

中国奶酪行业发展趋势分析与投资前景研究报告 (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《中国奶酪行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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/202205/595352.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

奶酪是一种发酵的牛奶制品，又称之为干酪，含有丰富的蛋白质、钙、脂肪、磷和维生素等营养成分。奶酪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。奶酪是乳制品产业链的升级形态，可分为天然奶酪和再制干酪。其中天然奶酪又分为成熟奶酪、新鲜奶酪、蓝纹奶酪；再制干酪包括涂抹式，芝士片，奶酪棒等。

奶酪分类

奶酪大类

奶酪小类

细分类型

具体品种

天然奶酪

成熟奶酪

硬质奶酪

车达，古达，蒙特利杰克等

软质奶酪

卡蒙贝尔、布里等

新鲜奶酪

奶油奶酪，马苏里拉等

蓝纹奶酪

蓝纹，洛克福等

再制干酪

涂抹式，芝士片，奶酪棒等

资料来源：观研天下整理

一、市场发展现状

虽然相较于液态奶、酸奶等乳制品，现代工业化的奶酪产业在我国市场起步较晚。但近年来随着奶业供给侧结构性改革力度加大和消费升级的加快，奶酪营养价值认可度提高，适合中国消费者口味、且与中餐相配的奶酪产品不断上市，我国奶酪消费将迎来新的发展阶段，市场可拓展的空间逐渐扩大。目前我国奶酪已经不仅局限于儿童奶酪、餐饮，在乳饮品、茶饮、零食等方面也都有很好的应用。数据显示，2020年我国奶酪行业市场规模从2015年的34.66亿元增长到了88.43亿元，较2019年同比增长22.72%。预计到2022年，我国奶酪市场规模将达到150亿元。

数据来源：观研天下整理

同时随着消费水平逐步提升，年轻群体正成为消费的主力军，奶酪被越来越多的人接受，由此使得我国奶酪市场呈现出快速增长的趋势。2020年国内人均奶酪消费支出占乳制品总支出的比例已从2015年的1.00%提高到2.13%。到2021年我国奶酪产量为37.3万吨，表观需求量为54.9万吨，奶酪产量、表观需求量较2020年均有所上升。

数据来源：OECD，观研天下整理

目前我国奶酪销量仍以餐饮为主体，且呈现稳步增长。有数据显示，2021年我国餐饮领域奶酪消费量为15.56万吨，占总销量的66%。

数据来源：观研天下整理

零售市场方面，受益于奶酪棒为代表的再制干酪驱动销量大幅增长。数据显示，2021年我国奶酪零售销量达8.16万吨，占总销量的34%。

数据来源：观研天下整理

其中以再制干酪为主，2021年占总零售市场的74.7%；预计2022年占比将达到92%。而在其中奶酪棒因为其口味更容易被消费者接受，迅速走红，成为驱动零售奶酪销量增长的主要驱动力之一。例如妙可蓝多高钙奶酪棒月销量在2万+，目前已热销30亿支，伊利高钙奶酪棒月销量在1万+，奶酪博士金装奶酪棒月销量在1万+，良品铺子高钙棒棒奶酪月销量在7000+。

数据来源：观研天下整理

从消费群体来看，儿童是我国奶酪主要消费群体。有数据显示，2020年我国儿童领域奶酪零售额占比达到64%，而家庭佐餐消费和成人消费仅占33%和3%。由此可将，目前我国奶酪认知仍有待提升。

数据来源：观研天下整理

价格方面，受国内外受天气、劳动力短缺、饲养成本等问题的影响，原料原奶价格有所上涨，从而使得奶酪价格近十年以来一直保持上涨趋势。数据显示，2021年我国奶酪价格为40530元/吨，同比增长约2.1%。

数据来源：OECD，观研天下整理

二、进出口市场

目前我国奶酪主要依靠于进口。这主要是由于我国奶酪行业尚处于起步阶段，且因饮食习惯

不同、奶源和加工成本等问题，我国奶酪产业多年以来进口数量远多于出口数量，使得进口依存度处在较高的水平。数据显示，2021年我国奶酪出口数量为0.017万吨；而进口数量为17.62万吨，同比增长36.3%。

数据来源：中国海关，观研天下整理

从进口来源国来看，新西兰、澳大利亚、丹麦、法国、美国、荷兰等地区是我国奶酪产品主要进口地区。数据显示，2021年我国从新西兰进口奶酪40911万美元，占比达到50.3%，是我国奶酪进口第一大地区；其次为澳大利亚，向其进口奶酪10805万美元，占比为13.3%。

数据来源：中国海关，观研天下整理

三、市场竞争情况

在市场向好的环境下，吸引了乳企、互联网新势力甚至是外企的目光。一时之间，国内奶酪市场陷入混战。仅单独的奶酪棒，就有包括伊利、蒙牛、光明等在内的乳业巨头，妙可蓝、认养一头牛、妙飞、妙可、思克奇和奶酪博士等新锐品牌以及百吉福、安佳等外国品牌。而一些互联网零食品牌如良品铺子，也在近期加入到奶酪市场的大混战之中。有相关资料显示，近两年来国内奶酪品牌数量呈现快速增长态势。目前已有超过两千家与“奶酪”有关的企业。除了有消费者较为熟知的妙可蓝多、百吉福之外，还有伊利、蒙牛、光明等乳业巨头以及奶酪博士、卡士等新锐品牌参与其中。而从2020年开始进入价格战，从今年5月开始，百吉福加入新一轮价格战中，市场竞争进一步加剧。

目前国内奶酪市场已形妙可蓝多、百吉福在前的市场格局。但在2018年之前由于奶酪中国本土化进程缓慢以及海外品牌在技术、资金、品牌等领域有着积累与优势，使得国内奶酪市场主要被百吉福、乐芝牛、安佳等外国品牌垄断。进入2018年之后，妙可蓝多迅猛出击，并以3.9%的市占率位居第六位。在随后的几年间，妙可蓝多快速地占据国内市场，在奶酪业务上实现了5年增长25倍的“神话”。到2020年，妙可蓝多市场份额升至第二，仅次于排名第一的百吉福，两者共同占据了近50%的市场份额，行业格局开始初步形成。2021年7月为了扩大在奶酪市场的影响力，蒙牛以30亿元现金认购，控股妙可蓝多。在蒙牛的加持下，妙可蓝多在同年市占率升至第一位，拿到了27.7%的份额，首度超越法国百吉福成为中国第一奶酪品牌。

数据来源：观研天下整理

目前妙可蓝多已成为国内自有产线最多和生产能力最大的奶酪龙头企业，推出了奶酪棒、马苏里拉奶酪等爆款产品。根据财报数据显示，2016至2021年间，妙可蓝多销售费用大幅增长。数据显示，2021年妙可蓝多奶酪营收从2016年的137.92百万元增长至3334.84百万元，产品毛利率增长至48.5%。

妙可蓝多企业优势

保障优质原料

妙可蓝多精选欧洲与大洋洲的奶酪原料供应商，充分利用他们优质的奶源与成熟的奶酪工业化初加工技术，从原料端保障妙可蓝多奶酪棒的品质稳定。

创新优化配方

妙可蓝多积累了丰富的奶酪棒配方技术经验，加上多年来通过市场洞察得到的消费者反馈，让妙可蓝多不拘泥于使用干酪添加比例作为配方噱头，而是在干酪添加品种、添加比例、产品口感口味和国内消费者喜好上寻找平衡，用均衡营养的配比制造每一款奶酪棒产品。

储备稀缺奶酪研发人才

妙可蓝多从布局奶酪行业开始，就十分重视创新研发能力的培育，积极扩充研发人才的储备，同时大力推动公司与专业营养研究机构的合作，目前妙可蓝多已成为奶酪行业内研发人员数量最多的品牌，用超前的研发能力推动产品的更新迭代。

全过程品控保障

妙可蓝多目前在国内拥有5家工厂，为目前国内奶酪行业产能最大的企业，自有工厂也成为妙可蓝多全过程品控保障的先决条件。各个工厂生产车间环境达到超洁净标准，奶酪棒灌装环节实现全自动流程，从源头上避免产品质量隐患。同时公司实行全员、全面、全过程的全产业链质量管理，确保从产品出厂到消费者手中的各个阶段践行产品质量管理规范流程。过程决定结果，2021年妙可蓝多达成食品安全0事故、产品抽检、出厂检验100%合格，品牌用高于行业的质量水平吸引每一个消费者成为忠实用户。

注重细节把控

奶酪棒作为妙可蓝多旗下第一大单品，品牌对产品细节的把控近乎吹毛求疵：例如妙可蓝多奶酪棒的外形设计看似简单，但最初也经历了成千上万次的实验才得到如今完美的设计方案，全包围流线型的外壳设计让壳体在保护奶酪的同时也做到了不沾壁的效果。此外，壳体包材也选择使用了对环境更友好的PVC包材，兼顾包装轻量化的理念进行壳体厚度优化。

行业聚焦战略

妙可蓝多凭借着对奶酪行业的聚焦战略与同行业品牌拉开了差距，从产品口味、消费者习惯把控、行业认知等多方面超越其他品牌。

资料来源：观研天下整理

四、市场发展前景

目前我国奶酪行业尚处于起步阶段，预计随着消费者消费水平的不断提升以及对餐饮多样化的需求，奶酪产品将越来越受我国消费者的认可，未来发展前景广阔。一是在奶业发达国家，奶酪属于日常饮食，品种丰富多样，占乳制品消费总量的70%。但我国奶酪消费局限于高端消费群体和少数民族聚居地，2021年我国奶酪人均消费量约为0.4千克，与美国（人均消

费量17千克)、澳大利亚(人均消费量11千克)、加拿大(人均消费量11千克)等相比仍有很大差距。由此可将,我国有着奶酪人均消费量仍有着较大的提升空间。

数据来源:观研天下整理(WW)

二是目前零售奶酪主要主要在儿童领域发展,其他年龄层的成人奶酪产品还相对较少,市场尚未真正发展起来。例如当前奶酪棒品牌仍然以儿童奶酪棒品类为主,主要面向儿童群体,并没有太多面向以Z世代为代表的年轻消费群体所推出的奶酪棒产品。而除了儿童以外,青年、中老年等不同群体对奶酪都有消费需求,虽然不同群体对于奶酪产品有着不同的要求,但是这些人群也都是奶酪零食的潜在消费者。比如年轻女性可能更倾向于健康、低脂的奶酪,老年人更需要加钙的奶酪。对此有相关分析认为,跳出儿童奶酪市场,开发适合成人的奶酪零食,将是企业发展的另一机会。

三是消费者的需求推动了奶酪产业的发展。在我国婴配粉、液态奶等乳制品品类竞争已经呈现白热化的时期,而奶酪尚处发展初期,在乳制品消费升级的背景下,奶酪正成为未来乳品行业的主要增长点,奶酪零食化趋势显现。为了提升奶酪的消费量,不少企业都在研发符合我国消费者口味的产品,并且把奶酪逐渐向零食区域靠拢,创新出不少奶酪零食产品。

观研报告网发布的《中国奶酪行业发展趋势分析与投资前景研究报告(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、奶酪特点分析
- 三、奶酪行业基本情况介绍
- 四、奶酪行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、奶酪行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2018-2022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 全球奶酪行业市场规模与区域分布情况

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 2022-2029年世界奶酪行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球奶酪行业市场规模预测

第三章 中国奶酪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奶酪行业的影响分析

第三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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对奶酪行业的影响分析

第五节中国奶酪行业产业社会环境分析

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

- 一、影响中国奶酪行业市场规模的因素
- 二、中国奶酪行业市场规模
- 三、中国奶酪行业市场规模解析

第三节中国奶酪行业供应情况分析

- 一、中国奶酪行业供应规模
- 二、中国奶酪行业供应特点

第四节中国奶酪行业需求情况分析

一、中国奶酪行业需求规模

二、中国奶酪行业需求特点

第五节中国奶酪行业供需平衡分析

第五章 中国奶酪行业产业链和细分市场分析

第一节中国奶酪行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、奶酪行业产业链图解

第二节中国奶酪行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对奶酪行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对奶酪行业的影响分析

第三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

第六章 2018-2022年中国奶酪行业市场竞争分析

第一节中国奶酪行业竞争现状分析

一、中国奶酪行业竞争格局分析

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年中国奶酪行业模型分析

第一节中国奶酪行业竞争结构分析（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

第二节中国奶酪行业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、中国奶酪行业SWOT分析结论

第三节中国奶酪行业竞争环境分析（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年中国奶酪行业需求特点与动态分析

第一节中国奶酪行业市场动态情况

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、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、中国奶酪行业平均价格趋势分析

二、中国奶酪行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国奶酪行业所属行业运行数据监测

第一节 中国奶酪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 中国奶酪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 中国奶酪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析

一、影响奶酪行业区域市场分布的因素

二、中国奶酪行业区域市场分布

第二节 中国华东地区奶酪行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区奶酪行业市场分析

(1) 华东地区奶酪行业市场规模

(2) 华南地区奶酪行业市场现状

(3) 华东地区奶酪行业市场规模预测

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、华中地区奶酪行业市场分析

(1) 华中地区奶酪行业市场规模

(2) 华中地区奶酪行业市场现状

(3) 华中地区奶酪行业市场规模预测

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、华南地区奶酪行业市场分析

(1) 华南地区奶酪行业市场规模

(2) 华南地区奶酪行业市场现状

(3) 华南地区奶酪行业市场规模预测

第五节 华北地区奶酪行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区奶酪行业市场分析

(1) 华北地区奶酪行业市场规模

(2) 华北地区奶酪行业市场现状

(3) 华北地区奶酪行业市场规模预测

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、东北地区奶酪行业市场分析

(1) 东北地区奶酪行业市场规模

(2) 东北地区奶酪行业市场现状

(3) 东北地区奶酪行业市场规模预测

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、西南地区奶酪行业市场分析

(1) 西南地区奶酪行业市场规模

(2) 西南地区奶酪行业市场现状

(3) 西南地区奶酪行业市场规模预测

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、西北地区奶酪行业市场分析

(1) 西北地区奶酪行业市场规模

(2) 西北地区奶酪行业市场现状

(3) 西北地区奶酪行业市场规模预测

第十一章 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 中国奶酪行业规模发展预测

- 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

第十三章 2022-2029年中国奶酪行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 奶酪行业风险分析

- 一、奶酪行业宏观环境风险
- 二、奶酪行业技术风险
- 三、奶酪行业竞争风险
- 四、奶酪行业其他风险

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

第十四章 2022-2029年中国奶酪行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国奶酪行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国奶酪行业进入策略分析

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 奶酪行业营销策略分析

一、奶酪行业产品策略

二、奶酪行业定价策略

三、奶酪行业渠道策略

四、奶酪行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202205/595352.html>