

2024-2030年中国牛奶行业市场调查研究及发展前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国牛奶行业市场调查研究及发展前景展望报告》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/202110/981333.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解牛奶行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国牛奶行业市场调查研究及发展前景展望报告》（以下简称《报告》）。报告对中国牛奶市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保牛奶行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年牛奶行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能牛奶从业者抢跑转型赛道。

牛奶即液态奶，指健康奶牛所产的鲜乳汁，经有效的加热杀菌方处理后，分装出售的饮用牛乳。牛奶营养丰富、容易消化吸收、物美价廉、食用方便，含有丰富的维生素及矿物质等各种营养物质，特别是钙磷比例非常适当，利于钙元素的吸收，是人体钙元素的最佳来源。牛奶的分类方式多样，根据消毒方式的不同，牛奶主要可分为生鲜奶、巴氏消毒奶和灭菌奶三种。

随着我国经济的不断发展，居民消费水平的增加，人们对生活质量要求也越来越高。生活饮食中不仅追求吃饱，还更加注重营养均衡。牛奶作为一款营养价值较高的绿色、天然的乳饮品，近年来需求量随之不断增长，推动了我国牛奶市场规模的增长。同时，在我国奶牛养殖规模化程度不断提升的推动下，我国牛奶产量也随之不断增长。据资料显示，2022年我国牛奶产量为3931.63万吨，同比增长6.8%；需求量为4026.96万吨，同比增长5.8%。

我国乳制品市场参与者众多，行业竞争尤为激烈。然而，由于中国地域广阔，乳制品生产及供应过程中受到奶源分布、物流配送能力等条件的限制，中国乳制品行业呈现出少数全国性大乳企以及众多区域性中小乳企两级分化但又二者并存的状态。从常温奶市场来看，2022年我国常温奶行业市场呈现伊利和蒙牛双寡头垄断的局面，二者合计占据了市场约72%的份额。其中，伊利市场占比约为38.57%，蒙牛市场占比约为33.21%。

政策支持行业发展。近年来，各级政府和有关方面支持奶业振兴的环境继续向好。在疫情大环境萧条的背景下，为减轻本次疫情对奶业的冲击，国家和部分省、自治区还出台了新的支持政策。农业农村部发文明确提出，扎实推进奶业全面振兴，提出多项具体措施。包括：提出新建高产优质苜蓿基地100万亩，改造提升2000个奶牛家庭牧场，大力发展全株青贮玉米、苜蓿、燕麦等优质饲草生产，力争全年完成1500万亩以上，继续促进畜禽有机肥还田利用等。在挑战和机遇并存的后疫情时代，在政策的大力支持下，我国牛奶产业将迈入新征程。

需求推动行业发展。近年来，随着人们的收入水平的持续提升，以及健康意识的不断加强，人们对于健康食品的需求不断增加，牛奶作为天然的绿色健康食品，愈发受到人们的青睐，而2020疫情的爆发，更加推动了人们对于牛奶等健康食品需求的上涨。随着下游市场需求的不断提升，将带动我国牛奶产业的持续发展。

《2024-2030年中国牛奶行业市场调查研究及发展前景展望报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是牛奶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：

第一部分 发展环境分析

第一章 牛奶行业发展概述

第一节 牛奶行业及属性分析

一、行业定义

二、国民经济依赖性

三、经济类型属性

四、行业周期属性

第二节 2023年中国宏观经济环境分析

一、2019-2023年我国宏观经济运行情况

二、2024-2030年我国宏观经济形势分析

三、2024-2030年投资趋势及其影响预测

第三节 中国牛奶行业政策环境分析

一、牛奶行业政策法规分析

1、《全国奶业发展规划》

2、《食品工业“十四五”发展规划》

二、牛奶行业相关标准分析

三、上下游产业相关政策

第四节 中国牛奶行业社会环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2023年社会环境发展分析

三、2024-2030年社会环境对行业的影响分析

第二章 世界牛奶行业发展状况分析

第一节 世界牛奶行业运行概况

一、世界牛奶行业市场供需分析

二、世界牛奶价格分析

第二节 世界主要地区牛奶行业运行情况分析

一、美国

二、日韩地区

三、欧洲

第三章 国内牛奶行业发展基本情况

第一节 牛奶行业相关概述

一、行业产品分类

二、牛奶行业管理体制

三、牛奶行业生命周期

四、行业在国民经济中地位

第二节 牛奶行业经营模式分析

一、生产模式分析

二、采购模式分析

三、销售模式分析

第四章 牛奶产业链分析

第一节 牛奶行业的有关概况

一、牛奶的定义

二、牛奶的特点

第二节 牛奶的产业链情况

一、产业链模型介绍

二、牛奶行业产业链分析

第三节 上下游行业对牛奶行业的影响分析

第二部分 行业现状分析

第五章 中国牛奶市场运行情况

第一节 行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节 行业品牌现状分析

一、行业重点品牌分析

二、国内品牌形象概况

第三节 行业产品市场价格情况

一、牛奶价格指数分析

二、牛奶价格变动概况

第四节 外资企业进入概况

一、行业外资进入现状

二、外资进入对未来市场的威胁

第六章 2019-2023年中国牛奶所属行业总体发展状况

第一节 中国牛奶所属行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国牛奶所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国牛奶所属行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第七章 牛奶产业渠道分析

第一节 2023国内牛奶产品的需求地域分布结构

第二节 2019-2023年中国牛奶产品重点区域市场消费情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第三节 2023年国内牛奶产品的经销模式

第四节 渠道格局

第五节 渠道形式

第六节 渠道要素对比

第七节 牛奶行业国际化营销模式分析

第八节 2023年国内牛奶产品生产及销售投资运作模式分析

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析

第三部分 行业竞争分析

第八章 牛奶行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

- 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 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、相关和支持性产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 牛奶企业竞争策略分析

- 一、提高牛奶企业核心竞争力的对策
- 二、影响牛奶企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高牛奶企业竞争力的策略

第九章 牛奶行业领先企业分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第二节 光明乳业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第三节 贝因美婴童食品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第四节 北京三元集团有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第五节 新疆天润乳业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第六节 新疆塔里木农业综合开发股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第七节 新希望六和股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第八节 广西皇氏甲天下乳业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第九节 新疆西部牧业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第十节 维维食品饮料股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构及新产品动向
- 四、企业最新发展动向分析

第四部分 投资策略分析

第十章 2024-2030年中国牛奶市场投资潜力及前景预测

第一节 2024-2030年中国牛奶市场未来发展趋势

- 一、中国牛奶行业发展趋势
- 二、牛奶产品技术的发展走向
- 三、牛奶行业未来发展方向

第二节 2024-2030年中国牛奶市场前景展望

- 一、中国牛奶市场发展前景
- 二、未来国家政策规划

第十一章 2024-2030年牛奶行业发展预测分析

第一节 2024-2030年中国牛奶行业未来发展预测分析

- 一、中国牛奶行业发展方向及投资机会分析
- 二、2024-2030年中国牛奶行业发展规模分析
- 三、2024-2030年中国牛奶行业发展趋势分析

第二节 2024-2030年中国牛奶行业供需预测

- 一、2024-2030年中国牛奶行业供给预测
- 二、2024-2030年中国牛奶行业需求预测

第三节 2024-2030年中国牛奶行业价格走势分析

第十二章 牛奶行业投资风险分析

第一节 牛奶行业投资环境风险

- 一、国际经济环境风险
- 二、汇率风险
- 三、宏观经济风险
- 四、宏观经济政策风险
- 五、区域经济变化风险

第二节 牛奶行业产业链上下游风险

- 一、上游行业风险

二、下游行业风险

三、其他关联行业风险

第三节 牛奶行业政策风险

一、产业政策风险

二、贸易政策风险

三、环保政策风险

四、区域经济政策风险

五、其他政策风险

第四节 牛奶行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第五节 牛奶行业其他风险分析

第十三章 牛奶行业投资战略研究

第一节 品牌战略思考

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第二节 企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第三节 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

第四节 企业经营策略分析

一、牛奶行业市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、牛奶行业新产品差异化战略

第十四章 牛奶行业研究结论及投资建议

第一节 牛奶行业研究结论

第二节 牛奶行业投资价值评估

第三节 牛奶行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：部分

图表1：2019-2023年中国牛奶行业投资规模分析

图表2：2019-2023年中国牛奶所属行业资产规模分析

图表3：2019-2023年中国牛奶行业总产值分析

图表4：2019-2023年中国牛奶行业销售产值分析

图表5：2019-2023年中国牛奶行业产能规模分析

图表6：2019-2023年中国牛奶年平均价格指数分析

图表7：2019-2023年中国牛奶所属行业利润总额分析

图表8：牛奶行业生命周期判断

图表9：2024-2030年中国牛奶行业市场规模预测

图表10：2024-2030年中国牛奶行业供给预测

图表11：2024-2030年中国牛奶行业需求预测

图表12：2024-2030年中国牛奶行业价格指数预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/981333.html>