

2019年中国奶业行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

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《2019年中国奶业行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/417917417917.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、中国牛奶行业市场规模预测

随着社会的发展和人民生活水平的提高，牛奶以其方便、营养、新鲜等诸多优点被广大消费者认可。从市场上来看，相对于全球其他发达国家，我国人均牛奶消费量还处于很低的水平，因此未来我国牛奶行业发展前景十分广阔，预计未来牛奶行业的市场规模将保持持续增长，到2026年将达到1644亿元。

2020-2026年中国牛奶行业市场规模预测

资料来源：观研天下数据中心整理

二、中国牛奶行业供需情况预测

据国家统计局数据，2019年我国牛奶产量为3201万吨，同比增长4.1%。随着我国奶业的发展，奶牛单产能力以及生鲜奶加工水平整体呈现上升趋势。具体而言，国内牛奶产量在未来几年内将不断增长，预计到2026年产量将达到4124万吨。

2020-2026年我国牛奶产量预测

资料来源：观研天下数据中心整理

我国牛奶消费量在长期内还将不断增加，城镇居民牛奶消费量、农村居民牛奶消费量以及工业及其他消费量均呈增长之势。城镇与农村居民牛奶消费差距还将持续存在，但相对差距在不短缩小。随着城镇与农村劳动人口的流动，城镇与农村之间牛奶消费习惯将逐步趋同。此外，城镇与农村收入差距、消费习惯等是导致我国城镇与农村居民牛奶消费差距存在的主要原因。此外，牛奶在工业及其他消费方面，工业及其他产业对牛奶的需求将急剧增加，而且将逐渐超过农村居民牛奶消费，成为未来牛奶消费的主要方向。

从数据上看，2019年中国牛奶自给率约为65%左右，预计未来我国牛奶的自给率将保持不断提高提升的趋势。从总体来看，预计到2026年我国牛奶的消费量将达到5977万吨。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、中国牛奶行业未来发展趋势预测

1、养殖端

目前的奶牛养殖仍然主要以散户养殖为主，这导致我国牛奶行业无论是成本还是质量管理等都无法与国际奶商相比，随着我国政策的鼓励和奶商发展需求，规模化、现代化将是我国牛奶发展的新方向。

2、生产端

近年来我国奶牛的存栏量在保持减少的趋势，主要是由于环保政策导致诸多城市周边中小牧场关闭，且环保趋严下牧场扩容难度增加，全国奶牛存栏产能收缩趋势应仍在持续。因此，提升奶业生产科技水平是我国牛奶行业另一大发展趋势也是方向之一。目前，我国奶牛的单产水平还很低，平均单产只有4140千克，发达国家奶牛的平均单产已达到8000~10000千克，相当于我国的2~3倍。不断提升奶业的生产科技水平，加大牛群的结构优化，未来我

国奶业的单产水平有望得到快速提升。

3、消费端

目前我国牛奶行业普遍存在严重的同质化问题。因此，开发新产品，延伸产品线，实行产品多元化，不断细分市场，走差异化路线是企业必须考虑的问题。此外，我国牛奶行业品牌优势不明显，然而品牌是企业核心竞争力的重要体现，未来我国牛奶行业品牌化发展是国际化发展道路的必然趋势之一。

牛奶行业发展趋势

资料来源：观研天下数据中心整理（lpeng）

【报告大纲】

第一章 中国牛奶行业发展综述

第一节 牛奶行业概述

一、牛奶的定义分析

二、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

三、牛奶行业产业链分析

（1）产业链上游市场分析

（2）产业链下游市场分析

第二节 牛奶行业发展环境分析

一、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

二、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

三、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

四、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
- ### 第三节 牛奶行业产业链分析
- 一、牛奶行业产业链概述
 - (1) 产业链定义
 - (2) 牛奶行业产业链
 - 二、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
- 三、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
- 四、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
- 第四节 牛奶行业发展机遇与威胁分析
- 第二章 国内外牛奶行业发展状况分析
 - 第一节 美国牛奶行业发展状况分析
 - 一、美国牛奶市场规模分析
 - 二、美国牛奶竞争格局分析
 - 三、美国牛奶市场结构分析
 - 四、美国牛奶市场前景预测
 - 第二节 欧洲牛奶行业发展分析
 - 一、欧洲牛奶市场规模分析
 - 二、欧洲牛奶竞争格局分析
 - 三、欧洲牛奶市场前景预测
 - 第三节 国际牛奶著名品牌企业分析
 - 一、雀巢
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 二、达能
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品服务分析
 - (3) 企业发展现状分析
 - (4) 企业竞争优势分析
 - 三、拉克塔利斯集团
 - (1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

四、菲仕兰坎皮纳

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

五、恒天然

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

六、明治乳业

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第四节 中国牛奶行业发展状况分析

一、中国牛奶行业状态描述总结

二、中国牛奶行业经济特性分析

三、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

四、中国牛奶行业盈利水平分析

五、中国牛奶行业价格走势分析

六、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) 牛奶行业出口市场分析

(3) 牛奶行业进口市场分析

(4) 牛奶行业进出口市场趋势

第五节 中国牛奶行业竞争格局分析

一、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

二、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

第三章 牛奶行业细分产品市场分析

第一节 巴氏消毒奶市场分析

一、巴氏消毒奶市场规模

二、巴氏消毒奶竞争格局

三、巴氏消毒奶价格走势

四、巴氏消毒奶前景预测

第二节 常温奶市场分析

一、常温奶市场规模

二、常温奶竞争格局

三、常温奶价格走势

四、常温奶前景预测

第三节 还原奶市场分析

一、还原奶市场规模

二、还原奶竞争格局

三、还原奶价格走势

四、还原奶前景预测

第四节 灭菌牛奶市场分析

一、灭菌牛奶市场规模

二、灭菌牛奶竞争格局

三、灭菌牛奶价格走势

四、灭菌牛奶前景预测

第五节 无抗奶市场分析

一、无抗奶市场规模

二、无抗奶竞争格局

三、无抗奶价格走势

四、无抗奶前景预测

第六节 水牛奶市场分析

一、水牛奶市场规模

二、水牛奶竞争格局

三、水牛奶价格走势

四、水牛奶前景预测

第四章 中国牛奶行业市场营销分析

第一节 牛奶行业产品包装分析

一、牛奶产品包装形式分析

二、牛奶产品包装材料分析

三、牛奶产品包装趋势分析

第二节 牛奶行业销售渠道分析

一、牛奶行业销售渠道格局

二、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) 典型企业销售渠道分析

三、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

第三节 牛奶传统营销模式分析

一、牛奶传统营销模式概况

二、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

三、牛奶传统营销模式趋势

第四节 互联网+牛奶营销模式分析

一、牛奶微商营销模式分析

二、牛奶O2O营销模式分析

第五章 中国牛奶行业消费市场调查

第一节 牛奶市场消费需求分析

- 一、牛奶市场的消费需求变化
- 二、牛奶行业的需求情况分析
- 三、牛奶品牌市场消费需求分析

第二节 牛奶消费市场状况分析

- 一、牛奶行业消费特点
- 二、牛奶行业消费结构分析
- 三、牛奶行业消费的市场变化
- 四、牛奶市场的消费方向

第三节 牛奶行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、牛奶行业品牌忠诚度调查
- 五、消费者的消费理念调研

第六章 中国牛奶行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 牛奶行业企业发展总况

第二节 国内牛奶领先企业案例分析

一、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）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

二、光明乳业股份有限公司

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

三、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）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

四、新希望集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

五、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) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

六、中国绿色食品(控股)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

七、光明乳业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

八、现代牧业(集团)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

九、内蒙古圣牧高科牧业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

十、北京三元食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第七章 中国牛奶行业前景趋势预测与投资建议

第一节 牛奶行业发展前景与趋势预测

一、行业发展前景预测

- (1) 牛奶总需求预测
- (2) 牛奶细分产品需求预测

二、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

第二节 牛奶行业投资潜力分析

一、行业投资现状分析

二、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

三、行业经营模式分析

四、行业投资风险预警

- (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

五、行业兼并重组分析

第三节 牛奶行业投资策略与建议

一、行业盈利因素分析

二、行业投资机会分析

三、行业营销策略建议

四、行业市场渠道建议

五、行业产品包装建议

六、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2020年牛奶行业标准汇总

图表6：截至2020年牛奶行业发展规划

图表7：2017-2020年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表8：2017-2020年中国社会消费品零售总额增长趋势图（单位：亿元，%）

图表9：2017-2020年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表10：2020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12：2017-2020年美国牛奶市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表13：2020年美国牛奶市场格局（单位：%）

图表14：2020年美国牛奶产品结构（单位：%）

图表15：2021-2026年美国牛奶市场规模预测（单位：亿美元）

图表16：2017-2020年欧洲牛奶市场规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表17：2020年欧洲牛奶市场格局（单位：%）

图表18：2020年欧洲牛奶产品结构（单位：%）

图表19：2021-2026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

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

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。《2020年中国牛奶行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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、阿里巴巴、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。

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/417917417917.html>