第一图书网, tushu007.com

<<中国奶业经济研究>>

图书基本信息

书名：<<中国奶业经济研究>>

13位ISBN编号：9787109116986

10位ISBN编号：7109116980

出版时间：1970-1

出版时间：中国农业

作者：谭向勇

页数：329

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

为达到全面、系统、深入地研究中国奶类市场的目的，《中国奶业经济研究》将奶类市场分成五大部分即消费与需求、生产与供给、加工、市场营销、国际贸易等方面进行剖析。
在此基础之上形成对中国奶类市场的总体认识，并得出结论与建议。
具体研究内容如下：　一是奶类的消费与需求。
包括中国奶类总需求的发展变化、中国奶类消费的特征、影响中国奶类需求的因素及需求弹性的测定等。
二是奶类的生产与供给。
主要分析中国奶类生产的发展变化和波动、生产与供给的特征、成本收益、奶类供给弹性及生产供给中存在的问题等。
此外，还将对农户生产行为进行分析，测定其经济效率。
三是奶类的加工。
这部分主要分析中国奶类加工企业的现状、效益，奶业产业化情况以及合作社的现状，通过分析世界乳品大型跨国公司总结出中国企业可以借鉴的经验。
四是奶类的市场营销状况。
在分析中国奶业市场特征基础上，重点研究了“4P”在乳品营销过程中的应用以及目前出现的乳品企业整合购并的现象。
五是奶类的国际贸易以及竞争力分析。
主要分析全球奶类贸易概况、中国奶类产品贸易的现状、中国奶类产品的国际竞争力及加入WTO对中国奶业及奶类市场的影响等。
最后，通过对以上几个部分的分析得出关于中国奶类市场的基本结论，并提出促进中国奶业健康快速发展的四项政策建议。

书籍目录

前言0.1 研究目的和意义0.2 国内外研究现状0.3 主要研究内容0.3.1 主要内容0.3.2 几点说明第一章 奶业经济的重要地位和作用1.1 奶业发展在世界各国经济生活中的重要地位1.1.1 世界奶类生产概况1.1.2 世界奶类消费状况1.1.3 世界奶业发展的特点及趋势1.2 奶业发展在中国的重要地位和作用第二章 中国奶类产品的消费2.1 中国奶类产品消费总量及其发展变化2.2 中国奶类产品的消费特征2.2.1 人均奶类消费水平很低2.2.2 奶类产品的消费市场主要在大中城市且消费存在地区差异2.2.3 奶类产品的消费面不断扩大，消费方式趋向多样化2.2.4 奶类产品消费的花色品种大大增加，但总体结构仍比较单一2.2.5 品牌是消费者选择乳制品的主要考虑因素之一2.3 中国奶类消费者行为分析2.3.1 消费者奶类消费的影响因素分析2.3.2 中国奶类消费需求的影响因素：调查结果2.3.3 消费者奶类需求弹性的测算2.4 奶类消费的国际比较2.5 中国奶类产品消费的未来发展趋势2.5.1 中国奶类消费需求的潜力巨大2.5.2 对未来中国奶类消费的产品品种发展趋势判断2.6 本章小结第三章 中国原料奶生产历史与现状3.1 中国原料奶生产的发展历程3.1.1 中国原料奶总产量与人均占有量的增长与变化3.1.2 中国原料奶的供给结构及其变化3.1.3 中国奶牛存栏数的增长与变化3.1.4 中国奶牛平均单产水平的增长与变化3.2 中国原料奶生产的现状及其特征3.2.1 原料奶的总产量及其区域分布3.2.2 主要奶畜品种及其分布3.2.3 原料奶的生产规模现状3.2.4 奶牛的饲养模式现状3.2.5 成乳牛的平均单产水平3.2.6 现状总结3.3 中国原料奶生产存在的问题3.3.1 良种奶牛数量不足，奶牛单产水平低3.3.2 原料奶质量问题严重3.3.3 缺乏安全和高质量的饲料3.3.4 奶牛饲养方式普遍粗放，管理水平低3.3.5 原料奶生产的社会化服务体系建设落后3.3.6 原料奶生产中的环境污染问题日渐严重3.4 中国原料奶生产增长的潜力与发展趋势3.4.1 中国原料奶生产增长的潜力分析3.4.2 中国原料奶生产的未来发展趋势3.5 本章小结第四章 中国原料奶生产的成本收益与区域比较优势4.1 中国原料奶生产成本收益的国际比较4.2 中国原料奶生产成本的特征及其发展变化4.3 农户原料奶生产成本收益情况4.3.1 饲料使用情况4.3.2 养殖成本构成4.3.3 饲料报酬4.3.4 养殖收益4.4 不同生产类型原料奶生产状况及成本收益4.4.1 牧区的原料奶生产特点及资源评价4.4.2 半牧区原料奶生产特点及资源评价4.4.3 农区原料奶生产特点及资源评价4.4.4 大中城市郊区原料奶生产特点及资源评价4.4.5 农区与大中城市郊区原料奶生产成本收益比较4.5 不同饲养方式下原料奶生产成本收益的比较4.6 中国原料奶生产的各区域生产状况4.6.1 各地原料奶生产成本差异分析4.6.2 各地原料奶生产区域优势分析4.6.3 各地原料奶成本差异的影响因素4.6.4 优势区域布局4.7 本章小结第五章 中国原料奶生产单位的经济效率分析5.1 经济效率的界定及研究方法5.2 农户原料奶生产经济效率分析5.2.1 调查样本5.2.2 农户原料奶生产技术效率分析5.2.3 农户原料奶生产配置效率分析5.3 农户、国营农场原料奶生产经济效率比较5.3.1 农户、国营农场原料奶生产技术效率比较5.3.2 农户、国营农场TFP比较5.4 提高小规模饲养农户的生产效率的途径5.5 本章小结第六章 中国乳制品的加工6.1 中国乳制品加工的发展历程6.1.1 新中国成立后至改革开放前：中国乳品加工业的起步时期6.1.2 改革开放后：乳品加工业的持续高速增长6.2 中国乳制品加工企业现状6.2.1 加工企业的数量、规模、结构及区域分布6.2.2 加工企业经营效益情况6.2.3 加工企业之间的竞争特点6.3 中国乳品行业产品结构状况6.4 中国乳制品行业产业化状况6.5 中国乳制品行业中合作组织的发展状况及国际比较6.6 中国乳制品加工业存在的问题6.6.1 乳品加工设备与技术问题6.6.2 乳品质量问题6.7 国外乳制品加工企业对我们的启示6.7.1 雀巢集团——百年奶品专家6.7.2 帕玛拉特淡出中国乳业市场6.7.3 科技领先，长盛不衰——日本森永乳业株式会社6.7.4 对我国乳品企业的启示6.8 本章小结第七章 中国乳制品的市场营销7.1 中国乳制品市场及其营销特点7.1.1 中国乳制品市场的规模及其发展变化7.1.2 中国乳制品市场的营销特点7.1.3 中国乳制品市场营销的宏观环境7.2 中国乳制品市场竞争的现状7.2.1 市场竞争激烈，行业整体利润率下降7.2.2 伊利、蒙牛两巨头竞争霸主7.2.3 世界乳业巨头黯然退出7.2.4 新的竞争对手正在加入7.2.5 竞争已向全方位发展7.3 中国乳制品市场营销策略7.3.1 产品策略7.3.2 定价策略7.3.3 销售渠道策略7.3.4 促销策略7.4 中国乳制品加工企业的并购与重组7.4.1 光明乳业的并购扩张之路7.4.2 伊利的并购扩张之路7.4.3 新希望的并购扩张之路7.5 中国乳制品市场营销中存在的问题7.5.1 市场竞争过度，给企业与行业的发展带来负面影响7.5.2 产品同质化严重，企业创新能力有待提高7.5.3 营销方法单一，营销管理体系不健全7.5.4 农村乳品销售网络建设滞后7.6 本章小结第八章 中国奶类产品的国际贸易与竞争力8.1 世界奶类贸易概况8.2 中国奶类产品贸易概况8.2.1 中国奶类产品出口状

况8.2.2 中国奶类产品进口状况8.2.3 奶类产品的进口税率8.3 中国奶类产品国际竞争力情况8.3.1 国际市场占有率及国际比较8.3.2 本国国内市场占有率及国际比较8.3.3 贸易竞争指数及国际比较8.3.4 基本结论8.4 影响奶类产品国际竞争力的因素8.4.1 奶制品质量8.4.2 要素条件8.4.3 相关和辅助产业8.4.4 需求条件8.4.5 企业策略、结构和竞争8.4.6政府的作用8.5 本章小结第九章 中国奶业的发展战略和政策选择9.1 中国奶业发展的外部环境9.1.1 国内政策环境9.1.2 国内、国际竞争环境9.2 中国奶业发展的制约因素9.2.1 市场需求的制约9.2.2 资源的制约9.2.3 生产模式的制约9.2.4 技术的制约9.3 中国奶业的未来发展战略和政策选择附录1 中国乳品加工企业名册附录2 中国奶业的各种标准名录附录3 有关奶业经济研究的专著和学位论文的名录参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com