

中国牛奶行业发展趋势调研与未来前景研究报告 (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《中国牛奶行业发展趋势调研与未来前景研究报告（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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/610507.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

牛奶是牛乳的俗称，其营养丰富、易消化吸收、物美价廉、食用方便，人称“白色血液”，是最理想的天然食品。从牛奶产业链来看，其上游主要为饲料行业及奶牛养殖行业；中游为牛奶的生产、加工及供应，其中生产加工出来的牛奶主要可分为生鲜奶（原奶）、消毒鲜奶（巴氏奶）和灭菌奶（常温奶）三大类；下游则主要是经过商超、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、供给市场

从供给市场来看，近些年来我国牛奶行业上游奶牛数量减少，但牛奶产量不断增加。奶牛数量和奶牛单产决定原奶供给，从我国牛奶行业上游奶牛养殖情况来看，过去我国奶牛养殖主要以小规模散户养殖为主，但随着国内对奶制品安全意识提高及奶牛监管力度提升，大量小规模散户被取缔，奶牛养殖规模化程度不断提升，奶牛数量也随之下降。从2014年到2021年，我国奶牛数量总体下降，2014年我国奶牛数量840万头，到2021年便下降至620万头，减少了220万头。

资料来源：观研天下整理

尽管近些年来国内奶牛数量下降，但是得益于引用国外各类型黑白奶公牛与各省、自治区、直辖市的本地母牛杂交选育而成的黑白花奶牛，我国奶牛单产奶量得到提升。黑白花奶牛现已经是我国特有的乳牛品种，并已遍布全国，成为我国产乳量最高、数量最多、分布最广的奶牛品种，这也使我国奶牛单产奶被动拉升，牛奶生产效率也在不断提升，牛奶产量也得到增长。从我国牛奶产量来看，自2017年开始国内牛奶产量开始逐年提升，2017年我国牛奶产量约为3038.62万吨；到2021年中国牛奶产量达到3683万吨，较上一年同比增长7.1%。另外，据国家统计局数据，今年上半年，我国牛奶产量同比增长8.4%，可以看出当前我国牛奶行业市场供给仍然持续保持着良好增产势头。

数据来源：国家统计局、农业农村部

二、消费市场

收入水平决定消费者购买力，也决定了其在牛奶饮食上的支出金额。近年来随着我国经济的不断发展，居民收入水平提升，居民消费意愿及能力增长，国内人均奶类消费量也得到增长。2016年我国人均奶类消费量12千克每人增长；到2021年我国人均奶类消费量增长至14.4千克每人，同比上涨10.8。

资料来源：中国统计年鉴、观研天下整理

消费来看，近些年来我国牛奶消费量平稳发展，牛奶市场销售额稳步增长。从2016到2019年我国牛奶消费量从12555千吨增长至12800千吨。到2020年，我国更是进口液态奶107.19万吨用于满足国内消费，进口量较2019年同比增长16%。国内牛奶销售额来看，从2014年到2019年我国牛奶市场销售额也从1021亿元左右增长至1218亿元。今年618期间，我国优质牛奶的品类也速增加，其中特仑苏官方旗舰店6月1日第一个小时的成交额就超过了去年同期。5月份，沙漠有机纯牛奶销量环比增长超过76%，销售占比增长超过113%。

当前我国牛奶行业市场上的牛奶主要包括生鲜奶、消毒鲜奶和灭菌奶三大种类。其中，“生鲜奶”是指未经杀菌、均质等工艺处理的原奶的俗称，因此市面上“生鲜奶”的终端消费较少，其主要是用于加工制造乳制品。“消毒鲜奶”则主要是指巴氏杀菌奶，即采用巴氏消毒法（62.8-65.6℃，30min或72-75℃，15-20s）制成的液态奶制品；“灭菌奶”则是指超高温灭菌奶，又叫常温奶，是牛奶经过超高温（135℃-150℃，4-7秒）的瞬间灭菌处理。对比我国常温奶和巴氏奶来看，常温奶可在常温中储存，可实现远距离运输，其价格更低，保质期也更长，但是其营养少，且口感一般；巴士奶需冷链运输，保质期较短，价格更高，但其营养丰富，且口感好。

我国常温奶和巴士奶对比

对比项

常温奶（灭菌奶）

巴氏奶（消毒鲜奶）

杀菌方式

UHT超高温灭菌法

巴氏杀菌法

储藏条件

常温储存、可远距离运输

低温储藏（2-6℃）、冷链运输

保质期

长达6-12个月

一般为5-20天

营养价值

维生素等热敏感物质被破坏、牛奶风味变化，营养少、口感一般

最大限度地保留了鲜奶的营养成分和口感，营养高、口感好

包装

百利包、利乐枕、利乐砖居多

塑料袋、塑料瓶、屋顶纸盒居多

渠道

依赖经销商

直营居多(送奶上门)

价格

价格低

价格较高，是常温奶的3-4倍

资料来源：观研天下整理

我国巴氏奶和常温奶销售额占比情况来看，目前可实现远距离运输，其价格更低，保质期也更长的常温奶仍是我国牛奶消费主力平类，其销售额占比一直维持在70%以上，但其需求增速疲软。相比之下，随着国内消费升级趋势，以及我国冷链运输的发展，近些年来，保质期较短，价格更高，但其营养丰富，且口感好的巴氏奶需求增长迅速。

我国冷链运输情况来看，近六年来我国冷藏车销量及保有量也均呈现逐年递增态势。根据数据显示，2016年我国冷藏车销售量约为22406辆；到2021年年底便增长至79865辆。冷藏车保有量来看，2016年其保有量约为11.5万辆；到2020年年底便增长至28.67万辆；初步测算，预计2021年其保有量将增长至36.5万辆。

资料来源：中汽协、观研天下整理

我国巴氏奶销售额变化情况来看，从2014年到2020年我国巴氏奶销售额占比从21.65%增长至27.%；相比之下，我国常温奶的销售额占比从2014年的78.35%下降至2020年的72.21%。预计2021年和2022年我国常温奶销售额占比将继续下降，而巴氏奶的销售额占比将继续增长。

资料来源：公开资料整理

三、发展趋势

总体来看，近些年来随着我国奶牛养殖规模化、标准化和现代化水平不断提高，国内牛奶生产效率也不断提升，牛奶产量也得到增长。当时值得注意的是当前我国养牛集中在中低端，养牛技术方面良莠不齐，缺少能拿的出手的高端系列。而且国内许多养殖场的用的都是比较传统的养殖方式，对于牛奶质量的把控也不够。

国内牛奶消费来看，尽管我国奶类人均消费量增加，牛奶消费量和销售额也得到提升，但是对比国外来看，我国牛奶消费市场还有很大发展空间。如今，世界年人均牛奶消费量约为100公斤，其中与我国饮食相近的日本其牛奶消费量约为120公斤，而我国则只有21.7公斤。而且在《中国居民膳食指南（2022）》中，其推荐每人每天饮奶300ml以上或相当量的奶制品，目前我国人均奶类消费量仅达到推荐量的13.3%。可以看出目前我国的牛奶消费普及度还处于需要继续提高阶段。未来随着市场培育的逐步深入,我国消费者的饮奶量有望继续上升。

另外，消费升级的到来使得国民健康意识的日益普及，特别是在后疫情时代，随着人们对健康意识增强，许多人更喜欢喝营养更高，口感更好的巴氏奶。而且冷链物流发展使得巴氏奶

区域性减弱，今年我国中共中央、国务院、交通运输部等均出台相关政策文件支持我国冷链物流行业的发展，推动冷链物流服务网络向农村延伸，完善产销冷链运输设施网络。这对我国巴氏奶市场来说无疑是一大利好因素。未来,随着我国人们消费升级，对食物追求的提高，以及国内冷链物流行业的进一步发展，国内营养更高，口感更好的巴氏奶市场份额将会持续增长。

2022年国家层面冷链物流行业部分政策情况

时间

部门

政策名称

重点内容

2022年

中共中央 国务院

关于做好2022年全面推进乡村振兴重点工作的意见

推动冷链物流服务网络向农村延伸，整县推进农产品产地仓储保鲜冷链物流设施建设，促进合作联营、成网配套。支持供销合作社开展县域流通服务网络建设提升行动，建设县域集采集配中心。

2022年

交通运输部 国家铁路局等部门

关于加快推进冷链物流运输高质量发展的实施意见

完善产销冷链运输设施网络。支持有条件的县级物流中心和乡镇运输服务站拓展冷链物流服务功能，为农产品产地预冷、冷藏保鲜、移动仓储、低温分拣等设施设备提供运营场所，改善农产品产地“最初一公里”冷链物流设施条件。

资料来源：观研天下整理（LQM）

观研报告网发布的《中国牛奶行业发展趋势调研与未来前景研究报告（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年中国牛奶行业发展概述

第一节 牛奶行业发展情况概述

- 一、牛奶行业相关定义
- 二、牛奶特点分析
- 三、牛奶行业基本情况介绍
- 四、牛奶行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、牛奶行业需求主体分析

第二节 中国牛奶行业生命周期分析

- 一、牛奶行业生命周期理论概述
- 二、牛奶行业所属的生命周期分析

第三节 牛奶行业经济指标分析

- 一、牛奶行业的赢利性分析
- 二、牛奶行业的经济周期分析
- 三、牛奶行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球牛奶行业市场发展现状分析

第一节 全球牛奶行业发展历程回顾

第二节 全球牛奶行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲牛奶行业地区市场分析

- 一、亚洲牛奶行业市场现状分析
- 二、亚洲牛奶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲牛奶行业市场前景分析

第四节北美牛奶行业地区市场分析

一、北美牛奶行业市场现状分析

二、北美牛奶行业市场规模与市场需求分析

三、北美牛奶行业市场前景分析

第五节欧洲牛奶行业地区市场分析

一、欧洲牛奶行业市场现状分析

二、欧洲牛奶行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲牛奶行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界牛奶行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球牛奶行业市场规模预测

第三章 中国牛奶行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对牛奶行业的影响分析

第三节中国牛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

第四节政策环境对牛奶行业的影响分析

第五节中国牛奶行业产业社会环境分析

第四章 中国牛奶行业运行情况

第一节中国牛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

第二节中国牛奶行业市场规模分析

一、影响中国牛奶行业市场规模的因素

二、中国牛奶行业市场规模

三、中国牛奶行业市场规模解析

第三节中国牛奶行业供应情况分析

一、中国牛奶行业供应规模

二、中国牛奶行业供应特点

第四节中国牛奶行业需求情况分析

一、中国牛奶行业需求规模

二、中国牛奶行业需求特点

第五节中国牛奶行业供需平衡分析

第五章 中国牛奶行业产业链和细分市场分析

第一节中国牛奶行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、牛奶行业产业链图解

第二节中国牛奶行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对牛奶行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对牛奶行业的影响分析

第三节我国牛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年中国牛奶行业市场竞争分析

第一节中国牛奶行业竞争现状分析

一、中国牛奶行业竞争格局分析

二、中国牛奶行业主要品牌分析

第二节中国牛奶行业集中度分析

一、中国牛奶行业市场集中度影响因素分析

二、中国牛奶行业市场集中度分析

第三节中国牛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年中国牛奶行业模型分析

第一节中国牛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

第二节中国牛奶行业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、中国牛奶行业SWOT分析结论

第三节中国牛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年中国牛奶行业需求特点与动态分析

第一节中国牛奶行业市场动态情况

第二节中国牛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

第三节牛奶行业成本结构分析

第四节牛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

第五节中国牛奶行业价格现状分析

第六节中国牛奶行业平均价格走势预测

一、中国牛奶行业平均价格趋势分析

二、中国牛奶行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国牛奶行业所属行业运行数据监测

第一节 中国牛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 中国牛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 中国牛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年中国牛奶行业区域市场现状分析

第一节 中国牛奶行业区域市场规模分析

一、影响牛奶行业区域市场分布的因素

二、中国牛奶行业区域市场分布

第二节 中国华东地区牛奶行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区牛奶行业市场分析

(1) 华东地区牛奶行业市场规模

(2) 华南地区牛奶行业市场现状

(3) 华东地区牛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、华中地区牛奶行业市场分析

(1) 华中地区牛奶行业市场规模

(2) 华中地区牛奶行业市场现状

(3) 华中地区牛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、华南地区牛奶行业市场分析

(1) 华南地区牛奶行业市场规模

(2) 华南地区牛奶行业市场现状

(3) 华南地区牛奶行业市场规模预测

第五节华北地区牛奶行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区牛奶行业市场分析

(1) 华北地区牛奶行业市场规模

(2) 华北地区牛奶行业市场现状

(3) 华北地区牛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、东北地区牛奶行业市场分析

(1) 东北地区牛奶行业市场规模

(2) 东北地区牛奶行业市场现状

(3) 东北地区牛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、西南地区牛奶行业市场分析

(1) 西南地区牛奶行业市场规模

(2) 西南地区牛奶行业市场现状

(3) 西南地区牛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、西北地区牛奶行业市场分析

(1) 西北地区牛奶行业市场规模

(2) 西北地区牛奶行业市场现状

(3) 西北地区牛奶行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国牛奶行业市场规模区域分布预测

第十一章 牛奶行业企业分析（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

.....

第十二章 2022-2029年中国牛奶行业发展前景分析与预测

第一节 中国牛奶行业未来发展前景分析

一、牛奶行业国内投资环境分析

二、中国牛奶行业市场机会分析

三、中国牛奶行业投资增速预测

第二节 中国牛奶行业未来发展趋势预测

第三节 中国牛奶行业规模发展预测

一、中国牛奶行业市场规模预测

二、中国牛奶行业市场规模增速预测

三、中国牛奶行业产值规模预测

四、中国牛奶行业产值增速预测

五、中国牛奶行业供需情况预测

第四节 中国牛奶行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国牛奶行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国牛奶行业进入壁垒分析

一、牛奶行业资金壁垒分析

二、牛奶行业技术壁垒分析

三、牛奶行业人才壁垒分析

四、牛奶行业品牌壁垒分析

五、牛奶行业其他壁垒分析

第二节 牛奶行业风险分析

一、牛奶行业宏观环境风险

二、牛奶行业技术风险

三、牛奶行业竞争风险

四、牛奶行业其他风险

第三节 中国牛奶行业存在的问题

第四节 中国牛奶行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国牛奶行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国牛奶行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国牛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 牛奶行业营销策略分析

一、牛奶行业产品策略

二、牛奶行业定价策略

三、牛奶行业渠道策略

四、牛奶行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202209/610507.html>