

2021年中国奶酪市场分析报告- 市场现状与未来规划分析

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年中国奶酪市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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/537187537187.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

奶酪（cheese），又名干酪，是一种发酵的牛奶制品，其性质与常见的酸牛奶有相似之处，都是通过发酵过程来制作的，也都含有可以保健的乳酸菌，但是奶酪的浓度比酸奶更高，近似固体食物，营养价值也因此更加丰富。

奶酪行业产业链数据来源：公开资料整理

奶酪被誉为“奶黄金”，是乳制品“金字塔”皇冠上的明珠。近年来国内经济发展快速，我国奶酪生产保持快速增长，2018年中国奶酪产量10.74万吨，同比增长29.09%；2019年中国奶酪产量13.16万吨，同比增长22.53%；2020年奶酪产量预计增长近29%。

2015-2020年中国奶酪产量 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

目前我国已经实现奶酪上游奶牛规模化养殖，大量散户退出养殖市场，形成完整产业链。现阶段大型乳制品企业基本都有自己的养殖基地，供应商的议价能力较弱。

国家统计局数据显示2013-2019年我国牛奶产量呈现波动发展态势，基本维持在3100万吨左右，其中2013年为最低值3000.82万吨，2019年为最高值3201.24万吨。

2013-2019年中国牛奶产量 数据来源：国家统计局

二、购买者的议价能力

近年来，随着我国经济持续健康发展和居民生活水平不断提高，人们对营养健康的需求转为刚性，奶酪以其营养健康的特点悄然成为中国饮食消费界新宠。目前，国内的奶酪生产企业处于供不应求的状态，还需要大量进口来满足消费。因此购买者的议价能力不强。

2014-2019年我国奶酪行业产量及需求量对比 数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

受制于生产工艺限制，本土奶酪企业入局较晚。奶酪的制作工艺相对复杂，技术含量比其他乳制品更高，需要资金、工艺、人才队伍的大量投入和全面配套。其次，生产奶酪产生的副产物——乳清（占90%）处理成本较高。国外乳企一般配套相当大投入的乳清处理设备，将乳清加工成乳清粉再出口到发展中国家以分摊成本，使奶酪产品获得价格优势。国内乳企在乳清粉加工技术和后端销售领域都缺乏相应的优势，因此国内乳制品企业入局较晚。目前，在消费者教育和奶酪生产工艺各方面都更成熟后，国内乳企正积极投入布局奶酪行业，利用自身优势参与竞争。

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。其他乳制品与奶酪营养成分大体上相似，但奶酪比一般乳制品营养价值更高，而且有独特的口感，并可被加工制作为“芝士奶茶”、“芝士蛋糕”以及各种休闲零食，广泛适应休闲零食、餐后甜点及佐餐材料等各类消费场景，因此并不能完全替代。

五、同业竞争者的竞争程度

目前我国奶酪市场由进口品牌主导。2019年中国奶酪零售市场CR5为47.1%。市占率前五为百吉福、乐芝牛、安佳、卡夫、妙可蓝多，市占率分别为22.7%、7.7%、6.4%、5.5%、4.8%。其中排名前四位均为海外品牌，国产品牌仅有妙可蓝多入围前五。其他国产品牌位列第二梯队，多美鲜、蒙牛、光明分别排名第7、8、10，市占率分别为3.6%、2.8%、0.9%。

2019年中国奶酪市场CR5市场占比

数据来源：公开资料整理（TF）

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年中国奶酪市场分析报告-市场现状与未来规划分析》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年中国奶酪行业发展概述

第一节 奶酪行业发展情况概述

- 一、奶酪行业相关定义
- 二、奶酪行业基本情况介绍
- 三、奶酪行业发展特点分析
- 四、奶酪行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、奶酪行业需求主体分析

第二节 中国奶酪行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、奶酪行业产业链条分析

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、中国奶酪行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国奶酪行业生命周期分析

一、奶酪行业生命周期理论概述

二、奶酪行业所属的生命周期分析

第四节 奶酪行业经济指标分析

一、奶酪行业的赢利性分析

二、奶酪行业的经济周期分析

三、奶酪行业附加值的提升空间分析

第五节 中国奶酪行业进入壁垒分析

一、奶酪行业资金壁垒分析

二、奶酪行业技术壁垒分析

三、奶酪行业人才壁垒分析

四、奶酪行业品牌壁垒分析

五、奶酪行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球奶酪行业市场发展现状分析

第一节 全球奶酪行业发展历程回顾

第二节 全球奶酪行业市场区域分布情况

第三节 亚洲奶酪行业地区市场分析

一、亚洲奶酪行业市场现状分析

二、亚洲奶酪行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲奶酪行业市场前景分析

第四节 北美奶酪行业地区市场分析

- 一、北美奶酪行业市场现状分析
- 二、北美奶酪行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美奶酪行业市场前景分析
- 第五节 欧洲奶酪行业地区市场分析
 - 一、欧洲奶酪行业市场现状分析
 - 二、欧洲奶酪行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲奶酪行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界奶酪行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球奶酪行业市场规模预测
- 第三章 中国奶酪产业发展环境分析
 - 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、全社会消费品奶酪总额
 - 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 中国奶酪行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 第三节 中国奶酪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 中国奶酪行业运行情况
 - 第一节 中国奶酪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 中国奶酪行业市场规模分析
 - 第三节 中国奶酪行业供应情况分析
 - 第四节 中国奶酪行业需求情况分析

第五节 我国奶酪行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国奶酪行业供需平衡分析

第七节 中国奶酪行业发展趋势分析

第五章 中国奶酪所属行业运行数据监测

第一节 中国奶酪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 中国奶酪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 中国奶酪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年中国奶酪市场格局分析

第一节 中国奶酪行业竞争现状分析

- 一、中国奶酪行业竞争情况分析
- 二、中国奶酪行业主要品牌分析

第二节 中国奶酪行业集中度分析

- 一、中国奶酪行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国奶酪行业市场集中度分析

第三节 中国奶酪行业存在的问题

第四节 中国奶酪行业解决问题的策略分析

第五节 中国奶酪行业钻石模型分析

- 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年中国奶酪行业需求特点与动态分析

第一节 中国奶酪行业消费市场动态情况

第二节 中国奶酪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 奶酪行业成本结构分析

第四节 奶酪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 中国奶酪行业价格现状分析

第六节 中国奶酪行业平均价格走势预测

一、中国奶酪行业价格影响因素

二、中国奶酪行业平均价格走势预测

三、中国奶酪行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国奶酪行业区域市场现状分析

第一节 中国奶酪行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区奶酪市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区奶酪市场规模分析

四、华东地区奶酪市场规模预测

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、华中地区奶酪市场规模分析

四、华中地区奶酪市场规模预测

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、华南地区奶酪市场规模分析

四、华南地区奶酪市场规模预测

第九章 2017-2020年中国奶酪行业竞争情况

第一节 中国奶酪行业竞争结构分析（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 中国奶酪行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国奶酪行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 奶酪行业企业分析（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年中国奶酪行业发展前景分析与预测

第一节 中国奶酪行业未来发展前景分析

一、奶酪行业国内投资环境分析

二、中国奶酪行业市场机会分析

三、中国奶酪行业投资增速预测

第二节 中国奶酪行业未来发展趋势预测

第三节 中国奶酪行业市场发展预测

一、中国奶酪行业市场规模预测

二、中国奶酪行业市场规模增速预测

三、中国奶酪行业产值规模预测

四、中国奶酪行业产值增速预测

五、中国奶酪行业供需情况预测

第四节 中国奶酪行业盈利走势预测

一、中国奶酪行业毛利润同比增速预测

二、中国奶酪行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国奶酪行业投资风险与营销分析

第一节 奶酪行业投资风险分析

一、奶酪行业政策风险分析

二、奶酪行业技术风险分析

三、奶酪行业竞争风险分析

四、奶酪行业其他风险分析

第二节 奶酪行业应对策略

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年中国奶酪行业发展战略及规划建议

第一节 中国奶酪行业品牌战略分析

一、奶酪企业品牌的重要性

二、奶酪企业实施品牌战略的意义

三、奶酪企业品牌的现状分析

四、奶酪企业的品牌战略

五、奶酪品牌战略管理的策略

第二节 中国奶酪行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国奶酪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 奶酪行业竞争力提升策略

一、奶酪行业产品差异性策略

二、奶酪行业个性化服务策略

三、奶酪行业的促销宣传策略

四、奶酪行业信息智能化策略

五、奶酪行业品牌化建设策略

六、奶酪行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国奶酪行业发展策略及投资建议

第一节 中国奶酪行业产品策略分析

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 中国奶酪行业营销渠道策略

一、奶酪行业渠道选择策略

二、奶酪行业营销策略

第三节 中国奶酪行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国奶酪行业重点投资区域分析

二、中国奶酪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/537187537187.html>