

2024-2030年中国牛奶行业 趋势分析与投资策略报告

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

《2024-2030年中国牛奶行业趋势分析与投资策略报告》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/report/T1285391V0.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-02-05

【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《2024-2030年中国牛奶行业趋势分析与投资策略报告》介绍了牛奶行业相关概述、中国牛奶产业运行环境、分析了中国牛奶行业的现状、中国牛奶行业竞争格局、对中国牛奶行业做了重点企业经营状况分析及中国牛奶产业发展前景与投资预测。您若想对牛奶产业有个系统的了解或者想投资牛奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

乳制品，指的是使用牛乳或羊乳及其加工制品为主要原料，加入或不加入适量的维生素、矿物质和其他辅料，使用法律法规及标准规定所要求的条件，加工制作的产品。乳制品包括液体乳（巴氏杀菌乳、灭菌乳、调制乳、发酵乳）；乳粉（全脂乳粉、脱脂乳粉、部分脱脂乳粉、调制乳粉、牛初乳粉）；其他乳制品（等）。

随着中国乳业的迅速发展，产品结构发生很大的变化，已成为技术装备先进、产品品种较为齐全、初具规模的现代化食品制造业，随着中国人民生活水平的逐渐提高，乳制品消费市场会不断扩大并趋于成熟，中国将成为世界上乳制品消费最大的潜在市场。

从我国人均乳制品消费量来看，我国乳制品消费量远未达到饱和状态。我国人均乳品消费量与其他乳制品消费大国如印度、美国和欧洲差距巨大。即使是饮食习惯较为相近的日本和韩国，人均消费量也是我国的2倍左右；其他发展中国家如巴西、南非和墨西哥的人均消费量是我国的3倍左右。很显然，我国人均乳制品消费偏低，我国乳制品的市场空间依旧巨大。尤其是在农村市场，农村人均乳制品消费量不到城镇的一半。未来随着收入倍增计划的实施，农村人均消费量的提升幅度将较为明显。

乳制品作为重要的营养来源，在中国市场需求不断增长。随着消费者对健康和品质的追求，中国乳制品行业经历了快速的发展。本报告将对中国乳制品行业进行深入分析，探讨当前市场现状、主要问题以及未来发展趋势。

一、中国乳制品行业现状产量与消费量

近年来，中国乳制品产量和消费量持续增长。根据国家统计局数据，2022年中国乳制品产量达到3032万吨，同比增长7.3%。同时，消费量也在稳步增长，达到3200万吨。目前，中国乳制品消费以液态奶为主，酸奶、奶粉等其他产品为辅。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2024-2030年中国乳制品市场分析与投资前景研究报告》表明：2023年我国乳制品产量累计值达3054.6万吨，期末总额比上年累计增长3.1%。指标 2023年12月

2023年11月 2023年10月 2023年9月 2023年8月 2023年7月 乳制品产量当期值(万吨) 254.7
256.2 268.1 271.8 257.1 245 乳制品产量累计值(万吨) 3054.6 2801.6 2555.1 2286.2 2008.9
1757.1 乳制品产量同比增长(%) 1.6 -1.9 0.9 2.1 3.4 3.1 乳制品产量累计增长(%) 3.1
3.3 3.7 3.8 3.6 4.5 更多数据请关注【博思数据官方网站 <http://www.bosidata.com>】 数据来
源：博思数据整理

报告目录：

第1章：中国牛奶行业发展综述

1.1 牛奶行业概述

1.1.1 牛奶的定义分析

1.1.2 牛奶市场结构分析

（1）行业产品结构分析

（2）行业区域结构分析

1.1.3 牛奶行业产业链分析

（1）产业链上游市场调研

（2）产业链下游市场调研

1.2 牛奶行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

（1）行业监管环境

1) 行业主管部门

2) 行业监管体制

（2）行业标准与法规

1) GMP体系

2) HACCP系统

3) 《食品安全法》

（3）行业发展规划

1.2.2 行业经济环境分析

（1）国民经济运行情况GDP

（2）消费价格指数CPI、PPI

（3）全国居民收入情况

（4）恩格尔系数

(5) 工业发展形势

(6) 奶制品工业发展现状分析

1.2.3 行业社会环境分析

(1) 人口规模分析

(2) 人均收入与支出水平分析

(3) 教育环境分析

(4) 文化环境分析

(5) 生态环境分析

(6) 中国城镇化率

(7) 健康营养消费观念深入人心

1.2.4 行业技术环境分析

(1) 牛奶生产技术分析

1) 巴氏杀菌

2) 超巴氏杀菌

3) 灭菌

4) UHT技术

(2) 牛奶包装技术分析

1) 超高温灭菌奶包装

2) 超高温瞬时灭菌奶包装

3) 微菌奶包装的屋脊包

4) 无菌复合膜

5) 无菌枕

6) 无菌塑料袋

(3) 牛奶包装过程中存在的问题分析

1) 包装过于单一

2) 包装利息过高

3) 无菌包装未普及

(4) 行业主要技术发展趋势

(5) 技术环境对行业的影响

1.3 牛奶行业产业链分析

1.3.1 牛奶行业产业链概述

(1) 产业链定义

(2) 牛奶行业产业链

1.3.2 牛奶行业上游-奶牛养殖产业发展分析

(1) 奶牛养殖产业发展现状

(2) 奶牛养殖产业供给分析

(3) 鲜奶供给价格分析

(4) 鲜奶供给企业分析

(5) 鲜奶供给区域分布

1.3.3 牛奶行业下游-经销商情况分析

(1) 牛奶经销商发展现状

(2) 牛奶经销商规模情况

(3) 牛奶经销商区域分布

1.3.4 牛奶行业终端消费者消费情况分析

(1) 中国人均牛奶消费情况

(2) 牛奶消费者地域分布情况

(3) 健康绿色消费观念下的牛奶消费市场

(4) 牛奶消费者品牌忠诚度分析

1.4 牛奶行业发展机遇与威胁分析

第2章：国内外牛奶行业发展状况分析

2.1 美国牛奶行业发展状况分析

2.1.1 美国牛奶市场规模分析

2.1.2 美国牛奶竞争格局分析

2.1.3 美国牛奶市场结构分析

2.1.4 美国牛奶市场前景分析

2.2 欧洲牛奶行业发展分析

2.2.1 欧洲牛奶市场规模分析

2.2.2 欧洲牛奶竞争格局分析

2.2.3 欧洲牛奶市场前景分析

2.3 国际牛奶著名品牌企业分析

2.3.1 雀巢

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业牛奶业务分析

- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业市场竞争地位分析

2.3.2 达能

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业市场竞争地位分析

2.3.3 拉克塔利斯集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业市场竞争地位分析

2.3.4 菲仕兰坎皮纳

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业市场竞争地位分析

2.3.5 恒天然

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业市场竞争地位分析

2.3.6 明治乳业

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业市场竞争地位分析

2.4 中国牛奶行业发展状况分析

2.4.1 中国牛奶行业状态描述总结

2.4.2 中国牛奶行业经济特性分析

2.4.3 中国牛奶行业供需形势分析

(1) 牛奶行业供给情况分析

(2) 牛奶行业需求情况分析

2.4.4 中国牛奶行业盈利水平分析

2.4.5 中国牛奶行业价格走势分析

2.4.6 中国牛奶行业进出口状况分析

(1) 牛奶行业进出口状况综述

(2) 牛奶行业出口市场调研

(3) 牛奶行业进口市场调研

(4) 牛奶行业进出口市场前景

2.5 中国牛奶行业竞争格局分析

2.5.1 中国牛奶行业市场竞争分析

(1) 行业竞争层次分析

(2) 行业竞争格局分析

(3) 不同区域竞争格局分析

2.5.2 中国牛奶行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

第3章：牛奶行业细分产品市场调研

3.1 巴氏消毒奶市场调研

3.1.1 巴氏消毒奶市场规模

3.1.2 巴氏消毒奶竞争格局

3.1.3 巴氏消毒奶价格走势

3.1.4 巴氏消毒奶趋势分析

3.2 常温奶市场调研

3.2.1 常温奶市场规模

3.2.2 常温奶竞争格局

3.2.3 常温奶价格走势

3.2.4 常温奶趋势分析

3.3 还原奶市场调研

3.3.1 还原奶市场规模

3.3.2 还原奶竞争格局

3.3.3 还原奶价格走势

3.3.4 还原奶趋势分析

3.4 灭菌牛奶市场调研

3.4.1 灭菌牛奶市场规模

3.4.2 灭菌牛奶竞争格局

3.4.3 灭菌牛奶价格走势

3.4.4 灭菌牛奶趋势分析

3.5 无抗奶市场调研

3.5.1 无抗奶市场规模

3.5.2 无抗奶竞争格局

3.5.3 无抗奶价格走势

3.5.4 无抗奶趋势分析

3.6 水牛奶市场调研

3.6.1 水牛奶市场规模

3.6.2 水牛奶竞争格局

3.6.3 水牛奶价格走势

3.6.4 水牛奶趋势分析

第4章：中国牛奶行业市场营销分析

4.1 牛奶行业产品包装分析

4.1.1 牛奶产品包装形式分析

4.1.2 牛奶产品包装材料分析

4.1.3 牛奶产品包装趋势分析

4.2 牛奶行业销售渠道分析

4.2.1 牛奶行业销售渠道格局

4.2.2 牛奶不同销售渠道分析

- (1) 直销渠道
- (2) 商超渠道
- (3) 电商渠道
- (4) 重点企业销售渠道分析

4.2.3 牛奶不同零售终端分析

- (1) 社区店
- (2) 批发部
- (3) 便利店
- (4) 超市
- (5) 健身中心
- (6) 美容中心
- (7) 餐饮店
- (8) 旅游景点
- (9) 娱乐场所
- (10) 其他零售终端分析

4.3 牛奶传统营销模式分析

4.3.1 牛奶传统营销模式概况

4.3.2 牛奶行业广告投入情况

- (1) 牛奶行业广告投入规模
- (2) 牛奶行业广告投入方向

4.3.3 牛奶传统营销模式趋势

4.4 互联网+牛奶营销模式分析

4.4.1 牛奶微商营销模式分析

4.4.2 牛奶O2O营销模式分析

第5章：中国牛奶行业消费市场运营状况分析

5.1 牛奶市场消费需求分析

5.1.1 牛奶市场的消费需求变化

5.1.2 牛奶行业的需求情况分析

5.1.3 牛奶品牌市场消费需求分析

5.2 牛奶消费市场状况分析

5.2.1 牛奶行业消费特点

5.2.2 牛奶行业消费结构分析

5.2.3 牛奶行业消费的市场变化

5.2.4 牛奶市场的消费方向

5.3 牛奶行业产品的品牌市场运营状况分析

5.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查

5.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查

5.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道

5.3.4 牛奶行业品牌忠诚度调查

5.3.5 消费者的消费理念调研

第6章：中国牛奶行业重点企业案例分析

6.1 牛奶行业企业发展总况

6.2 国内牛奶重点企业案例分析

6.2.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

1）企业主要经济指标

2）企业盈利能力分析

3）企业运营能力分析

4）企业偿债能力分析

5）企业发展能力分析

（3）企业资质能力分析

（4）企业牛奶业务分析

（5）企业市场渠道与网络

（6）企业发展优劣势分析

（7）企业最新发展动向分析

6.2.2 光明乳业股份有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

1）企业主要经济指标

2）企业盈利能力分析

3）企业运营能力分析

4）企业偿债能力分析

5）企业发展能力分析

- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业牛奶业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.2.3 广西皇氏甲天下乳业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业牛奶业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

6.2.4 新希望集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业牛奶业务分析
- (5) 企业市场渠道与网络
- (6) 企业发展优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.2.5 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业资质能力分析

(4) 企业牛奶业务分析

(5) 企业市场渠道与网络

(6) 企业发展优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

6.2.6 中国绿色食品(控股)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业资质能力分析

(4) 企业牛奶业务分析

(5) 企业市场渠道与网络

(6) 企业发展优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

6.2.7 光明乳业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

6.2.8 现代牧业(集团)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

6.2.9 内蒙古圣牧高科牧业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

6.2.10 北京三元食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业牛奶业务分析
- (4) 企业市场渠道与网络
- (5) 企业发展优劣势分析

第7章：中国牛奶行业前景趋势预测与投资建议

7.1 牛奶行业趋势预测与趋势预测

7.1.1 行业趋势预测分析

- (1) 牛奶总需求预测
- (2) 牛奶细分产品需求预测

7.1.2 行业发展趋势预测

- (1) 行业市场发展趋势预测
- (2) 行业产品发展趋势预测
- (3) 行业市场竞争趋势预测

7.2 牛奶行业投资前景分析

7.2.1 行业投资现状分析

7.2.2 行业进入壁垒分析

(1) 市场准入壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 规模壁垒

(4) 渠道壁垒

(5) 品牌壁垒

7.2.3 行业经营模式分析

7.2.4 行业投资前景预警

(1) 政策风险

(2) 市场风险

(3) 技术风险

(4) 原材料价格波动风险

7.2.5 行业兼并重组分析

7.3 牛奶行业投资趋势分析与建议

7.3.1 行业盈利因素分析

7.3.2 行业投资机会分析

7.3.3 行业营销策略建议

7.3.4 行业市场渠道建议

7.3.5 行业产品包装建议

7.3.6 行业商业模式建议

图表目录

图表1：牛奶定义

图表2：牛奶产品结构

图表3：牛奶区域结构

图表4：牛奶产业链介绍

图表5：截至2021年牛奶行业标准汇总

图表6：截至2021年牛奶行业发展规划

图表7：2016-2021年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表8：2016-2021年中国社会消费品零售总额增长趋势图（单位：亿元，%）

图表9：2016-2021年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表10：2021年全国居民人均消费支出构成（单位：元，%）

图表11：中国牛奶行业发展机遇与威胁分析

图表12：2016-2021年美国牛奶市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表13：2021年美国牛奶市场格局（单位：%）

图表14：2021年美国牛奶产品结构（单位：%）

图表15：2022-2027年美国牛奶市场规模预测（单位：亿美元）

图表16：2016-2021年欧洲牛奶市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表17：2021年欧洲牛奶市场格局（单位：%）

图表18：2021年欧洲牛奶产品结构（单位：%）

图表19：2022-2027年欧洲牛奶市场规模预测（单位：亿美元）

图表20：雀巢发展简况分析

图表21：2016-2021年雀巢经营情况分析

图表22：雀巢牛奶业务分析

图表23：雀巢市场销售渠道与网络分析

图表24：雀巢市场竞争地位分析

图表25：达能发展简况分析

图表26：2016-2021年达能经营情况分析

图表27：达能牛奶业务分析

图表28：达能市场销售渠道与网络分析

图表29：达能市场竞争地位分析

图表30：拉克塔利斯集团发展简况分析

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/T1285391V0.html>