

中国生鲜奶行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029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《中国生鲜奶行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600084.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

“生鲜奶”通常也叫生鲜乳，是指未经杀菌、均质等工艺处理的原奶的俗称。生鲜奶为饲料行业及奶牛养殖行业；下游则是主要应用到乳制品市场、经由商超、便利店、酒店餐饮、电商平台等销售渠道到终端消费者。

资料来源：观研天下整理

一、上游

1、奶牛养殖

鲜牛奶的供给主要受上游奶牛存栏量和奶牛单产影响。奶牛是乳用品种的黄牛，经过高度选育繁殖的优良品种。我国奶牛主要以黑白花奶牛为主，该品种于1980年引进，具有适应性强、分布范围广、产奶量高、耐粗饲。到目前已成为我国特有的乳牛品种，并遍布全国。截止到2020年，我国奶牛牧场数为24200个，奶牛数量为6200千头。

但由于国内不断加大牧场规模化发展支持力度，散户和中小牧场逐渐退出，自2015年起我国奶牛存栏量不断下降，并于2019年下降至最低点610万头。但虽然2019年下降到最低，但自2018年以来，奶牛存栏量逐渐趋于稳定，基本保持在610万头以上。数据显示，2020年我国奶牛存栏量为615万头，估计2021年约为620万头，基本保持稳定。

数据来源：观研天下整理

而虽然国内奶牛存栏量不断下降，但得益于规模化养殖水平提升，奶牛单产不断上升，使得牛奶产量并未受到影响。数据显示，2020年我国奶牛单产8.3吨。2021年全国百头以上规模养殖比重达70%，奶牛年均单产8.7吨。

数据来源：观研天下整理

2、饲料

饲料供应属于奶牛养殖产业链的上游，也是奶牛养殖的重要环节之一。据了解，在每千克牛奶的生产成本构成中，饲料占比高达68%，尤其是精饲料一般占奶牛每日消耗量约40%-50%。

数据来源：观研天下整理

饲料是所有人饲养的动物的食物的总称，比较狭义地一般饲料主要指的是农业或牧业饲养的动物的食物。饲料(Feed)包括大豆、豆粕、玉米、鱼粉、氨基酸、杂粕、乳清粉、油脂、肉骨粉、谷物、饲料添加剂等十余个品种的饲料原料。

自2016年以来，我国饲料行业发展较为稳定，产量整体呈现增长态势。根据中国饲料工业协会及全国畜牧总站数据显示，2016年我国饲料产量为2.09亿吨，同比增长4.5%；2020年

，我国饲料产量达到2.53亿吨，同比增长10.4%；到2021年我国饲料总产量29344.3万吨，同比增长16.1%。

数据来源：中国饲料工业协会，全国畜牧总站，观研天下整理

二、中游市场

生鲜奶是牛奶的一种。在经历2016-2018年逐年下降后，得益于规模化养殖水平提升，奶牛单产不断上升，自2018年以来，我国牛奶产量呈现逐年增长态势。数据显示，2020年我国牛奶产量为3440万吨，同比增长7.5%；2021年我国牛奶产量为3683万吨，同比增长7.1%。

数据来源：中国奶业协会，观研天下整理

价格方面，由于国内牛奶产量继续增加，市场供应充足，生鲜乳价格稳中有跌。数据显示，2022年2月，我国奶业主产省生鲜乳收购价每公斤4.26元，环比持平，同比跌0.5%。3月，内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格4.17元/公斤，比前一周下降0.2%，同比下降2.3%。4月，内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格4.17元/公斤，比前一周下降0.2%，同比下降1.4%。

数据来源：农业农村部，观研天下整理

三、下游市场

近年来随着我国经济的不断发展，人均可支配收入的提高，人们对于绿色、健康的食品需求也不断提升。而牛奶作为营养素比较完全，营养价值很高且易于消化吸收，最适合于病人、幼儿老人食用的天然乳制品，人均消费量也不断增加。数据显示，2021年，奶类消费量5972万吨，比上年增长11.8%；人均奶类消费达42.29千克，比上年增长4.5千克，增幅处于历史高位，明显高于近10年3.6%的平均增长率。预计2022年奶类消费增至6374万吨，比上年增长6.8%，人均消费达到45.1千克。

但根据国家统计局发出的《居民收入继续稳步增长，居民消费支出持续恢复》一文中显示，2021年中国人均奶类消费量14.4kg，折合40g，只能达到推荐量300g的13.3%。而鉴于我国居民实际牛奶消费的低水平，新版指南中建议中国每人每天奶及奶制品的摄入量，要达到300克至500克。因此未来我国牛奶人均奶类消费量仍有很大提升空间。生鲜奶也将因此而受益。

数据来源：中国奶业协会，观研天下整理

目前我国神仙奶主要应用到乳制品市场中。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）。

2018年以来，我国乳制品产量逐年增加。数据显示，2021年我国乳制品产量为3031.7万吨，同比增长9%。其中液态奶产量为2842.98万吨，同比增长9.4%；干乳制品产量为188.68万吨，同比增长4.3%；奶粉产量为97.94万吨，同比下降3.3%。

数据来源：观研天下整理

销售市场也恢复活力，2018-2021年我国乳制品销量保持持续增长态势。数据显示，2021年我国乳制品销量从2018年的2682万吨增长到了3035万吨。不过，对标发达国家仍然有较大差距。根据弗若斯特沙利文数据，以统一折算为液态奶计，2019年我国人均乳制品消耗量为40.7公斤，仅为欧盟的16.4%，市场发展空间较大。到2021年也只有42.29千克。

数据来源：观研天下整理（WW）

目前随着人们生活水平提高、可支配收入增加及消费结构不断升级，对健康、口味、品种、口感等方面要求也有所提升，如现阶段市面上的0脂肪酸奶、无糖奶等，消费者需求发生变化。因此国内许多企业开始开发高端、特色乳制品，如蒙牛在2020年新推出了5款高端液态奶产品，其中常温酸奶与低温酸奶产品均要求由纯正生牛乳制成，对原料奶的需求加大。同时随着人们健康意识不断加强，以及疫情使得很多人对天然和较少加工的产品青睐程度提高，这将促进由生鲜乳制成的鲜奶需求上升。而高端液态奶只能用生鲜乳制成，并且对营养价值和风味要求较高。因此，随着下游乳制品市场对高端液态奶的需求提升，将带动国内原料奶需求的增长。由此生鲜奶也将因此而受益。

观研报告网发布的《中国生鲜奶行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029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 2018-2022年中国生鲜奶行业发展概述

第一节 生鲜奶行业发展情况概述

一、生鲜奶行业相关定义

二、生鲜奶特点分析

三、生鲜奶行业基本情况介绍

四、生鲜奶行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、生鲜奶行业需求主体分析

第二节 中国生鲜奶行业生命周期分析

一、生鲜奶行业生命周期理论概述

二、生鲜奶行业所属的生命周期分析

第三节 生鲜奶行业经济指标分析

一、生鲜奶行业的赢利性分析

二、生鲜奶行业的经济周期分析

三、生鲜奶行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球生鲜奶行业市场发展现状分析

第一节 全球生鲜奶行业发展历程回顾

第二节 全球生鲜奶行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲生鲜奶行业地区市场分析

一、亚洲生鲜奶行业市场现状分析

二、亚洲生鲜奶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲生鲜奶行业市场前景分析

第四节 北美生鲜奶行业地区市场分析

- 一、北美生鲜奶行业市场现状分析
- 二、北美生鲜奶行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美生鲜奶行业市场前景分析
- 第五节 欧洲生鲜奶行业地区市场分析
 - 一、欧洲生鲜奶行业市场现状分析
 - 二、欧洲生鲜奶行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲生鲜奶行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界生鲜奶行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球生鲜奶行业市场规模预测

第三章 中国生鲜奶行业产业发展环境分析

- 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、全社会消费品零售总额
 - 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 我国宏观经济环境对生鲜奶行业的影响分析
- 第三节 中国生鲜奶行业政策环境分析
 - 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 政策环境对生鲜奶行业的影响分析
- 第五节 中国生鲜奶行业产业社会环境分析

第四章 中国生鲜奶行业运行情况

- 第一节 中国生鲜奶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 中国生鲜奶行业市场规模分析
 - 一、影响中国生鲜奶行业市场规模的因素
 - 二、中国生鲜奶行业市场规模

- 三、中国生鲜奶行业市场规模解析
- 第三节中国生鲜奶行业供应情况分析
 - 一、中国生鲜奶行业供应规模
 - 二、中国生鲜奶行业供应特点
- 第四节中国生鲜奶行业需求情况分析
 - 一、中国生鲜奶行业需求规模
 - 二、中国生鲜奶行业需求特点
- 第五节中国生鲜奶行业供需平衡分析

第五章 中国生鲜奶行业产业链和细分市场分析

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

第六章 2018-2022年中国生鲜奶行业市场竞争分析

- 第一节中国生鲜奶行业竞争现状分析
 - 一、中国生鲜奶行业竞争格局分析
 - 二、中国生鲜奶行业主要品牌分析
- 第二节中国生鲜奶行业集中度分析
 - 一、中国生鲜奶行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国生鲜奶行业市场集中度分析
- 第三节中国生鲜奶行业竞争特征分析
 - 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 2018-2022年中国生鲜奶行业模型分析

第一节中国生鲜奶行业竞争结构分析（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

第二节中国生鲜奶行业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、中国生鲜奶行业SWOT分析结论

第三节中国生鲜奶行业竞争环境分析（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 2018-2022年中国生鲜奶行业需求特点与动态分析

第一节中国生鲜奶行业市场动态情况

第二节中国生鲜奶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

第三节生鲜奶行业成本结构分析

第四节生鲜奶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

第五节中国生鲜奶行业价格现状分析

第六节中国生鲜奶行业平均价格走势预测

一、中国生鲜奶行业平均价格趋势分析

二、中国生鲜奶行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国生鲜奶行业所属行业运行数据监测

第一节中国生鲜奶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

第二节中国生鲜奶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

第三节中国生鲜奶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 2018-2022年中国生鲜奶行业区域市场现状分析

第一节中国生鲜奶行业区域市场规模分析

一、影响生鲜奶行业区域市场分布的因素

二、中国生鲜奶行业区域市场分布

第二节中国华东地区生鲜奶行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生鲜奶行业市场分析

(1) 华东地区生鲜奶行业市场规模

(2) 华南地区生鲜奶行业市场现状

(3) 华东地区生鲜奶行业市场规模预测

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、华中地区生鲜奶行业市场分析

(1) 华中地区生鲜奶行业市场规模

(2) 华中地区生鲜奶行业市场现状

(3) 华中地区生鲜奶行业市场规模预测

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、华南地区生鲜奶行业市场分析

(1) 华南地区生鲜奶行业市场规模

(2) 华南地区生鲜奶行业市场现状

(3) 华南地区生鲜奶行业市场规模预测

第五节华北地区生鲜奶行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区生鲜奶行业市场分析

(1) 华北地区生鲜奶行业市场规模

(2) 华北地区生鲜奶行业市场现状

(3) 华北地区生鲜奶行业市场规模预测

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、东北地区生鲜奶行业市场分析

(1) 东北地区生鲜奶行业市场规模

(2) 东北地区生鲜奶行业市场现状

(3) 东北地区生鲜奶行业市场规模预测

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、西南地区生鲜奶行业市场分析

(1) 西南地区生鲜奶行业市场规模

(2) 西南地区生鲜奶行业市场现状

(3) 西南地区生鲜奶行业市场规模预测

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、西北地区生鲜奶行业市场分析

(1) 西北地区生鲜奶行业市场规模

(2) 西北地区生鲜奶行业市场现状

(3) 西北地区生鲜奶行业市场规模预测

第十一章 生鲜奶行业企业分析（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

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国生鲜奶行业发展前景分析与预测

第一节中国生鲜奶行业未来发展前景分析

一、生鲜奶行业国内投资环境分析

二、中国生鲜奶行业市场机会分析

三、中国生鲜奶行业投资增速预测

第二节中国生鲜奶行业未来发展趋势预测

第三节中国生鲜奶行业规模发展预测

一、中国生鲜奶行业市场规模预测

二、中国生鲜奶行业市场规模增速预测

三、中国生鲜奶行业产值规模预测

四、中国生鲜奶行业产值增速预测

五、中国生鲜奶行业供需情况预测

第四节中国生鲜奶行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国生鲜奶行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国生鲜奶行业进入壁垒分析

一、生鲜奶行业资金壁垒分析

二、生鲜奶行业技术壁垒分析

三、生鲜奶行业人才壁垒分析

四、生鲜奶行业品牌壁垒分析

五、生鲜奶行业其他壁垒分析

第二节生鲜奶行业风险分析

一、生鲜奶行业宏观环境风险

二、生鲜奶行业技术风险

三、生鲜奶行业竞争风险

四、生鲜奶行业其他风险

第三节中国生鲜奶行业存在的问题

第四节中国生鲜奶行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国生鲜奶行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国生鲜奶行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国生鲜奶行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 生鲜奶行业营销策略分析

一、生鲜奶行业产品策略

二、生鲜奶行业定价策略

三、生鲜奶行业渠道策略

四、生鲜奶行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600084.html>