

2015-2022年中国植物性鲜 奶油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

《2015-2022年中国植物性鲜奶油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/qitashipin1507/N51984KIGL.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】2015-07-27

【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年中国植物性鲜奶油市场分析与投资前景研究报告》共二十三章。报告介绍了植物性鲜奶油行业相关概述、中国植物性鲜奶油产业运行环境、分析了中国植物性鲜奶油行业的现状、中国植物性鲜奶油行业竞争格局、对中国植物性鲜奶油行业做了重点企业经营状况分析及中国植物性鲜奶油产业发展前景与投资预测。您若想对植物性鲜奶油产业有个系统的了解或者想投资植物性鲜奶油行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

植物性奶油的主要成分是植物脂肪（约20%）和营养价值较高的动物或植物蛋白，而动物鲜奶油（天然奶油）是由鲜奶中提取出来的乳脂肪经浓缩而成的，主要成分是动物脂肪（占80%以上）。动物鲜奶油中含有较高的胆固醇，发热量高，长期食用易得动脉硬化、心脏病、冠心病、肥胖症等疾病，故食用动物鲜奶油较多的欧美国家心脏病、动脉硬化等发病率较高。而植脂鲜奶油不含胆固醇，发热量低，营养、保健功能很高，因此美国一问世，就很快风靡市场，受到广大顾客的喜爱。因此，植脂鲜奶油符合时代发展和人类进步的潮流，是社会发展和人类追求低脂肪、低热量、防止肥胖病、富贵病的必然趋势。

报告目录：

第一章 植物性鲜奶油行业特征分析 10

第一节 产品概述 10

第二节 产品特点 10

第三节 植物性鲜奶油行业生命周期分析 11

第二章 植物性鲜奶油行业发展环境分析 13

第一节 宏观经济环境分析 13

一、中国GDP增长情况分析 13

二、工业经济发展形势分析 14

三、社会固定资产投资分析 15

四、全社会消费品零售总额 16

五、城乡居民收入增长分析 17

六、居民消费价格变化分析 18

七、对外贸易发展形势分析 19

第二节 中国植物性鲜奶油行业政策环境 19

一、《中华人民共和国食品安全法实施条例》 19

二、国家奶油标准分析 34

第三章 植物性鲜奶油行业市场分析 38

第一节 外资垄断市场，本土企业逐渐崛起 38

第二节 2010-2015年中国植物性鲜奶油市场规模分析 38

第三节 2015-2022年中国植物性鲜奶油市场规模预测 39

第四章 植物性鲜奶油区域市场规模分析 40

第一节 重点省市市场分析 40

第二节 重点省市进口分析 40

第五章 植物性鲜奶油行业生产分析 42

第一节 植物性鲜奶企业生产情况 42

第二节 2010-2015年植物性鲜奶油行业产量分析 42

第三节 2015-2022年植物性鲜奶油行业产量变化趋势 43

第六章 植物性鲜奶油行业区域产量分析 44

第一节 区域布局情况 44

第二节 重点省市生产分析 44

第三节 重点省市出口分析 45

第七章 人造奶油市场的现状及趋势 46

第一节 人造奶油的定义 46

第二节 人造奶油的起源和产业链 47

第三节 人造奶油的分类和特性 48

第四节 人造奶油技术的发展 52

第五节 人造奶油的发展现状 55

第六节 人造奶油的发展趋势 56

第八章 植物性鲜奶油行业竞争分析 58

第一节 现有竞争者分析 58

第二节 潜在进入者分析 58

第三节 供应商的讨价还价能力分析 58

第四节 买方的讨价还价能力分析 59

第五节 替代品的威胁 59

第九章 植物性鲜奶油产品价格分析 60

第一节 2011-2015年植物性鲜奶油价格走势 60

第二节 影响植物性鲜奶油产品价格的关键因素分析 60

一、成本 60

二、供需情况 60

三、关联产品 60

四、其他 60

第三节 2015-2022年植物性鲜奶油产品价格变化趋势 61

第四节 主要植物性鲜奶油企业价位及价格策略 61

第十章 植物性鲜奶油行业商业模式构建 63

第一节 植物性鲜奶油行业商业模式构建分析 63

一、商业定位分析 63

二、客户价值挖掘 64

三、业务系统建立 64

四、盈利模式设计 65

五、资源能力整合 66

六、财务结构设计 67

七、商业价值实现 67

第二节 植物性鲜奶油行业商业模式成功要素分析 68

一、产品质量控制 68

二、差异化的管理 68

三、技术创新分析 68

四、品牌发展战略 68

第十一章 植物性鲜奶油行业进出口分析 70

第一节 2010-2015年中国植物性鲜奶油进口分析 70

一、植物性鲜奶油进口重量情况 70

二、植物性鲜奶油进口金额情况 70

三、植物性鲜奶油进口来源分析 71

四、植物性鲜奶油进口均价分析 72

第二节 2010-2015年植物性鲜奶油出口分析 72

一、植物性鲜奶油出口重量情况 72

二、植物性鲜奶油出口金额情况 72

三、植物性鲜奶油出口流向分析 73

四、植物性鲜奶油出口均价分析 74

第十二章 植物性鲜奶油上游行业分析 75

第一节 上游行业发展现状 75

第二节 上游行业价格走势 76

第三节 上游行业发展趋势 77

第十三章 植物性鲜奶油下游行业分析 79

第一节 中国烘焙食品行业发展分析 79

一、中国烘焙食品零售量分析 79

二、中国烘焙食品零售额分析 79

第二节 中国面包行业发展分析 80

一、中国面包零售量分析 80

二、中国面包零售额分析 80

三、中国饼干行业发展分析 81

（一）中国饼干零售量分析 81

（二）中国饼干零售额分析 81

四、中国洋快餐行业发展分析 82

（一）肯德基门店数量 82

（二）必胜客门店数量 82

（三）麦当劳门店数量 83

第十四章 替代品分析 85

第一节 动物奶油发展情况 85

第二节 动物奶油与植物奶油的区别 85

第十五章 互补品分析 88

第一节 互补品发展现状 88

第二节 互补品发展趋势 89

第十六章 植物性鲜奶油行业工艺技术发展分析 91

第一节 生产工艺分析 91

第二节 工艺配方分析 91

第十七章 植物性鲜奶油企业产品定位及开发策略 93

第一节 产品策略的主要特征 93

一、产品策略系统性 93

二、产品策略前瞻性 93

三、产品策略基础性 93

四、产品策略灵活性 93

五、产品策略主观性 94

第二节 产品策略制定影响因素分析 94

一、市场竞争状况 94

二、消费者的需求 95

三、企业综合实力 95

第十八章 重点植物性鲜奶油企业分析 97

第一节 光明乳业股份有限公司 97

一、企业发展基本情况 97

二、企业主要产品分析 97

三、企业经营状况分析 98

四、企业销售网络布局 99

五、企业竞争优势分析 100

六、企业发展战略分析 100

第二节 维益食品有限公司 101

一、企业发展基本情况	101
二、企业主要产品分析	102
三、企业经营状况分析	102
四、企业销售网络布局	103
五、企业发展战略分析	103
第三节 上海海融食品工业有限公司	104
一、企业发展基本情况	104
二、企业主要产品分析	104
三、企业经营状况分析	105
四、企业销售网络布局	106
五、企业发展战略分析	107
第四节 青岛雀巢有限公司	108
一、企业发展基本情况	108
二、企业主要产品分析	109
三、企业经营状况分析	109
四、企业销售网络布局	109
第五节 盐城顶益食品有限公司	109
一、企业发展基本情况	109
二、企业主要产品分析	110
三、企业经营状况分析	110
四、企业销售网络布局	111
五、企业发展战略分析	111
第六节 广东立高食品有限公司	111
一、企业发展基本情况	111
二、企业主要产品分析	112
三、企业经营状况分析	113
四、企业销售网络布局	113
五、企业发展战略分析	115
第七节 广州市至润油脂食品工业有限公司	115
一、企业发展基本情况	115
二、企业主要产品分析	116
三、企业经营状况分析	117

四、企业销售网络布局 118

五、企业发展战略分析 118

第八节 山东西贝旺食品有限公司 118

一、企业发展基本情况 118

二、企业主要产品分析 119

三、企业经营状况分析 120

四、企业发展战略分析 120

第九节 临沂大博金食品有限公司 120

一、企业发展基本情况 120

二、企业主要产品分析 121

三、企业经营状况分析 121

四、企业销售网络布局 122

五、企业发展战略分析 122

第十节 天津南侨油脂有限公司 122

一、企业发展基本情况 122

二、企业主要产品分析 123

三、企业经营状况分析 123

四、企业销售网络布局 123

五、企业发展战略分析 123

第十九章 植物性鲜奶油行业进入壁垒及机会分析 124

第一节 行业进入壁垒分析 124

第二节 行业进入机会分析 124

第二十章 植物性鲜奶油行业投资风险分析 126

第一节 产业政策变动 126

第二节 市场竞争风险 126

第三节 原料价格变动 126

第四节 产品质量安全 126

第二十一章 博思数据关于植物性鲜奶油行业市场前景与预测分析 128

第一节 植物性鲜奶油行业盈利水平分析 128

第二节 植物性鲜奶油行业投资机会分析 128

第三节 植物性鲜奶油行业总体机会评价 128

第二十二章 提高中国植脂奶油行业核心竞争力对策分析 130

第一节 中国植物性鲜奶油行业的核心竞争力所在 130

第二节 如何提升植物性鲜奶油行业整体的竞争力 131

一、扩大生产规模/总成本领先战略 131

二、研发创新 131

三、改善管理 132

四、目标集聚战略 133

五、进入新业务领域的战略 134

第二十三章 植物性鲜奶油企业投资战略与客户策略分析 135

第一节 植物性鲜奶油企业发展战略规划背景意义 135

一、企业转型升级的需要 135

二、企业强做大做的需要 135

三、企业可持续发展需要 135

第二节 植物性鲜奶油企业战略规划制定依据 135

一、国家产业政策 136

二、行业发展规律 136

三、企业资源与能力 136

四、可预期的战略定位 136

第三节 植物性鲜奶油企业重点客户战略实施 137

一、实施重点客户战略的必要性 137

二、企业重点客户的鉴别与确定 139

三、企业重点客户的开发与培育 140

四、企业重点客户市场营销策略 144

图表目录：

图表 1 植物性鲜奶油行业生命周期各阶段特点 11

图表 2 2011-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 14

图表 3 2013-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 14

图表 4 2015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 15

图表 5 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 16

图表 6 2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 17

图表 7 2011-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 18

图表 8 2011-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 18

图表 9 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 19

图表 10 奶油感官特性 36

图表 11 净含量负偏差 36

图表 12 水分、脂肪和酸度指标 36

图表 13 2010-2015年中国植物性鲜奶油市场规模情况 38

图表 14 2015-2022年中国植物性鲜奶油市场规模预测趋势图 39

图表 15 2015年中国重点省市植物性鲜奶油市场规模情况 40

图表 16 2015年中国重点省市低脂固态乳及奶油进口情况统计 41

图表 17 2010-2015年中国植物性鲜奶油产量情况统计 42

图表 18 2015-2022年中国植物性鲜奶油产量预测趋势图 43

图表 19 2015年中国重点省市植物性鲜奶油产量情况统计 45

图表 20 2015年中国重点省市低脂固态乳及奶油出口情况统计 45

图表 21 人造奶油产业链示意图 48

图表 22 2010-2015年中国人造奶油产量情况统计 56

图表 23 商业模式业务系统构建---处理好相关利益者 65

图表 24 商业模式构建--企业的盈利模式的设计 66

图表 25 2010-2015年中国低脂固状乳及奶油进口数量统计 70

图表 26 2010-2015年中国低脂固状乳及奶油进口金额统计 70

图表 27 2015年中国低脂固状乳及奶油进口来源地情况 71

图表 28 2015年中国低脂固状乳及奶油进口来源地结构分布图 71

图表 29 2010-2015年中国低脂固状乳及奶油进口均价情况 72

图表 30 2010-2015年中国低脂固状乳及奶油出口数量统计 72

图表 31 2010-2015年中国低脂固状乳及奶油出口金额统计 73

图表 32 2015年中国低脂固状乳及奶油出口流向地情况 73

图表 33 2015年中国低脂固状乳及奶油出口流向地结构分布图 74

图表 34 2010-2015年中国低脂固状乳及奶油出口均价情况 74

图表 35 2011-2015年中国精制食用植物油产量情况统计 75

图表 36 2010-2015年中国成品糖产量情况统计 76

图表 37 2014-2015年中国植物油收盘价走势图 77

图表 38 2010-2015年CSI中国食糖现货价格指数走势 77

图表 39 2010-2015年中国烘焙食品零售量统计 79

图表 40 2010-2015年中国烘焙食品零售额统计 79

图表 41 2010-2015年中国面包零售量统计 80

图表 42 2010-2015年中国面包零售额统计 80

图表 43 2010-2015年中国饼干零售量统计 81

图表 44 2010-2015年中国饼干零售额统计 81

图表 45 2015年肯德基全球营业网点分布情况表 82

图表 46 2015年肯德基全球营业网点分布情况图 82

图表 47 2015年必胜客全球营业网点分布情况表 83

图表 48 2015年必胜客全球营业网点分布情况图 83

图表 49 2015年麦当劳营业网点分类情况表 84

图表 50 2015年麦当劳营业网点分布情况表 84

图表 51 植物性鲜奶油生产工艺流程示意图 91

图表 52 植物性鲜奶油工艺配方情况 92

图表 53 光明乳业股份有限公司植物黄油产品示意图 98

图表 54 2015年光明乳业股份有限公司分产品情况表 98

图表 55 2015年光明乳业股份有限公司业务结构情况 99

图表 56 2011-2015年光明乳业股份有限公司收入及利润统计 99

图表 57 2015年光明乳业股份有限公司分地区情况表 99

图表 58 维益食品（苏州）有限公司基本情况 101

图表 59 维益烘焙产品（天津）有限公司基本情况 102

图表 60 2014-2015年维益食品（苏州）有限公司收入及利润情况 102

图表 61 2014-2015年维益食品（苏州）有限公司盈利能力指标 103

图表 62 2015年维益烘焙产品（天津）有限公司盈利能力指标 103

图表 63 上海海融食品工业有限公司基本情况 104

图表 64 上海海融食品工业有限公司植物奶油产品情况 105

图表 65 上海海融食品工业有限公司植物奶油产品示意图 105

图表 66 2014-2015年上海海融食品工业有限公司收入及利润情况 106

图表 67 2014-2015年上海海融食品工业有限公司盈利能力指标 106

图表 68 上海海融食品工业有限公司销售网络 107

图表 69 上海海融食品工业有限公司烘焙业客户 107

图表 70 青岛雀巢有限公司基本情况 108

图表 71 2014-2015年青岛雀巢有限公司收入及利润情况 109

图表 72 2014-2015年青岛雀巢有限公司盈利能力指标 109

图表 73 盐城顶益食品有限公司基本情况 110

图表 74 2014-2015年盐城顶益食品有限公司收入及利润情况 111

图表 75 2014-2015年盐城顶益食品有限公司盈利能力指标 111

图表 76 广东立高食品有限公司基本情况 112

图表 77 广东立高食品有限公司植脂奶油产品情况 112

图表 78 广东立高食品有限公司植脂奶油产品示意图 113

图表 79 2014-2015年增城市立高食品有限公司收入及利润情况 113

图表 80 2014-2015年增城市立高食品有限公司盈利能力指标 113

图表 81 广东立高食品有限公司销售网络情况 114

图表 82 广州市至润油脂食品工业有限公司基本情况 116

图表 83 广州市至润油脂食品工业有限公司主要产品情况 116

图表 84 广州市至润油脂食品工业有限公司植物油产品示意图 117

图表 85 2014-2015年广州市至润油脂食品工业有限公司收入及利润情况 117

图表 86 2014-2015年广州市至润油脂食品工业有限公司盈利能力指标 117

图表 87 上海海融食品工业有限公司销售网络 118

图表 88 山东西贝旺食品有限公司基本情况 119

图表 89 山东西贝旺食品有限公司植脂奶油产品示意图 119

图表 90 2014-2015年山东西贝旺食品有限公司收入及利润情况 120

图表 91 2014-2015年山东西贝旺食品有限公司盈利能力指标 120

图表 92 临沂大博金食品有限公司基本情况 121

图表 93 2014-2015年临沂大博金食品有限公司收入及利润情况 121

图表 94 2014-2015年临沂大博金食品有限公司盈利能力指标 121

图表 95 天津南侨油脂有限公司基本情况 122

图表 96 2014-2015年天津南侨油脂有限公司收入及利润情况 123

图表 97 2014-2015年天津南侨油脂有限公司盈利能力指标 123

图表 98 2010-2015年植物性鲜奶油行业毛利率变化情况 128

图表 99 重点客户管理与企业战略规划 137

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/qitashipin1507/N51984KIGL.html>