年中国液态奶产量预测分析

三、2014-2018年中国花生牛奶市场规模预测分析

四、2014-2018年中国花生牛奶市场需求与消费预测分析

第四节 2014-2018年中国花生牛奶市场盈利预测分析

第十三章 2014-2018年中国花生牛奶行业投资前景预测

第一节 2013年中国花生牛奶市场投资环境分析

第二节 2014-2018年中国花生牛奶行业投资机会分析

一、乳制品问题频出，为花生牛奶提供发展机会

二、花生牛奶投资潜力分析

第三节 2014-2018年中国花生牛奶行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、其他风险

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/yinliao1312/D571988R22.html>