

2024-2030年中国乳清产品 市场深度分析与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国乳清产品市场深度分析与投资前景报告》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.cction.com/report/202310/418321.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2024-2030年中国乳清产品市场深度分析与投资前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章乳清及其加工行业概述 13 第一节乳清及其产品概述 13 一、乳清的概念 13 乳清是工业生产干酪和干酪素的副产品，其主要成分包括乳糖、乳清蛋白、矿物质等。乳清是婴配奶粉的重要原辅料，我国乳清目前主要应用在婴配奶粉领域。 二、乳清粉的种类 13 三、乳清产品加工工艺 14 纯牛乳乳清的制备：根据所用原料乳及干酪加工工艺的不同，乳清的组成成分可有很大差异。其主流工艺如下：鲜乳→→脱脂肪→→巴氏杀菌→→冷却→→接种→→预酸化→→加CaCl₂→→加凝乳酶→→凝乳→→切割→→缓慢搅拌并加温→→排乳清。 第二节世界乳清加工业发展概况 14 一、世界乳清产品产量及其分布 14 二、世界乳清产品国际贸易 15 三、世界干乳清价格走势 16 第三节中国乳清加工业发展概况 16 乳清大部分来源于干酪的生产，因此乳清的主产国也是干酪的主产地，如欧盟和美国。目前中国乳制品行业正从传统乳制品向乳制品深加工领域拓展。欧美发达国家中，约70%原奶被加工成奶酪、奶粉、乳清粉、黄油等深加工产品，液态奶只占30%左右。而我国约80%原奶用于生产液态奶，乳制品深加工方面尚未形成大的产业，产量较低。国内干乳制品生产主要为工业奶粉、婴幼儿配方奶粉等奶粉类产品，奶酪、乳清粉、黄油等深加工干乳制品生产很少。国内仅个别企业有小规模的乳糖生产，少量食品级酪蛋白和乳清浓缩蛋白生产，因我国奶酪产量极低，故其副产物乳清主要依赖进口 第二章中国乳业市场总体分析 18 第一节奶源生产 18 一、奶牛存栏及其地区分布 18 二、奶类产量及其省区分布 19 三、原料奶价格走势 21 第二节乳品加工 22 一、液体乳结构及其产量走势 22 二、干乳制品品类及其产量走势 23 第三节乳品贸易 24 一、乳品进口及其变化趋势 24 二、乳品出口及其变化趋势 25 三、三聚氰胺事件对中国乳品进出口贸易的影响 25 四、乳品贸易相关政策 26 第四节乳品消费 26 一、城镇居民乳品消费结构及其变化趋势 26 二、农村居民乳品消费现状及潜力 27 三、中国居民乳品消费预测 28 第五节乳业政策环境 29 一、乳品行业相关标准 29 二、乳品质量安全监督管理条例 39 三、奶业整顿与振兴规划纲要 40 四、进一步加强乳品质量安全 42 五、乳制品工业产业政策 43 六、全国奶业发展规划 45 第三章中国乳清产品市场总体分析 50 第一节中国乳清产品市场需求与供给现状 50 第二节中国乳清加工业政策环境 50 第三节中国乳清产品生产状况 51 第四节中国乳清产品贸易状况 51 一、乳清产品进口贸易 51 二、乳清产品出口贸易 52 第五节中国乳清产品市场容量及其增长趋势 53 一

、乳清及变性乳清产品 53 二、无水乳糖 53 三、乳白蛋白 54 第六节中国乳清产品市场未来发展趋势预测 55 第四章中国乳清产品应用市场分析 56 第一节应用市场概述 56 第二节幼畜饲料 56 一、幼畜饲料用乳清产品概述 56 二、供给量 56 三、营销渠道 57 四、主要用户的市场分析 58 五、幼畜饲料用乳清的需求量预测 58 第三节婴幼儿配方奶粉 59 一、婴幼儿配方奶粉用乳清产品概述 59 二、供给量 59 三、营销渠道 60 四、主要用户的市场分析 60 五、婴幼儿配方奶粉用乳清的需求量预测 61 第四节功能性饮品 61 一、功能性饮品用乳清产品概述 61 二、供给量 62 三、营销渠道 63 四、主要用户的市场分析 63 五、功能性饮品用乳清的需求量预测 63 第五节烘焙食品 64 一、烘焙食品用乳清产品概述 64 二、供给量 65 三、营销渠道 66 四、主要用户的市场分析 66 五、烘焙食品用乳清的需求量预测 67 第六节冷饮食品 67 一、冷饮食品用乳清产品概述 67 二、供给量 68 三、营销渠道 69 四、主要用户的市场分析 69 五、冷饮食品用乳清的需求量预测 70 第七节肉类加工食品 70 一、肉类加工食品用乳清产品概述 70 二、供给量 71 三、营销渠道 71 四、主要用户的市场分析 72 五、肉类加工食品用乳清的需求量预测 72 第八节医用保健品 72 一、医用保健品用乳清产品概述 72 二、供给量 73 三、营销渠道 74 四、主要用户的市场分析 75 五、医用保健品用乳清的需求量预测 75 第五章中国乳清产品市场主要国外品牌竞争分析 77 第一节概述 77 第二节主要品牌公司背景 77 一、恒天然合作集团 77 二、澳大利亚迈高乳业公司 78 三、芬兰蔚优有限公司 78 四、法国欧洲乳清公司 79 五、爱尔兰哥兰比亚集团 80 六、美国戴维斯柯 (Davisco) 食品国际公司 80 七、美国界面蛋白质技术有限公司 81 八、美国蓝多湖乳业公司 81 第三节主要品牌公司的国内主要用户 82 第四节在中国的营销策略 82 第六章中国乳清产品主要进口商分析 84 第一节主要乳清和变性乳清产品 (HS04041000) 进口商 84 一、主要外商贸易公司 84 二、外资生产企业 84 三、主要国内贸易公司 84 四、国内生产企业 85 第二节 TOP 15 无水乳糖 (HS17021100) 进口商 85 第三节 TOP 15 乳白蛋白 (HS35022000) 进口商 86 第七章公司对进入中国乳清产品市场的经营战略和策略建议 87 第一节中国乳清产品市场的进入壁垒和机会分析 87 一、乳清加工行业进入壁垒分析 87 二、乳清产品市场进入的机会分析 88 第二节进入和拓展中国乳清产品市场的经营战略和策略建议 89

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418321.html>