

2020-2025年中国鲜奶行业市场调查研究及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国鲜奶行业市场调查研究及投资前景预测报告》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.huaon.com/channel/foods/642890.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

数据显示2019年全国液态奶行业的销售量同比增长0.03%，全国乳制品销量增速仅为1.09%。乳制品行业增长趋于停滞，乳制品行业双寡头竞争格局成型，液态奶双寡头的市场增长水平超过行业平均增长水平，乳制品行业发展进入零和增长；另一方面，行业寡头引领的竞争激烈化程度加剧，由“全面增长”模式下的增量发展进入存量竞争阶段。2018年蒙牛伊利的市场份额已经占全部液态奶市场的57%，中小奶企的生存环境愈发艰难。

2010-2019年我国乳制品销量变化

由于过去鲜奶的冷链运输一直是其行业的护城河，因此鲜奶市场主要以地方奶企为主，鲜奶行业的前三大乳企为光明、三元、新希望，均是在各自优势区域盘踞。2019年鲜奶行业市场CR3仅为27%，市场集中率低，全国性的鲜奶龙头企业尚未产生。但由于看到了鲜奶市场巨大的发展潜力。“新鲜”已成为中国奶业发展趋势，各大乳企争相布局鲜奶市场。2018年年初，蒙牛推出三个鲜奶子品牌：新鲜严选、每日鲜语、新鲜工厂；伊利则立足哈尔滨市场布局鲜奶品牌百格特。2019年君乐宝推出保质期达到19天的鲜奶悦鲜活，这意味着其产品覆盖的市场半径大大增加，其布局全国市场的雄心显而易见。从竞争格局来看，受到生产技术以及奶源的限制，蒙牛伊利在鲜奶市场利用其传统销售渠道优势的推广方法效果有限，目前鲜奶自身尚无法突破各自的区域市场，在冷链与生产技术进一步发展之前立足区域市场是关键。

2019年鲜奶市场销售份额

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。

报告目录：

第一部分 鲜奶行业特性研究

第一章 鲜奶行业概述

第一节 鲜奶行业概述

一、鲜奶行业定义

二、鲜奶行业产品分类

三、鲜奶行业产品特性

第二节 鲜奶行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、鲜奶行业国民经济地位分析

第三节 鲜奶行业特征研究

一、2015-2019年鲜奶行业规模

二、2015-2019年鲜奶行业成长性分析

三、2015-2019年鲜奶行业盈利性分析

四、2015-2019年鲜奶行业竞争强度分析

五、2015-2019年鲜奶行业所处的生命周期

第四节 鲜奶行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、鲜奶行业产业链模型分析

第二章 2015-2019年全球鲜奶行业市场发展状况分析

第一节 2015-2019年世界鲜奶行业发展状况

一、世界鲜奶行业生产情况

二、世界鲜奶消费及趋势分析

三、世界鲜奶行业发展趋势分析

阻碍我国鲜奶行业发展的因素主要有两个。首先低温鲜奶的保质期一般不会超过5到7天（部分可达10天以上），生产与运输过程中都需要冷链配送，保质期较短且成本较高。过去数十年间，由于冷链设施的不完善，低温鲜奶发展受阻。企业很难实现围绕核心城市群建立奶源、工厂加工以及送达消费者的顺畅渠道，从某种角度讲，冷链物流限制了巴氏鲜奶的发展速度。为了构建稳定的渠道，在过去奶企一般是以家庭为单位提供订奶送奶服务，这种模式是冷链运输与渠道单一的无奈之举。但是随着电商平台的兴起，奶企可开拓的市场范围大大增加，特别是生鲜电商和社区团购模式让快消品可以由销定产，大大降低了企业的存货成本。2014-2018年城镇快消品销售渠道中，电商渠道的复合增长率高达35.1%，现在鲜奶产品可搭载电商的快车道，实现线上下单，而生鲜电商冷链运输的完善，也恰好满足了低温奶运送的基本需求。

2015-2019年饮用奶销售渠道零售额占比

另外由于低温鲜奶价格偏高导致其与UHT奶之间存在一定的价格劣势，与蒙牛、伊利等乳业巨头的主流产品而言目前盒装鲜奶的价格普遍高出一倍以上。但随着近年来鲜奶的营养价值被重视，以及新冠肺炎疫情下人们对于健康饮食的关注，越来越多的居民愿意为鲜奶的营养价值支付更多溢价。根据中国营养学会发布《抗击冠状病毒一线医护人员的饮食调配》，其中指出蛋白质是构成人体组织的主要成分，许多具有重要生理作用的物质都由蛋白质参与构成，如有防御作用的免疫球蛋白等，因此免疫球蛋白以及乳铁蛋白含量普遍更高的鲜奶营养价值凸显。2019年我国鲜奶的销售额仅占液态奶的26.71%，远低于国外水平，未来市场提

升空间巨大。

部分国家鲜奶销售额比值

第二节 美国鲜奶行业现状分析

一、美国鲜奶行业的市场现状

二、美国鲜奶行业的市场特征

第三节 日本鲜奶行业现状分析

一、日本鲜奶行业的市场规模

二、日本鲜奶行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲鲜奶行业市场状况

一、欧洲鲜奶行业的市场现状

二、欧洲鲜奶行业的市场特征

第五节 主要跨国鲜奶公司在中国市场的投资布局

第三章 2015-2019年我国鲜奶行业发展环境分析

第一节 2015-2019年鲜奶行业经济环境分析

第二节 2015-2019年鲜奶国家“十三五”产业政策环境分析

第三节 2015-2019年中国鲜奶行业产业社会环境分析

一、2015-2019年我国人口结构分析

二、2015-2019年教育环境分析

三、2015-2019年文化环境分析

四、2015-2019年生态环境分析

五、2015-2019年中国城镇化率分析

第四节 2015-2019年鲜奶行业消费环境分析

第二部分 鲜奶行业发展现状研究

第一章 2015-2019年中国饮料行业运行新形势透析

第一节 2015-2019年中国饮料行业总体概述

第二节 2015-2019年中国饮料行业运行状况

第三节 2019年我国饮料市场热点关注

第四节 2015-2019年中国饮料行业品牌分析

第五节 2015-2019年中国饮料行业存在的问题及策略

第二章 2015-2019年我国鲜奶行业发展分析

第一节 2015-2019年我国鲜奶行业发展综述

一、行业运行特点分析

二、行业主要品牌分析

三、产业技术分析

第二节 中国鲜奶产品供给分析

- 一、鲜奶行业总体产能规模
- 二、鲜奶行业生产区域分布
- 三、2015-2019年中国鲜奶产量分析
- 四、供给影响因素分析

第三节 中国鲜奶行业市场需求分析

- 一、2015-2019年中国鲜奶行业市场需求量分析
- 二、区域市场分布
- 三、下游需求构成分析
- 四、鲜奶行业市场需求热点

第四节 2015-2019年中国鲜奶产品重点在建、拟建项目

- 一、在建项目
- 二、拟建项目

第五节 2015-2019年鲜奶行业市场价格走势分析

- 一、鲜奶行业市场价格走势影响因素
- 二、2015-2019年鲜奶行业价格走势

第六节 2015-2019年鲜奶行业发展存在的问题及对策分析

- 一、鲜奶行业存在的问题分析
- 二、鲜奶行业发展策略分析

第三章 2015-2019年中国鲜奶所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国鲜奶所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节 2015-2019年中国鲜奶所属行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析
- 二、销售收入结构分析
 - 1、不同类型分析
 - 2、不同所有制分析

第三节 2015-2019年中国鲜奶所属行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2019年中国鲜奶所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2015-2019年中国鲜奶所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第四章 2015-2019年我国鲜奶所属行业进出口市场分析

第一节 2015-2019年中国鲜奶进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2015-2019年中国鲜奶出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2015-2019年中国鲜奶进出口产品结构分析

一、鲜奶行业进口产品结构

二、鲜奶行业出口产品结构

第三节 2015-2019年中国鲜奶进出口平均单价分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

第五章 2015-2019年中国鲜奶加工业相关产量数据分析

第一节 2015-2019年中国软饮料产量数据统计分析

一、2015-2019年全国软饮料产量数据分析

二、2019年全国软饮料产量数据分析

三、全国软饮料产量增长性分析

第二节 2015-2019年中国果汁和蔬菜汁饮料产量数据统计分析

一、2015-2019年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析

二、2019年全国果汁和蔬菜汁饮料产量数据分析

三、全国果汁和蔬菜汁饮料产量增长性分析

第六章 中国鲜奶所属行业区域市场分析

第一节 东北地区

一、2015-2019年东北地区在鲜奶行业中的地位变化

二、2015-2019年东北地区鲜奶行业规模情况分析

三、2015-2019年东北地区鲜奶行业企业分析

四、2015-2019年东北地区鲜奶行业发展趋势预测

第二节 华北地区

- 一、2015-2019年华北地区在鲜奶行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华北地区鲜奶行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华北地区鲜奶行业企业分析
- 四、2015-2019年华北地区鲜奶行业发展趋势预测

第三节 华东地区

- 一、2015-2019年华东地区在鲜奶行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华东地区鲜奶行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华东地区鲜奶行业企业分析
- 四、2015-2019年华东地区鲜奶行业发展趋势预测

第四节 华中地区

- 一、2015-2019年华中地区在鲜奶行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华中地区鲜奶行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华中地区鲜奶行业企业分析
- 四、2015-2019年华中地区鲜奶行业发展趋势预测

第五节 华南地区

- 一、2015-2019年华南地区在鲜奶行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华南地区鲜奶行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华南地区鲜奶行业企业分析
- 四、2015-2019年华南地区鲜奶行业发展趋势预测

第六节 西部地区

- 一、2015-2019年西部地区在鲜奶行业中的地位变化
- 二、2015-2019年西部地区鲜奶行业规模情况分析
- 三、2015-2019年西部地区鲜奶行业企业分析
- 四、2015-2019年西部地区鲜奶行业发展趋势预测

第七章 中国鲜奶行业竞争状况分析

第一节 2015-2019年中国鲜奶行业竞争力分析

- 一、中国鲜奶行业要素成本分析
- 二、品牌竞争分析
- 三、技术竞争分析

第二节 2015-2019年中国鲜奶行业市场区域格局分析

- 一、重点生产区域竞争力分析
- 二、市场销售集中分布
- 三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2015-2019年中国鲜奶行业市场集中度分析

一、行业集中度分析

二、企业集中度分析

第四节 中国鲜奶行业竞争分析

一、“波特五力模型”介绍

二、鲜奶“波特五力模型”分析

(1) 行业内竞争

(2) 潜在进入者威胁

(3) 替代品威胁

(4) 供应商议价能力分析

(5) 买方侃价能力分析

第五节 2015-2019年中国鲜奶行业竞争的因素分析

第三部分 鲜奶行业产业链分析

第一章 2015-2019年中国鲜奶上游行业研究分析

第一节 2015-2019年中国鲜奶上游行业一研究分析

第二节 2015-2019年中国鲜奶上游二行业研究分析

第三节 上游行业发展对鲜奶影响因素分析

第二章 2015-2019年中国鲜奶市场消费调查

第一节 消费者基本情况分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、职业

四、对鲜奶认知情况

第二节 2015-2019年中国消费者购买鲜奶行为调研

一、消费者选用鲜奶的目的

二、消费者最常喝鲜奶品牌

三、消费者对鲜奶价格敏感度分析

第三节 影响消费者选择运动型饮料因素分析

第七章 2015-2019年中国鲜奶市场营销解析

第一节 2015-2019年中国饮料行业营销现状分析

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业销售渠道探讨

三、饮料业网络营销战略分析

第二节 2015-2019年中国鲜奶卖点解析

第三节 2015-2019年中国鲜奶市场营销策略剖析

一、鲜奶市场产品定位

二、品类名解决消费者的口感障碍与亲近感问题

三、确核心消费群定位与果醋饮的诉求方向问题

四、相应的产品包装进行配套

五、以实际行动解决市场推广问题

第四节 2015-2019年中国鲜奶市场营销策略分析

一、鲜奶概念营销

二、鲜奶精细营销分析

第四部分 鲜奶行业企业竞争力分析

第一章 2015-2019年鲜奶行业优势企业分析

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、企业经营优劣势分析

第二节 蒙牛乳业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 上海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、企业经营优劣势分析

第四节 北京三元食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 黑龙江摇篮乳业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 石家庄君乐宝乳业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五部分 鲜奶行业未来市场前景展望、投资策略研究

第一章 2020-2025年中国鲜奶产业发趋势预测分析

第一节 2020-2025年中国鲜奶发展趋势分析

- 一、鲜奶产业技术发展方向分析
- 二、鲜奶竞争格局预测分析
- 三、鲜奶行业发展预测分析

第二节 2020-2025年中国鲜奶市场预测分析

- 一、鲜奶供给预测分析
- 二、鲜奶需求预测分析
- 三、鲜奶进出口预测分析

第三节 2020-2025年中国鲜奶市场盈利预测分析

第二章 2020-2025年中国鲜奶行业投资机会与风险分析

第一节 2020-2025年中国鲜奶行业投资前景分析

第二节 2020-2025年中国鲜奶行业投资特性分析

- 一、2020-2025年中国鲜奶行业进入壁垒分析
- 二、2020-2025年中国鲜奶行业盈利模式分析
- 三、2020-2025年中国鲜奶行业盈利因素分析

第三节 2020-2025年中国鲜奶行业投资机会分析

- 一、2020-2025年中国鲜奶行业细分市场投资机会分析
- 二、2020-2025年中国鲜奶行业区域市场投资潜力分析

第四节 2020-2025年中国鲜奶行业投资风险分析

- 一、2020-2025年中国鲜奶行业市场竞争风险
- 二、2020-2025年中国鲜奶行业技术风险
- 三、2020-2025年中国鲜奶行业政策风险
- 四、2020-2025年中国鲜奶行业进入退出风险

第三章 2020-2025年中国鲜奶行业发展策略及投资建议

第一节 鲜奶行业发展策略分析（AK LSW）

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 鲜奶行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四章 行业结论及建议

图表目录：

图表 鲜奶行业产业链模型图

图表2015-2019年中国GDP增长变化趋势图

图表2015-2019年中国消费价格指数变化趋势图

图表2015-2019年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表2015-2019年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表2015-2019年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表2015-2019年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表2015-2019年中国鲜奶产量情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/642890.html>