

2024-2029年中国牛奶行业投资分析及深度研究咨询报告

报告简介

乳是哺乳类雌性动物乳腺分泌的液体，以乳作为主要原料生产的各种产品称为乳制品。以乳汁制成的乳制品品种繁多，如液态奶、奶粉、奶酪、炼乳、乳脂、冰淇淋等，在饮食生活当中也起着重要的作用。

中国乳业起步晚、起点低，但发展迅速。近年来，随着我国消费者对国产乳制品的信心进一步恢复，以及国际市场乳制品价格的提升。2019年1-

12月，全国乳制品累计产量为2719.40万吨，同比增长了5.6%。2020年1-

4月，全国乳制品累计产量为778.30万吨，同比降低了7.6%。2020年1-

12月，我国乳制品进口量328万吨，比上年增10.3%；进口额117亿美元，比上年增5.3%；出口量4.29万吨，比上年减20.8%；出口额4.57亿美元，比上年增6.1%。分品种看，鲜奶、乳清、奶油、奶酪增长迅猛，奶粉进口下降。

企业运营方面，2019年1-

12月，规模以上乳企主营业务收入3947.0亿元，同比增长10.2%，利润总额379.3亿元，同比增长61.4%；毛利率22.45%，比1-11月数据增加0.05个百分点，销售利润率9.6%，比1-

11月数据增加0.2个百分点。从细分行业的经济指标来看，乳粉的毛利率和销售利润率均高于液体乳和其他乳制品。

2018年12月25日，经国务院同意，农业农村部、发展改革委、科技部、工业和信息化部、财政部、商务部、卫生健康委、市场监管总局、银保监会联合印发《关于进一步促进奶业振兴的若干意见》，加大支持力度，促进奶业振兴发展，提出到2025年全国奶类产量达到4500万吨，切实提升我国奶业发展质量、效益和竞争力。2019年6月3日，国家发改委联、工信部等联合印发了《国产婴幼儿配方乳粉提升行动方案》。《方案》提出，力争婴幼儿配方乳粉自给水平稳定在60%以上，同时鼓励国内外企业合作与公平竞争。2019年6月26日，国家市场监督管理总局对《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法（征求意见稿）》公开征求意见。此次修订的《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法（征求意见稿）》说明中提到，申请人应具有完整生产工艺，其中明确7种不予注册的情形，并进一步加大违规惩罚力度等。

2020年疫情期间，国家卫健委发布《新型冠状病毒感染的肺炎防治营养膳食指导》，建议每天摄入300克的奶及奶制品。调查显示，91.1%的公众对此类倡议表示关注。96%的公众认为喝奶对免疫力的作用大。有29.3%的公众认为乳制品中乳铁蛋白成分有助于提升免疫力。分析认为，疫情带来公众健康意识和方式的转变，为乳制品消费升级带来了新的机遇，鼓励乳品企业不断挖掘适合中国公众营养需要的多元化、功能化特色产品。2020年12月30日，市场监管总局印发《乳制品质量安全提升行动方案》，积极推进社会共治，充分发挥行业协会诚信建设、科普宣传作用。

牛奶行业研究报告主要分析了牛奶行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、牛奶行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客

观、公正、系统，真实准确地反映了我国牛奶行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 行业概况分析

第一章 中国牛奶行业概况分析

第一节 牛奶行业定义统计标准

一、牛奶定义、分类及主要生产地

二、牛奶行业统计部门和统计口径

三、牛奶行业产业链结构分析

四、牛奶行业发展周期分析

第二节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、竞争激烈程度指标

七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 牛奶行业经济环境分析

一、国际宏观经济分析

1、国际宏观经济现状分析

2、国际宏观经济及对牛奶行业影响

二、国内宏观经济分析

1、国内宏观经济现状分析

2、国内宏观经济及对牛奶行业影响

三、牛奶行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国牛奶行业社会环境分析

一、我国人口因素及对牛奶行业影响

二、牛奶人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对牛奶行业影响

第五节 中国牛奶行业技术环境分析

一、行业生产技术

二、行业生产技术发展趋势

第二章 2019-2023年全球牛奶行业市场发展状况分析

第一节 2019-2023年世界牛奶行业发展状况

一、世界牛奶行业生产情况

二、世界牛奶消费及趋势分析

三、世界牛奶行业发展趋势分析

第二节 美国牛奶行业现状分析

一、美国牛奶行业的市场现状

二、美国牛奶行业的市场特征

第三节 日本牛奶行业现状分析

一、日本牛奶行业的市场规模

二、日本牛奶行业的市场特征

第四节 欧洲牛奶行业市场状况

一、欧洲牛奶行业的市场现状

二、欧洲牛奶行业的市场特征

第三章 2019-2023年我国牛奶行业现状及市场发展分析

第一节 2019-2023年我国牛奶行业发展现状

一、牛奶行业市场规模

二、牛奶行业产品发展现状

三、牛奶行业消费市场现状

第二节 2019-2023年牛奶行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2019-2023年牛奶市场结构和价格走势分析

一、2019-2023年我国牛奶市场结构和价格走势概述

二、2019-2023年我国牛奶市场结构分析

三、2019-2023年我国牛奶市场价格走势分析

第四节 2019-2023年重点城市牛奶市场发展情况

第二部分 行业市场分析

第四章 2019-2023年中国牛奶行业财务指标与供需情况分析

第一节 2019-2023年中国牛奶行业经济运行主要特点

第二节 2019-2023年牛奶行业财务指标分析

一、牛奶行业经营效益

二、牛奶行业盈利能力

三、牛奶行业运营能力

四、牛奶行业偿债能力

五、牛奶行业发展能力

第三节 2019-2023年全国牛奶行业供给情况分析

一、全国牛奶行业总产值分析

二、全国牛奶行业产成品分析

三、各地区牛奶行业供给情况分析

第四节 2019-2023年全国牛奶行业需求情况分析

一、全国牛奶行业销售产值分析

二、全国牛奶行业销售收入分析

三、各地区牛奶行业需求情况分析

四、全国牛奶行业产销率分析

第五节 2019-2023年中国牛奶行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、牛奶行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、牛奶行业进口前景及建议

第五章 牛奶区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第六章 中国牛奶行业消费市场分析

第一节 中国牛奶消费者收入分析

一、我国市民生活习惯分析

二、2019-2023年消费者收入水平

三、2019-2023年消费者信心指数分析

第二节 牛奶行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 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、2019-2023年牛奶品牌市场消费需求趋势

第四节 牛奶消费市场状况分析

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

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 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、消费者经常购买的品牌调查
- 五、牛奶行业品牌忠诚度调查
- 六、牛奶行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三部分 行业竞争分析

第七章 牛奶行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2019-2023年牛奶行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外牛奶竞争分析

二、2019-2023年我国牛奶市场竞争分析

三、2019-2023年我国牛奶市场集中度分析

四、2024-2029年国内主要牛奶企业动向

五、2019-2023年国内牛奶拟在建项目分析

第四节 牛奶市场竞争策略分析

一、2019-2023年牛奶市场增长潜力分析

二、2019-2023年牛奶主要潜力品种分析

三、现有牛奶产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 牛奶企业竞争策略分析

- 一、牛奶行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2024-2029年我国牛奶市场竞争趋势
- 三、2024-2029年牛奶行业竞争策略分析
- 四、2024-2029年牛奶企业竞争策略分析

第八章 主要牛奶企业竞争分析

第一节 伊利(内蒙古伊利实业集团股份有限公司)

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第二节 蒙牛(内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司)

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第三节 杭州娃哈哈集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第四节 厦门银鹭集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2019-2023年经营状况

四、2024-2029年发展战略

第五节 养乐多(中国)投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第六节 光明乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 中国旺旺控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节 河北养元智汇饮品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九节 深圳市晨光乳业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十节 浙江百家万安门业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九章 牛奶行业发展趋势与前景预测

第一节 我国牛奶行业前景与机遇分析

一、我国牛奶行业发展前景

二、我国牛奶发展机遇分析

第二节 2024-2029年中国牛奶市场趋势分析

一、2019-2023年牛奶市场趋势总结

二、2024-2029年牛奶市场发展空间

三、2024-2029年牛奶产业政策趋向

四、2024-2029年牛奶技术革新趋势

五、2024-2029年牛奶价格走势分析

六、2024-2029年国际环境对行业的影响

七、2024-2029年牛奶发展趋势分析

第三节 未来牛奶需求与消费预测

一、2024-2029年牛奶产品消费预测

二、2024-2029年牛奶市场规模预测

三、2024-2029年牛奶行业总产值预测

四、2024-2029年牛奶行业销售收入预测

第四节 2024-2029年中国牛奶行业供需预测

- 一、2024-2029年中国牛奶供给预测
- 二、2024-2029年中国牛奶需求预测
- 三、2024-2029年中国牛奶供需平衡预测
- 四、2024-2029年中国牛奶产品价格趋势
- 五、2024-2029年主要牛奶产品进出口预测

第十章 牛奶行业投资现状与投资环境分析

第一节 2019-2023年牛奶行业投资情况分析

- 一、2019-2023年总体投资及结构
- 二、2019-2023年投资规模及增长率分析
- 三、2019-2023年分行业投资分析
- 四、2019-2023年分地区投资分析
- 五、2019-2023年外商投资情况

第二节 我国融资环境分析

第十一章 牛奶行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2019-2023年相关产业活力系数比较
- 二、2019-2023年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2019-2023年相关产业投资收益率比较
- 二、2019-2023年行业投资收益率分析

第三节 牛奶行业投资效益分析

- 一、2019-2023年牛奶行业投资状况分析
- 二、2024-2029年牛奶行业投资效益分析

三、2024-2029年牛奶行业投资趋势预测

四、2024-2029年牛奶行业的投资方向

五、2024-2029年牛奶行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响牛奶行业发展的主要因素

一、2024-2029年影响牛奶行业运行的有利因素分析

二、2024-2029年影响牛奶行业运行的不利因素分析

三、2024-2029年我国牛奶行业发展面临的挑战分析

四、2024-2029年我国牛奶行业发展面临的机遇分析

第五节 牛奶行业投资风险及控制策略分析

一、2024-2029年牛奶行业市场风险及控制策略

二、2024-2029年牛奶行业政策风险及控制策略

三、2024-2029年牛奶行业经营风险及控制策略

四、2024-2029年牛奶行业技术风险及控制策略

五、2024-2029年牛奶行业同业竞争风险及控制策略

六、2024-2029年牛奶行业其他风险及控制策略

第十二章 牛奶行业投资战略研究

第一节 牛奶行业发展战略研究

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

第二节 对我国牛奶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、牛奶实施品牌战略的意义

三、牛奶企业品牌的现状分析

四、我国牛奶企业的品牌战略

五、牛奶品牌战略管理的策略

第三节 牛奶经营策略分析

一、牛奶市场细分策略

二、牛奶市场创新策略

三、牛奶品牌定位与品类规划

四、牛奶新产品差异化战略

第十三章 中道泰和投资战略研究

第一节 2019-2023年牛奶行业投资战略

第二节 2024-2029年牛奶行业投资战略

图表目录

图表：2019-2023年我国牛奶行业主要经济指标

图表：2019-2023年我国牛奶出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2019-2023年牛奶销售收入

图表：2019-2023年牛奶销售收入增长趋势图

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业销售额

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业销售额对比图

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业销售额对比图

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业销售额

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业销售额

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业销售额对比图

图表：2019-2023年牛奶利润总额

图表：2019-2023年牛奶利润总额增长趋势图

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业利润总额

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业利润总额对比图

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业利润总额

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业利润总额对比图

图表：2019-2023年牛奶资产总额

图表：2019-2023年牛奶总资产增长趋势图

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业总资产

图表：2019-2023年牛奶不同规模企业总资产对比图

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业总资产

图表：2019-2023年牛奶不同所有制企业总资产对比图

图表：2019-2023年牛奶亏损面

图表：2019-2023年牛奶亏损企业亏损总额

图表：2019-2023年牛奶销售毛利率趋势图

图表：2019-2023年牛奶成本费用率

图表：2019-2023年牛奶成本费用利润率趋势图

图表：2019-2023年牛奶销售利润率趋势图

图表：2019-2023年牛奶应收账款周转率对比图

图表：2019-2023年牛奶流动资产周转率对比图

图表：2019-2023年牛奶总资产周转率对比图

图表：2019-2023年牛奶资产负债率对比图

图表：2019-2023年牛奶利息保障倍数对比图

图表：2019-2023年中国牛奶发展能力

图表：2019-2023年中国牛奶竞争力

图表：2019-2023年牛奶市场调查对象情况

图表：2019-2023年牛奶消费者消费习惯调查

图表：2019-2023年消费者对牛奶产品价格认同情况调查

图表：2019-2023年消费者购买渠道情况调查

图表：2019-2023年牛奶消费者品牌状况调查

图表：2019-2023年中国消费者牛奶品牌构成

图表：2019-2023年牛奶消费者性别比例

图表：2019-2023年牛奶消费者年龄分布

图表：2019-2023年牛奶消费者购买频率

图表：2019-2023年牛奶消费者购买牛奶的规格

图表：2019-2023年牛奶消费者购买牛奶消费金额

图表：2019-2023年消费者牛奶关注度调查

图表：2019-2023年影响消费者购买的因素调查

图表：2024-2029年中国牛奶产能预测

图表：2024-2029年中国牛奶消费量预测

图表：2024-2029年中国牛奶市场前景预测

图表：2024-2029年中国牛奶市场价格走势预测

图表：2024-2029年中国牛奶发展前景预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址：<https://www.51baogao.cn/yinliao/niunai.shtml>

在线订购：[点击这里](#)