

2012-2016年中国羊奶行业 市场分析与行业调查报告

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

《2012-2016年中国羊奶行业市场分析与行业调查报告》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/xumuye1202/I991651IXA.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-01-13

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明: 博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国羊奶行业市场分析与行业调查报告》系统全面的调查了羊奶产品国内外宏观经济运行环境、行业发展状况、市场供需结构、企业竞争力指标、产品品牌价值等方面内容, 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, 进出口数据主要来自海关及商务部, 价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

通过《2012-2016年中国羊奶行业市场分析与行业调查报告》, 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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

羊奶在国际营养学界被称为“奶中之王”, 羊奶的脂肪颗粒体积为牛奶的三分之一, 更利于人体吸收, 并且长期饮用羊奶不会引起发胖。羊奶中的维生素及微量元素明显高于牛奶, 美国、欧洲的部分国家均把羊奶视为营养佳品, 欧洲鲜羊奶的售价是牛奶的7倍。专家建议患有过敏症、胃肠疾病、支气管炎或身体虚弱的人群以及婴儿更适宜饮用。

随着高科技应用于生物制药、食品加工, 脱膻技术的应用给羊奶界带来腾飞发展的可能。羊奶粉成功实现了脱膻, 保全羊奶营养价值的同时去除了很多人难以接受的膻味, 使得羊奶粉能以贵族奶粉送健康的崭新姿态进入市场, 走进百姓家, 成为诸多可爱宝宝的最佳辅食--母乳替代品首选。像美可高特、御宝、关山、美羚羊奶粉、蓓安羊奶粉甚至开始走出国门出口欧盟。

现代营养学研究发现, 羊奶中的蛋白质、矿物质, 尤其是钙、磷的含量都比牛奶略高; 维生素A、B含量也高于牛奶, 对保护视力、恢复体能有好处。和牛奶相比, 羊奶更容易消化, 婴儿对羊奶的消化率可达89%以上。对于妇女来说, 羊奶中维生素E含量较高, 可以阻止体内细胞中不饱和脂肪酸氧化、分解, 延缓皮肤衰老, 增加皮肤弹性和光泽。而且, 羊奶中的上皮细胞生长因子对皮肤细胞有修复作用。对于老年人来说, 羊奶性温, 具有较好的滋补作用。上皮细胞生长因子也可帮助呼吸道和消化道的上皮黏膜细胞修复, 提高人体对感染性疾病的抵抗力。对于脑力劳动者来说, 睡前半小时饮用一杯羊奶, 具有一定的镇静安神作用。由于羊奶极易消化, 晚间饮用不会成为消化系统的负担, 也不会造成脂肪堆积。

第一章 国内羊奶行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

1、产品/行业定义

1、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、羊奶行业相关政策分析

第四节 羊奶行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 羊奶行业技术环境特征

第二章 国内羊奶行业品牌产品市场规模分析

第一节 2009-2011年羊奶市场规模分析

第二节 2011年我国羊奶区域结构分析

第三节 羊奶区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2011—2016年羊奶市场规模预测

第三章 国内羊奶行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 2009-2011年羊奶产量统计分析

第二节2009-2011年羊奶历年消费量统计分析

第二节2009-2011年国内羊奶行业品牌产品平均价格走势分析

第三节羊奶产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第四节羊奶产品的品牌市场调查

一、消费者对羊奶品牌认知度宏观调查

二、消费者对羊奶产品的品牌偏好调查

三、消费者对羊奶品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、羊奶品牌忠诚度调查

六、羊奶品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内羊奶行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对羊奶行业品牌发展的重要性

第三节羊奶行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节2009-2011年中国羊奶行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

- 一、华东
- 二、中南
- 三、华北
- 四、西部

第五节销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍
- 二、财务评估法介绍
- 三、交易成本评估法介绍
- 四、经验评估法介绍

第八节2011年国内羊奶行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第五章 国内羊奶行业进出口市场情况分析

第一节2009-2011年国内羊奶行业进出口量分析

- 一、2009-2011年国内羊奶行业进口分析
- 二、2009-2011年国内羊奶行业出口分析

第二节2011-2016年国内羊奶行业进出口市场预测分析

- 一、2011-2016年国内羊奶行业进口预测

二、2011-2016年国内羊奶行业出口预测

第六章 国内羊奶行业优势品牌企业分析

第一节 品牌一

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节 品牌二

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节 品牌三

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节 品牌四

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第五节品牌五

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、近三年企业销售收入分析
- 四、近三年企业盈利能力分析
- 五、近三年公司产品变化
- 六、近三年品牌市场份额变化
- 七、公司品牌竞争策略

第七章 国内羊奶行业品牌竞争格局分析

第一节羊奶行业历史竞争格局概况

- 一、羊奶行业集中度分析
- 二、羊奶行业竞争程度分析

第二节羊奶行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节2011-2016年国内羊奶行业品牌竞争格局展望

第八章 2011-2016年国内羊奶行业品牌发展预测

第一节2011-2016年羊奶行业品牌市场财务数据预测

- 一、2011-2016年羊奶行业品牌市场规模预测
- 二、2011-2016年羊奶行业总产值预测
- 三、2011-2016年羊奶行业利润总额预测
- 四、2011-2016年羊奶行业总资产预测

第二节2011-2016年羊奶行业供需预测

- 一、2011-2016年羊奶产量预测
- 二、2011-2016年羊奶需求预测
- 三、2011-2016年羊奶供需平衡预测
- 五、2011-2016年主要羊奶产品进出口预测

第三节2011-2016年羊奶行业投资机会

- 一、2011-2016年羊奶行业主要领域投资机会
- 二、2011-2016年羊奶行业出口市场投资机会
- 三、2011-2016年羊奶行业企业的多元化投资机会

第四节影响羊奶行业发展的主要因素

- 一、2011-2016年影响羊奶行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2016年影响羊奶行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2016年影响羊奶行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2016年我国羊奶行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2016年我国羊奶行业发展面临的机遇分析

第五节羊奶行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2016年羊奶行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2016年羊奶行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2016年羊奶行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2016年羊奶行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2016年羊奶行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2016年羊奶行业其他风险及控制策略

第九章 2011-2016年国内羊奶行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节羊奶行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析
- 四、技术发展环境分析

第三节羊奶行业投资价值分析

- 一、2011-2016年羊奶市场趋势总结
- 二、2011-2016年羊奶发展趋势分析

三、2011-2016年羊奶市场发展空间

四、2011-2016年羊奶产业政策趋向

五、2011-2016年羊奶技术革新趋势

六、2011-2016年羊奶价格走势分析

第四节羊奶行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节羊奶行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

第十章 业内专家对国内羊奶行业总结及企业经营战略建议

第一节羊奶行业问题总结

第二节2011-2016年羊奶行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2011-2016年羊奶行业企业的资本运作模式

一、羊奶行业企业国内资本市场的运作建议

1、羊奶行业企业的兼并及收购建议

2、羊奶行业企业的融资方式选择建议

二、羊奶行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2011-2016年羊奶行业企业营销模式建议

一、羊奶行业企业的国内营销模式建议

1、羊奶行业企业的渠道建设

- 2、羊奶行业企业的品牌建设
- 二、羊奶行业企业海外营销模式建议
- 1、羊奶行业企业的海外细分市场选择
- 2、羊奶行业企业的海外经销商选择
- 第五节羊奶市场的重点客户战略实施
- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

部分图表目录

- 图表2009-2011年羊奶市场规模变化
- 图表2009-2011年羊奶市场规模变化图
- 图表2011年羊奶市场产量区域分布图
- 图表2011年羊奶市场产量区域分布图
- 图表2009—2011年东北地区羊奶销售收入变化
- 图表2009—2011年东北地区羊奶销售收入变化图
- 图表2009—2011年华北地区羊奶销售收入变化
- 图表2009—2011年华北地区羊奶销售收入变化图
- 图表2009—2011年华东地区羊奶销售收入变化
- 图表2009—2011年华东地区羊奶销售收入变化图
- 图表2009—2011年华中地区羊奶销售收入变化
- 图表2009—2011年华中地区羊奶销售收入变化图
- 图表2009—2011年华南地区羊奶销售收入变化
- 图表2009—2011年华南地区羊奶销售收入变化图
- 图表2009—2011年西部地区羊奶销售收入变化
- 图表2009—2011年西部地区羊奶销售收入变化图
- 图表2011—2016年羊奶市场规模预测图
- 图表2009-2011年羊奶产量变化 -
- 图表2009-2011年羊奶产量变化图
- 图表2009-2011年羊奶消费量变化

图表2009-2011年羊奶消费量变化图

图表调研样本说明

图表羊奶产品采购人员年龄调查

图表2011年不同地区客户消费特征调查

图表2011年消费者对羊奶品牌认知度调查

图表2011年消费者对羊奶的品牌偏好调查

图表2011年消费者对羊奶的品牌偏好调查

图表2011年消费者对羊奶品牌的首要认知渠道调查

图表2011年份消费者经常买的羊奶品牌调查

图表2011年份消费者经常买的品牌调查

图表2011年消费者品牌忠诚度调查

图表2011年消费者品牌忠诚度调查 -

图表2011年羊奶牌市场占有率

图表2011年羊奶消费者性别比例调查分析

图表消费者升级羊奶的频率分析

图表羊奶消费者产品价格认同情况调查分析

图表羊奶产品包装影响程度分析

图表羊奶产品品牌的影响程度分析

图表羊奶产品购买场所分布图

图表羊奶产品广告影响程度分析

图表羊奶产品包装影响程度分析

图表羊奶行业成本构成

图表2009-2011年羊奶进口统计表

图表2009-2011年羊奶进口分析

图表2009-2011年羊奶出口统计表

图表2009-2011年羊奶出口分析

图表2011-2016年羊奶进口预测图

图表2011-2016年羊奶出口预测图

图表2009-2011年公司一效益指标分

图表2009-2011年公司一在羊奶的市场占有率分析

图表2011年我国羊奶市场集中度分析

图表2011—2016年羊奶产量预测图-

图表2011-2016年我国羊奶行业总资产预测图

图表2011-2016年我国羊奶产值预测图

图表2011-2016年我国羊奶行业销售收入预测图

图表2011年我国羊奶行业盈利能力情况

图表2011年我国羊奶行业偿债能力情况

图表2011年我国羊奶行业发展能力情况

为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为咨询者提供了系统完整的参考信息。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/xumuye1202/1991651IXA.html>