

2021年中国乳制品市场调研报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2021年中国乳制品市场调研报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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://baogao.chinabaogao.com/rupin/533045533045.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

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）。

我国乳业发展至今，乳制品已逐渐成为居民消费品中不可或缺的一部分，同时随着近年来我国国民经济水平的不断提高，乳制品消费量随之增长，市场规模不断扩大，虽然经历了一些风波，但是我国乳业行业情况正向着健康繁荣的方向发展。总体而言我国乳业行业正处于成长期。

乳业行业所属的生命周期 资料来源：观研天下数据中心整理

据国家统计局数据，2019年我国乳制品产量2719.4万吨，同比增长5.6%。2020年4月，累计产量778.3万吨，可能是受疫情因素影响，累计同比下降7.6%。

2012-2020年4月我国乳制品行业生产情况

时间

本月止累计（万吨）

本月止累计同比增长(%)

2012年1-12月

2545.1

8.1

2013年1-12月

2697.8

5.1

2014年1-12月

2651.8

-1.2

2015年1-12月

2782.5

4.6

2016年1-12月

2993.2

7.7

2017年1-12月

2935

4.2

2018年1-12月

2687.1

4.4

2019年1-12月

2719.4

5.6

2020年1-4月

778.3

-7.6数据来源：国家统计局

近年来随着居民生活水平提高，乳制品消费量逐渐上涨，我国乳业行业市场规模也在不断增长，2019年乳业市场规模达到4696亿元，同比上涨9.26%，保持良好的增长势头。

2015-2019年我国乳业行业市场规模走势 资料来源：观研天下数据中心整理

按照目前我国乳制品行业的竞争格局，我国乳制品企业已经形成了几个梯队：第一梯队以伊利股份、蒙牛乳业为代表，2家公司的销售网络遍布全国，营业收入水平、利润水平以及市场占有率遥遥领先，两大巨头优势明显，将凭借自身销售、品牌优势不断进行区域扩张，巩固自己的行业地位，双寡头的格局在未来一段时间将持续。

第二梯队的乳制品企业则以光明乳业、三元乳业等为代表，这些企业在各自的区域占据领先地位，凭借品牌效应，与伊利、蒙牛两大乳制品企业形成有效的互补。尽管跟第一梯队相比，第二梯队乳制品企业的营业收入和净利润处于劣势，但这些企业能捕捉当地消费者的购买倾向以及个性化需求，充分发挥其灵活经营、保鲜以及产品多样化的优势，逐渐追赶第一梯队企业，将公司业务扩展至全国。第三梯队的乳制品企业为地方性乳制品企业，生产经营规模较小，产品主要销往本省或者邻近城市，客户群体单一，市场份额小，营业收入和净利润都无法与前2个梯队的企业相比。

2020年中国液态奶品牌竞争力情况排名

2020

品牌

品牌

综合得分

品牌认知

品牌关系

排名

发源地

第一提及(%)

未提示(%)

有提示(%)

品牌联想(%)

品牌忠诚(%)

品牌偏好(%)

第1名

伊利

内蒙古

595.2

42

83.1

86.4

81.7

52

35.2

第2名

蒙牛

内蒙古

523.1

26.2

82.1

85.9

74

51.7

22.6

第3名

特仑苏

内蒙古

435.2

8.7

64.8

77.4

75.8

51.7

14.6

第4名

光明

上海

388.5

8

58.7

69.6

68.1

48.5

7.7

第5名

金典

内蒙古

355.3

2.8

50.7

64.7

68.3

49.5

4

第6名

三元

北京

311

2.3

30.4

42.9

71

53.4

2.3

第7名

旺仔

台湾

292.9

0.7

27.9

42.4

67.2

52.1

1.3

第8名

完达山

黑龙江

269

0.5

26

38.4

69.3

42.4

1

第9名

君乐宝

266

0.4

15.9

23.2

70

56.1

0.5

第10名

优倍

248.4

0.2

8.7

13

78.9

51.5

0.4

第11名

辉山

辽宁

242.6

1.3

13.9

21.8

64.4

49

1.4

第12名

维他奶

香港

240

0.3

15.8

26.4

61.2

48.1

0.8

第13名

现代牧场

安徽

239.9

0.1

14.2

22.6

56.7

54.9

0.4

第14名

花花牛

218.1

0.3

8.2

14.8

62.6

48.1

0.3

第15名

现代牧业

202.8

0.2

12.2

18.7

61.6

36.2

0.4

第16名

皇氏甲天下

广西

201.7

0.5

8.2

14.6

56.6

43.9

0.6资料来源：中国品牌协会

2020年中国花生牛奶品牌竞争力情况排名

2020

品牌

品牌

综合得分

品牌认知

品牌关系

排名

发源地

第一提及(%)

未提示(%)

有提示(%)

品牌联想(%)

品牌忠诚(%)

品牌偏好(%)

第1名

银鹭

福建

733.8

68.2

87.9

90.3

90.2

51.9

68.1

第2名

达利园

454.8

8

76.7

84.8

78.8

50.9

9.9

第3名

盼盼

346.4

2.5

49.4

69.8

63

48.8

2.8

第4名

伊利谷粒多

338.1

3

40.6

56

74.5

47.4

4.7

第5名

娃哈哈

浙江

337.9

3

42.7

58.1

67.3

51.3

3.2

第6名

谷粒谷力

326.3

0.7

28.7

42.9

81.9

56.6

1.7

第7名

宏宝莱

233.1

1.2

11.9

17.7

66.2

46.6

1.4资料来源：中国品牌协会

2020年中国酸奶品牌竞争力情况排名

2020

品牌

品牌

综合得分

品牌认知

品牌关系

排名

发源地

第一提及(%)

未提示(%)

有提示(%)

品牌联想(%)

品牌忠诚(%)

品牌偏好(%)

第1名

蒙牛

内蒙古

551.1

30.8

80.4

84.4

80.1

53.2

28.6

第2名

伊利

内蒙古

513.3

27.3

77.9

83

72.8

51.3

22.3

第3名

光明

上海

405.8

9.3

60.9

72.5

70.2

50.7

7.9

第4名

安慕希

内蒙古

343.4

4.8

35.6

48.4

74.8

52.9

7.7

第5名

冠益乳

内蒙古

343.4

3.4

46.6

61.2

65.1

49.4

4.9

第6名

蒙牛纯甄

内蒙古

314.2

1.9

32.6

45.9

72.7

50.3

3.4

第7名

畅优

上海

311.3

2.1

38.6

51.9

65

47.6

2.5

第8名

达能碧悠

法国

301.1

4.1

31.4

39.5

66.2

49.4

4.1

第9名

三元

北京

300.7

2

25.2

36.5

72.7

54.8

2

第10名

莫斯利安

上海

279.2

1.3

19.5

29.1

75.3

50.7

2.1

第11名

伊利畅轻

内蒙古

270

0.4

18.1

29.8

71.4

51.7

1.1

第12名

君乐宝开啡尔

河北

269.9

2.6

20.3

30

69.4

47.8

2.2

第13名

味全优酪乳

台湾

257.7

0.7

15.2

25.3

68.7

51.7

1

第14名

辉山

辽宁

250.4

1.3

10.8

17.9

67.9

54.4

1.6

第15名

完达山

黑龙江

240.2

0.4

17.5

26.9

61.1

46.7

0.7资料来源：中国品牌协会

说明：品牌上榜条件是“未提示提及率 7%”；得分基于1000分制

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国乳制品市场调研报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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、乳制品行业基本情况介绍
- 三、乳制品行业发展特点分析
- 四、乳制品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、乳制品行业需求主体分析

第二节 中国乳制品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、乳制品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国乳制品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 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

第四节 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
- 第五节 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

第二章 2017-2020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 2021-2026年世界乳制品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球乳制品行业市场规模预测

第三章 中国乳制品产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品乳制品总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 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

第三节 中国乳制品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

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

第三节 中国乳制品行业供应情况分析

第四节 中国乳制品行业需求情况分析

第五节 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

三、其它细分市场

第六节 中国乳制品行业供需平衡分析

第七节 中国乳制品行业发展趋势分析

第五章 中国乳制品所属行业运行数据监测

第一节 中国乳制品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

第六章 2017-2020年中国乳制品市场格局分析

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情况分析

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

第五节 中国乳制品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国乳制品行业需求特点与动态分析

第一节 中国乳制品行业消费市场动态情况

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、渠道因素

四、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、中国乳制品行业价格影响因素
- 二、中国乳制品行业平均价格走势预测
- 三、中国乳制品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020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布

第二节 中国华东地区乳制品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区乳制品市场规模分析
- 四、华东地区乳制品市场规模预测

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、华中地区乳制品市场规模分析
- 四、华中地区乳制品市场规模预测

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、华南地区乳制品市场规模分析
- 四、华南地区乳制品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国乳制品行业竞争情况

第一节 中国乳制品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国乳制品行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国乳制品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况

- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 中国乳制品行业市场发展预测

- 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

- 一、中国乳制品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国乳制品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国乳制品行业投资风险与营销分析

第一节 乳制品行业投资风险分析

- 一、乳制品行业政策风险分析
- 二、乳制品行业技术风险分析
- 三、乳制品行业竞争风险分析
- 四、乳制品行业其他风险分析

第二节 乳制品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国乳制品行业发展战略及规划建议

第一节 中国乳制品行业品牌战略分析

- 一、乳制品企业品牌的重要性
- 二、乳制品企业实施品牌战略的意义

三、乳制品企业品牌的现状分析

四、乳制品企业的品牌战略

五、乳制品品牌战略管理的策略

第二节 中国乳制品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国乳制品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 乳制品行业竞争力提升策略

一、乳制品行业产品差异性策略

二、乳制品行业个性化服务策略

三、乳制品行业的促销宣传策略

四、乳制品行业信息智能化策略

五、乳制品行业品牌化建设策略

六、乳制品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国乳制品行业发展策略及投资建议

第一节 中国乳制品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国乳制品行业营销渠道策略

一、乳制品行业渠道选择策略

二、乳制品行业营销策略

第三节 中国乳制品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国乳制品行业重点投资区域分析

二、中国乳制品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/533045533045.html>