

2024-2030年中国奶酪行业发展策略分析及投资前景研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国奶酪行业发展策略分析及投资前景研究报告》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.chyxx.com/research/202110/980864.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

由智研咨询专家团队精心编制的《2024-2030年中国奶酪行业发展策略分析及投资前景研究报告》（以下简称《报告》）重磅发布，《报告》旨在从国家经济及产业发展的战略入手，分析奶酪行业未来的市场走向，挖掘奶酪行业的发展潜力，预测奶酪行业的发展前景，助力奶酪业的高质量发展。

报告从2022年全国奶酪行业发展环境、上下游产业链、国内外基本情况、细分市场、区域市场、竞争格局等角度，系统、客观的对我国奶酪行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国奶酪行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国奶酪行业发展状况的著作，对于全面了解中国奶酪行业的发展状况、开展与奶酪行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事奶酪行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。

奶酪是由牛奶经浓缩、发酵而成的奶制品，被称为“奶黄金”。奶酪按照原料成分、加工工艺不同可分为原制奶酪(天然奶酪)和再制奶酪。原奶制作奶酪的产出率为10%，含有丰富的蛋白质、钙、脂肪、磷和维生素等营养成分，是纯天然食品。再制干酪则是以干酪为主要原料，添加其他原辅料，经加热、搅拌、乳化(干燥)等工艺制成的产品。

国际乳品联合会（IDF）以水含量为标准，把奶酪分为三大类：软奶酪（含80%的水份）、半硬质奶酪（含40 - 50%水分）、硬质奶酪（含30 - 40%水分）。其中软奶酪几乎包含所有的新鲜奶酪，如：蓝纹、农家奶酪、布里、卡芒贝尔等；半硬质奶酪可切片，如：高达、伊顿等；硬质奶酪可制成粉状，如：帕玛臣、艾曼塔等。

中国奶酪市场早在上世纪90年代便开始萌芽，2010年前后，在乳品消费提速的大背景下，国内奶酪消费开始呈现增长态势。近年来，随着乳品企业的持续市场教育和产品创新，有效地提升了消费者对于奶酪产品的认知和需求，

同时，人们对于营养和健康的需求日益增加，奶酪因其营养和健康特性已悄然成为我国饮食消费界的新宠，需求量不断增长。随着下游需求市场的崛起以及国内企业投资布局的增长，我国奶酪产量呈稳步增长态势，2022年国内奶酪产量从2015年的4.63万吨增长至16.36万吨，国内奶酪需求总量从2015年的12.18万吨增长至30.89万吨；预计2023年国内奶酪产量有望达到17.16万吨，需求量有望达到33.19万吨。

从我国奶酪消费领域来看，2022年我国奶酪消费量30.89万吨，其中，家庭消费量17.09万吨，占39.14%；餐饮消费量10.11万吨，占32.73%，食品加工消费量8.69万吨，占28.13%。在食品加工领域中，糕点、面包消费量3.88万吨，占12.56%；饼干及其他消费量4.81万吨，占15.57%。

虽然国人暂时难以习惯西方人在主食、菜肴中添加奶酪的饮食方式，但近年国内市场兴起了另一种奶酪的消费潮流。2022年我国奶酪市场规模为111.8亿元，其中，高端奶酪市场规模

52.67亿元，占47.10%；普通奶酪市场规模59.15亿元，52.90%。可以看出随着人们生活水平的提高，我国高端奶酪市场占比逐渐扩大。

近年来，由于能源、交通和劳动力成本的上涨，导致奶酪产品销售均价上涨，2022年国内奶酪产品销售均价为3.62万元/吨，较2021年增长0.17万元/吨。从人均消费量来看，目前在中国市场，在一二线城市生活的年轻消费者是奶酪的主要消费群体，对西式餐饮接受度更高的白领人群以及关注宝宝健康成长的新一代宝妈，近年来，我国奶酪人均消费量逐年增长，2022年我国奶酪人均消费量达到219克。

我国奶酪生产以规模以上奶酪加工企业和民族奶酪食品加工为主，规模以上奶酪加工企业品种以再制奶酪、鲜奶酪、俄式硬质奶酪为主；民族奶酪食品加工有许可的企业几十家，主要分布在内蒙古、新疆、西藏、云南、广东等地，主要生产浩乳德（奶豆腐）、奶疙瘩、曲拉、乳扇、乳饼、姜撞奶等。我国主要奶酪厂商包括三元、蒙牛、光明、伊利、妙可蓝多等。

中国奶酪行业已经进入2.0时代，接下来奶酪行业以家庭餐桌为重要场景，以“奶酪+”休闲零食为品类拓展，开创全民奶酪时代。目前奶酪在中国市场渗透率依然很低，从2020年的23%增长到2022年33.5%，从零食属性的角度看，目前奶酪零食属性的市场渗透率只跟口香糖差不多，远低于饼干、膨化食品等。原制奶酪、再制奶酪作为餐食角度看，渗透率还要更低。与国际上其他国家的奶酪消费结构相比，中国奶酪行业还有巨大发展空间。

中国奶酪从餐桌1.0时代、餐厅2.0时代到进入零食化奶酪制品的3.0餐料时代，面临消费者的两大升级需求：一为产品营养健康，二为满足个性化、多元化需求。未来，奶酪企业将更多着眼于产品和营销手段的创新。产品的创新包括，新口味的开发将持续刺激消费需求；健康原料如益生菌、膳食纤维、牛磺酸等的引入将更好的迎合目标消费人群的健康需求；或者是奶酪零食化，将有效的拓宽奶酪消费场景。中国奶酪行业的未来成长可期。

《2024-2030年中国奶酪行业发展策略分析及投资前景研究报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是奶酪领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 奶酪行业发展背景

1.1 奶酪行业研究背景

1.1.1 奶酪行业研究背景

- 1.1.2 奶酪行业概念及定义
- 1.1.3 奶酪行业产品主要分类
- 1.1.4 奶酪行业产业链结构简介
- 1.2 奶酪行业统计标准
 - 1.2.1 奶酪行业统计部门和统计口径
 - 1.2.2 奶酪行业统计方法
 - 1.2.3 奶酪行业数据种类
- 1.3 奶酪行业市场环境分析
 - 1.3.1 行业政策环境分析
 - (1) 行业标准
 - (2) 行业政策
 - (3) 行业发展规划
 - (4) 政策环境对行业发展的影响
 - 1.3.2 行业经济环境分析
 - (1) 国内宏观经济形势
 - (2) 居民收入水平
 - (3) 经济环境对行业发展的影响
 - 1.3.3 行业社会环境分析
 - (1) 人口年龄结构变化
 - (2) 城乡人口结构变化
 - (3) 人口性别结构变化
 - (4) 社会环境对行业发展的影响
 - 1.3.4 行业技术环境分析
 - (1) 行业技术活跃程度分析
 - (2) 行业技术发明者分析
 - (3) 行业专利申请技术结构
- 1.4 中国奶酪行业市场竞争状况
 - 1.4.1 市场波特五力分析
 - (1) 现有企业间竞争
 - (2) 潜在进入者威胁
 - (3) 对上游可议价能力
 - (4) 替代品威胁
 - (5) 对下游议价能力
 - (6) 行业内竞争格局
 - 1.4.2 市场竞争方式分析

1.4.3 市场竞争格局分析

1.4.4 行业投资兼并与重组分析

(1) 行业投资兼并与重组概况

(2) 行业投资兼并与重组趋势

第二章 国内外奶酪行业总体产销形势

2.1 全球奶酪行业产销需求分析

2.1.1 全球产销规模分析

2.1.2 全球奶酪行业竞争格局

2.1.3 全球奶酪市场结构分析

2.1.4 全球奶酪行业规模预测

2.2 发达国家奶酪行业产销需求分析

2.2.1 美国奶酪行业产销需求分析

2.2.2 欧盟奶酪行业产销需求分析

2.2.3 俄罗斯奶酪行业产销需求分析

第三章 中国奶酪行业运营状况分析

3.1 乳制品行业经营情况分析

3.1.1 行业经营效益分析

3.1.2 行业盈利能力分析

3.1.3 行业运营能力分析

3.1.4 行业偿债能力分析

3.1.5 行业发展能力分析

3.2 奶酪行业供需形势测算分析

3.2.1 奶酪行业供给情况分析

3.2.2 奶酪行业需求情况分析

3.3 奶酪行业进出口形势分析

3.3.1 奶酪行业进出口状况综述

3.3.2 奶酪行业出口市场分析

(1) 2022年行业出口分析

(2) 2023年行业出口分析

3.3.3 奶酪行业进口市场分析

(1) 2022年行业进口分析

(2) 2023年行业进口分析

3.3.4 奶酪行业进出口前景及建议

- (1) 行业出口前景及建议
- (2) 行业进口前景及建议

第四章 中国奶酪上游供应市场分析

4.1 饲料市场分析

4.1.1 饲料市场产量规模分析

- (1) 趋势分析
- (2) 原因分析
- (3) 阶段分析

4.1.2 饲料市场生产企业分析

4.1.3 饲料市场新增产能分析

4.1.4 饲料市场价格走势分析

4.1.5 饲料市场趋势分析

4.2 奶牛养殖市场分析

4.2.1 奶牛养殖市场产量规模分析

- (1) 奶牛总存栏量
- (2) 泌乳牛存栏量

4.2.2 奶牛养殖市场生产企业分析

4.2.3 奶牛规模化养殖现状分析

4.2.4 奶牛养殖区域分布

4.2.5 奶牛养殖市场趋势分析

- (1) 我国人均牛奶产量不断提升
- (2) 我国液态奶人均消费量不断提高
- (3) 我国液态奶人均消费量增长空间较大
- (4) 我国乳制品消费情况分区分析

4.3 乳品包装市场分析

4.3.1 乳品包装市场产量规模分析

4.3.2 乳品包装市场生产企业分析

4.3.3 影响乳品包装市场发展的主要因素分析

- (1) 产品的创新速度加快
- (2) 生产企业培养自己的乳品包装工程师
- (3) 不同消费群体的形成
- (4) 纸张向高档化发展
- (5) 塑料更广泛地得到应用

4.3.4 乳品包装市场价格分析

4.3.5 乳品包装市场趋势分析

- (1) 乳品包装个性化、系列化
- (2) 包装的安全卫生要求不断提高
- (3) 包装绿色化趋势

4.4 物流市场分析

4.4.1 物流市场产量规模分析

- (1) 物流总额增幅及其构成情况
- (2) 物流总费用增幅及构成情况
- (3) 物流业增加值增幅及贡献情况

4.4.2 物流市场生产企业分析

4.4.3 物流投资增长情况分析

4.4.4 物流市场景气度分析

4.4.5 物流市场趋势分析

第五章 中国奶酪行业应用领域发展前景分析

5.1 糕点、面包制造行业发展前景分析

5.1.1 糕点、面包制造行业经营情况分析

5.1.2 糕点、面包制造行业供需形势分析

- (1) 糕点、面包制造行业供给情况分析
- (2) 糕点、面包制造行业需求情况分析

5.1.3 糕点、面包制造行业竞争分析

5.2 饼干及其他烘焙食品制造行业发展前景分析

5.2.1 饼干及其他烘焙食品制造行业经营情况分析

5.2.2 饼干及其他烘焙食品制造行业供需形势分析

- (1) 饼干及其他烘焙食品制造行业供给情况分析
- (2) 饼干及其他烘焙食品制造行业需求情况分析

5.2.3 饼干及其他烘焙食品制造所属行业经济指标分析

5.2.4 饼干及其他烘焙食品制造行业竞争分析

第六章 奶酪行业重点区域市场需求分析

6.1 内蒙古奶酪行业发展情况分析

6.1.1 内蒙古乳制品行业发展情况分析

6.1.2 内蒙古乳制品行业在全国的地位

6.1.3 内蒙古乳制品所属行业盈利能力分析

6.1.4 内蒙古牛奶供应情况分析

- 6.1.5 内蒙古奶酪行业规模分析
- 6.1.6 内蒙古奶酪行业前景分析
- 6.2 黑龙江奶酪行业发展情况分析
 - 6.2.1 黑龙江乳制品行业发展情况分析
 - 6.2.2 黑龙江乳制品行业在全国的地位
 - 6.2.3 黑龙江乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.2.4 黑龙江牛奶供应情况分析
 - 6.2.5 黑龙江奶酪行业规模分析
 - 6.2.6 黑龙江奶酪行业前景分析
- 6.3 山东省奶酪行业发展情况分析
 - 6.3.1 山东省乳制品行业发展情况分析
 - 6.3.2 山东省乳制品行业在全国的地位
 - 6.3.3 山东省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.3.4 山东省牛奶供应情况分析
 - 6.3.5 山东省奶酪行业规模分析
 - 6.3.6 山东省奶酪行业前景分析
- 6.4 河北省奶酪行业发展情况分析
 - 6.4.1 河北省乳制品行业发展情况分析
 - 6.4.2 河北省乳制品行业在全国的地位
 - 6.4.3 河北省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.4.4 河北省牛奶供应情况分析
 - 6.4.5 河北省奶酪行业规模分析
 - 6.4.6 河北省奶酪行业前景分析
- 6.5 陕西省奶酪行业发展情况分析
 - 6.5.1 陕西省乳制品行业发展情况分析
 - 6.5.2 陕西省乳制品行业在全国的地位
 - 6.5.3 陕西省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.5.4 陕西省牛奶供应情况分析
 - 6.5.5 陕西省奶酪行业前景分析
- 6.6 广东省奶酪所属行业发展情况分析
 - 6.6.1 广东省乳制品所属行业发展情况分析
 - 6.6.2 广东省乳制品行业在全国的地位
 - 6.6.3 广东省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.6.4 广东省牛奶供应情况分析
 - 6.6.5 广东省奶酪行业规模分析

- 6.6.6 广东省奶酪行业前景分析
- 6.7 上海市奶酪行业发展情况分析
 - 6.7.1 上海市乳制品行业发展情况分析
 - 6.7.2 上海市乳制品行业在全国的地位
 - 6.7.3 上海市乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.7.4 上海市牛奶供应情况分析
 - 6.7.5 上海市奶酪行业规模分析
 - 6.7.6 上海市奶酪行业前景分析
- 6.8 河南省奶酪行业发展情况分析
 - 6.8.1 河南省乳制品行业发展情况分析
 - 6.8.2 河南省乳制品行业在全国的地位
 - 6.8.3 河南省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.8.4 河南省牛奶供应情况分析
 - 6.8.5 河南省奶酪行业规模分析
 - 6.8.6 河南省奶酪所属行业前景分析
- 6.9 辽宁省奶酪所属行业发展情况分析
 - 6.9.1 辽宁省乳制品行业发展情况分析
 - 6.9.2 辽宁省乳制品行业在全国的地位
 - 6.9.3 辽宁省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.9.4 辽宁省牛奶供应情况分析
 - 6.9.5 辽宁省奶酪行业规模分析
 - 6.9.6 辽宁省奶酪行业前景分析
- 6.10 江苏省奶酪行业发展情况分析
 - 6.10.1 江苏省乳制品行业发展情况分析
 - 6.10.2 江苏省乳制品行业在全国的地位
 - 6.10.3 江苏省乳制品所属行业盈利能力分析
 - 6.10.4 江苏省牛奶供应情况分析
 - 6.10.5 江苏省奶酪行业前景分析

第七章 中国奶酪领先企业经营分析

- 7.1 奶酪企业总体发展状况分析
- 7.2 重点奶酪企业个案分析
 - 7.2.1 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) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

7.2.2 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) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

7.2.3 光明乳业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

7.2.4 北京三元食品股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

7.2.5 上海高夫食品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道及网络

7.2.6 阿拉福兹乳制品技术服务（北京）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道及网络

7.2.7 熊猫乳品集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道及网络

7.2.8 妙可蓝多（天津）食品科技有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道及网络

7.2.9 邦士(天津)食品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道及网络

7.2.10 内蒙古泰利达乳业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道及网络

第八章 中国奶酪行业发展趋势及投资分析

8.1 中国奶酪发展趋势

8.1.1 2024-2030年奶酪市场发展潜力

8.1.2 奶酪行业科研开发趋势及替代技术进展

8.1.3 中国奶酪行业供需预测

8.1.4 中国奶酪行业市场规模预测

8.2 奶酪行业投资特性分析

8.2.1 奶酪行业进入壁垒分析

(1) 奶源壁垒

(2) 渠道壁垒

(3) 品牌壁垒

8.2.2 行业经营模式分析

8.2.3 行业盈利因素分析

8.3 奶酪行业投资风险

8.3.1 奶酪行业政策风险

8.3.2 奶酪行业技术风险

8.3.3 奶酪行业供求风险

8.3.4 奶酪行业宏观经济风险

8.3.5 奶酪行业关联产业风险

8.3.6 奶酪行业产品结构风险

8.3.7 奶酪行业其他风险

8.4 奶酪行业投资建议

8.4.1 奶酪行业投资现状分析

8.4.2 奶酪行业主要投资建议

图表目录：部分

图表1：全球奶酪产销规模情况

图表2：全球奶酪产量区域分布格局

图表3：全球奶酪需求区域分布格局

图表4：我国奶酪行业产量情况

图表5：我国奶酪行业消费量情况

图表6：中国奶酪市场消费细分情况

图表7：我国奶酪市场规模情况

图表8：中国奶酪细分市场消费规模情况

图表9：中国人均奶酪消费量情况

图表10：中国奶酪进出口规模情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980864.html>