

中国乳制品行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国乳制品行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202305/635472.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、乳制品行业竞争趋缓，市场形成双寡头格局

纵观乳制品行业发展历程，主要分为4个阶段，每个阶段均由不同细分品类带动行业发展，同时行业集中度也在不断提升，伊利蒙牛最终脱颖而出。建国以后至改革开放前，我国乳制品行业处于萌芽期，奶牛存栏量低、奶类产量低、人均占有量低，因此仅能凭票定量供应，在此期间我国乳制品行业发展缓慢。

改革开放后至2008年，我国乳制品行业进入高速发展期。期间，我国对奶牛品种进行培育提高产量，配合开放后的市场，在供需两端均得到快速发展。在此期间，由于引进超高温灭菌和利乐包装技术，常温奶制品得以迅速发展，2008年之前行业增量主要由常温液奶提供。

2008年至2018年，行业进入提质阶段，通过提升产品质量，打造优质品牌形象修复消费者信心。2008年，在行业快速发展的同时，低质竞争导致了三聚氰胺事件，消费者对我国国产乳品信任度大幅降低，进口奶粉、乳品占比逐年提高。为应对外资品牌的冲击，国家对乳制品加强监管、提升标准，同时上游养殖端淘汰落后小规模牧场，增强原奶质量，行业发展进入提质阶段。在此期间，常温液奶的产品升级以及常温酸奶渗透度提高带动行业增长。

2018年后，行业进入做强阶段。伴随行业集中度的提升，行业头部品牌的发展目标从“做大”转向“做强”，从单纯的提升市占率向提升产品品质，满足消费者多样化需求转变。当前，行业中渗透度较低的奶酪以及低温产品预计将取代常温产品，成为行业新增量。

乳制品行业发展历程

资料来源：观研天下数据中心整理

自2013年后，乳制品行业进一步整合，亏损企业增多，企业数量下降，行业集中度进一步提升。2021年，中国规模以上乳制品加工企业589家，较2008年高点的815家降低38.37%，亏损企业数为100多家，自2013年后亏损企业数上升。随着行业亏损公司持续出清后，留存企业治理、运营能力相对较好，行业景气度、集中度持续提升。目前，我国乳制品行业竞争格局稳定，形成两家全国性龙头企业、多家深耕一个或多个省市的区域性乳制品企业、及众多限于单个省份或城市内经营的地方性乳制品企业，三类市场主体共存并错位竞争的格局。2022年乳制品行业CR2为45.3%，伊利、蒙牛市占率市场份额不断扩大。

从细分行业来看，常温奶领域双寡头优势明显。常温奶又称为UTH奶，常温奶是采用超高温瞬时灭菌技术加工的产品，能够长期保存。现阶段，我国常温奶市场已进入成熟阶段，处于低速增长态势。我国常温奶市场已形成伊利、蒙牛双寡头竞争格局，行业前二市场占有率接近80%。

数据来源：企业年报，观研天下数据中心整理

二、乳制品行业市场规模不断扩大，产量持续提升

近年来，我国乳制品行业发展成绩显著。整体行业已逐步转向价增驱动的高质发展阶段，奶业产业素质全面提升，质量安全水平大幅提高，转型升级明显加快。目前，大型规模化养殖、全产业链一体化企业为主体的中国奶业发展格局已初步形成。随着人民收入水平的不断提高，对于乳制品的需求呈现出明显的上升趋势，乳制品需求结构也不断提升。随着我国消费回暖，乳制品自身的健康属性带动其需求复苏。

国家统计局数据显示，2022年中国乳制品产量为3118万吨，同比增长3.6%，2021年全年中国乳制品产量为3032万吨，同比增长2.8%。同时，国家统计局数据显示，中国乳制品行业2000年至2022年产销率基本都在100%上下浮动，说明我国消费者向来对乳制品需求充分。

中国奶业协会统计数据显示，2016年至2022年中国乳制品加工销售收入缓慢平稳增长，复合增长率为4%，2022年中国规模以上乳制品加工企业销售收入达4717亿元，超过2020年全年。预计乳制品行业长期产量与销量仍将缓慢提升。

数据来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

数据来源：中国乳制品工业协会，观研天下数据中心整理

三、我国人均奶类消费量较小，长期成长仍有空间

从人均乳制品消费量来看，我国与世界平均水平仍然存在较大差距，目前我国人均奶类占有量只有世界平均水平的三分之一，与美国等发达国家相比差距更大。2022年我国人均奶类消费量为12.0千克，与世界平均水平存在较大差距。根据美国农业部数据，中国与日本人均奶制品消耗量有约3倍差距，与美国有约5倍差距，与英国、澳大利亚有约8倍差距。

随着消费升级与健康意识提升，未来我国乳制品渗透率有望持续提升。根据中国乳制品工业协会发布的《2022中国奶商指数报告》显示，2022年公众每日乳制品摄入量为255ml，与居民膳食指南推荐的300-500ml还有一定差距，同时公众每日乳制品摄入达标率也仅为24.20%。2022年4月中国营养学会发布的《中国居民膳食指南（2022）》，建议奶及奶制品每天摄入量从此前的300克提高至300-500克，进一步拉大了当前乳制品摄入量与推荐量的差距。2020年12月中国奶业协会发布《国家“学生饮用奶计划”推广规划（2021-2025）》，提出目标至2025年在常温奶品类基础上加入巴氏奶、发酵乳等品类，这将有助于巴氏奶饮用习惯的培育，培育潜在消费人群。伴随着居民收入水平和饮奶意识的提高，未来我国人均乳制品消费量有望持续提升，乳制品消费市场前景广阔。

数据来源：农数宝，国家统计局，联合国，美国农业部，观研天下数据中心整理

四、消费结构升级，低温化将成为未来乳制品消费的重要方向

随着我国居民消费水平和健康意识的提升，其对乳制品消费品质和种类的要求不断提高，从原来单一的常温纯牛奶逐步发展为常温纯牛奶、常温酸奶、低温鲜奶、低温酸奶、含乳饮料

等多个品类齐头并进的发展态势。为满足消费者对于更高品质产品偏好，近年来乳制品企业围绕着巴氏杀菌产品、低温酸奶等产品进行产品升级的高端化发展。从营养价值上来看，由于灭菌工艺的不同，巴氏杀菌产品中氨基酸、维生素等营养成分保全率比高温灭菌产品高约2~4倍，是活性营养成分保全率最高的饮用牛奶。在消费者成熟度较高的美国、欧洲等市场，巴氏杀菌产品的市场份额往往在90%以上，而我国目前远低于欧美发达国家，因此，从长期发展趋势来看，巴氏杀菌产品在我国未来发展空间巨大。随着乳制品消费理念的不断提升，以及食品领域冷链建设的加快，我国巴氏杀菌产品、低温酸奶的消费占比正不断提高，未来有望成为液态乳市场的主导产品。

巴氏杀菌产品和高温灭菌乳的对比

对比项目

高温灭菌乳

巴氏杀菌乳

灭菌过程

135-150 (4-10秒)

72-85 (10-15秒)

营养保存

将有害菌杀灭的同时破坏了部分生物活性物质和维生素

杀死对人体的有害病原微生物，最大的限度的保存牛奶的营养

营养损失

维生素B1

损失率20%

损失率10%

维生素C

损失率60%

损失率10%-25%

叶酸

损失率30%

损失率10%

蛋氨酸

损失率34%

损失率10%

乳清蛋白

损失率91%

几乎无损失

球蛋白

含有量200mg/L

含有量2900mg/L

保存要求

常温30-180天

2-6 17天

颜色

奶色纯白或略带乳黄色

奶色发黄有沉淀

口味

香味浓/多

醇正淡香

资料来源：观研天下数据中心整理

另外，随着消费不断升级，乳制品行业逐渐从低价低质竞争向价格健康、产品高质发展方向靠拢。根据Euromonitor数据，2022年乳制品行业中占比较高的品类分别为白奶（42%）、婴幼儿奶粉（32%）、酸奶（22%），各主要品类的单价呈现高端化的态势。从需求看，中国消费者对乳制品的定义为“营养品”，基础白奶为“基础营养”，而高端白奶、功能性液奶和奶粉、奶酪等则被赋予了“专业营养”的意义，具有使用者和购买者分离的送礼需求。随着中国人均可支配收入的提升，人们对营养、礼节的追求也在不断提升，高端化为必经之路。

数据来源：：Euromonitor，观研天下数据中心整理（wys）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国乳制品行业现状深度分析与投资前景预测报告（2023-2030年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国乳制品行业发展概述

第一节 乳制品行业发展情况概述

一、乳制品行业相关定义

二、乳制品特点分析

三、乳制品行业基本情况介绍

四、乳制品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、乳制品行业需求主体分析

第二节 中国乳制品行业生命周期分析

一、乳制品行业生命周期理论概述

二、乳制品行业所属的生命周期分析

第三节 乳制品行业经济指标分析

一、乳制品行业的赢利性分析

二、乳制品行业的经济周期分析

三、乳制品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球乳制品行业市场发展现状分析

第一节 全球乳制品行业发展历程回顾

第二节 全球乳制品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲乳制品行业地区市场分析

一、亚洲乳制品行业市场现状分析

二、亚洲乳制品行业市场规模与市场需求分析

- 三、亚洲乳制品行业市场前景分析
- 第四节北美乳制品行业地区市场分析
 - 一、北美乳制品行业市场现状分析
 - 二、北美乳制品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美乳制品行业市场前景分析
- 第五节欧洲乳制品行业地区市场分析
 - 一、欧洲乳制品行业市场现状分析
 - 二、欧洲乳制品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲乳制品行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界乳制品行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球乳制品行业市场规模预测

第三章 中国乳制品行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对乳制品行业的影响分析
- 第三节中国乳制品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对乳制品行业的影响分析
- 第五节中国乳制品行业产业社会环境分析

第四章 中国乳制品行业运行情况

- 第一节中国乳制品行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节中国乳制品行业市场规模分析
 - 一、影响中国乳制品行业市场规模的因素
 - 二、中国乳制品行业市场规模
 - 三、中国乳制品行业市场规模解析
- 第三节中国乳制品行业供应情况分析
 - 一、中国乳制品行业供应规模
 - 二、中国乳制品行业供应特点
- 第四节中国乳制品行业需求情况分析

- 一、中国乳制品行业需求规模
- 二、中国乳制品行业需求特点
- 第五节中国乳制品行业供需平衡分析

第五章 中国乳制品行业产业链和细分市场分析

- 第一节中国乳制品行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、乳制品行业产业链图解
- 第二节中国乳制品行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对乳制品行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对乳制品行业的影响分析
- 第三节我国乳制品行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国乳制品行业市场竞争分析

- 第一节中国乳制品行业竞争现状分析
 - 一、中国乳制品行业竞争格局分析
 - 二、中国乳制品行业主要品牌分析
- 第二节中国乳制品行业集中度分析
 - 一、中国乳制品行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国乳制品行业市场集中度分析
- 第三节中国乳制品行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国乳制品行业模型分析

- 第一节中国乳制品行业竞争结构分析（波特五力模型）
 - 一、波特五力模型原理
 - 二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国乳制品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国乳制品行业SWOT分析结论

第三节中国乳制品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国乳制品行业需求特点与动态分析

第一节中国乳制品行业市场动态情况

第二节中国乳制品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节乳制品行业成本结构分析

第四节乳制品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国乳制品行业价格现状分析

第六节中国乳制品行业平均价格走势预测

一、中国乳制品行业平均价格趋势分析

二、中国乳制品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国乳制品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国乳制品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国乳制品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国乳制品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国乳制品行业区域市场现状分析

第一节 中国乳制品行业区域市场规模分析

一、影响乳制品行业区域市场分布的因素

二、中国乳制品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区乳制品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区乳制品行业市场分析

(1) 华东地区乳制品行业市场规模

(2) 华南地区乳制品行业市场现状

(3) 华东地区乳制品行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区乳制品行业市场分析

(1) 华中地区乳制品行业市场规模

(2) 华中地区乳制品行业市场现状

(3) 华中地区乳制品行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区乳制品行业市场分析

(1) 华南地区乳制品行业市场规模

(2) 华南地区乳制品行业市场现状

(3) 华南地区乳制品行业市场规模预测

第五节 华北地区乳制品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区乳制品行业市场分析

(1) 华北地区乳制品行业市场规模

(2) 华北地区乳制品行业市场现状

(3) 华北地区乳制品行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区乳制品行业市场分析

(1) 东北地区乳制品行业市场规模

(2) 东北地区乳制品行业市场现状

(3) 东北地区乳制品行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区乳制品行业市场分析

(1) 西南地区乳制品行业市场规模

(2) 西南地区乳制品行业市场现状

(3) 西南地区乳制品行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区乳制品行业市场分析

(1) 西北地区乳制品行业市场规模

(2) 西北地区乳制品行业市场现状

(3) 西北地区乳制品行业市场规模预测

第十一章 乳制品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国乳制品行业发展前景分析与预测

第一节 中国乳制品行业未来发展前景分析

一、乳制品行业国内投资环境分析

二、中国乳制品行业市场机会分析

三、中国乳制品行业投资增速预测

第二节 中国乳制品行业未来发展趋势预测

第三节 中国乳制品行业规模发展预测

一、中国乳制品行业市场规模预测

二、中国乳制品行业市场规模增速预测

三、中国乳制品行业产值规模预测

四、中国乳制品行业产值增速预测

五、中国乳制品行业供需情况预测

第四节中国乳制品行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国乳制品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国乳制品行业进入壁垒分析

一、乳制品行业资金壁垒分析

二、乳制品行业技术壁垒分析

三、乳制品行业人才壁垒分析

四、乳制品行业品牌壁垒分析

五、乳制品行业其他壁垒分析

第二节乳制品行业风险分析

一、乳制品行业宏观环境风险

二、乳制品行业技术风险

三、乳制品行业竞争风险

四、乳制品行业其他风险

第三节中国乳制品行业存在的问题

第四节中国乳制品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国乳制品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国乳制品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国乳制品行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 乳制品行业营销策略分析

一、乳制品行业产品策略

二、乳制品行业定价策略

三、乳制品行业渠道策略

四、乳制品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议