

中国奶酪行业现状深度分析与发展前景预测报告 (2025-2032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《中国奶酪行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032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/202501/741438.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

前言：

国内奶酪消费由B端向C端扩散，行业进入持续扩容阶段。目前我国奶酪消费以线下渠道销售为主，占比高达60%；奶酪棒为我国奶酪消费市场主流产品，占比超70%。我国奶酪人均消费量远低于海外，市场渗透率仍有较大提升空间。我国奶酪市场相对集中，2020-2023年CR3均超过50%，其中妙可蓝多为行业龙头，百吉福紧随其后，伊利排名第三位。随着奶酪行业新进入者逐步减少，且仍有企业持续退出，行业竞争格局边际改善。

一、奶酪消费由B端向C端扩散，行业进入持续扩容阶段

奶酪是生鲜乳在发酵剂和凝乳酶作用下发生凝固并经成熟而制成的固态乳制品。每公斤奶酪约由10公斤牛奶浓缩而成，其蛋白质/钙含量是普通牛奶的8.6/7.7倍，且不会造成乳糖不耐受，更适合作为亚洲人的补钙食物之一。

我国奶酪行业起步于上世纪90年代，此时消费者教育尚在早期阶段，奶酪市场缓慢发展。2001年我国加入世贸组织，西方饮食习惯普及，同时中国乳业迎来跨越式发展，随着乳业消费量的持续提升以及消费者乳品消费知识的持续提升，营养丰富的奶酪消费兴起，从B端扩散向C端，而针对儿童的奶酪棒产品推出，加快了C端奶酪消费的普及。近年来领先品牌不断升级奶酪产品结构，通过奶酪棒等代表C端产品培育消费者奶酪食用习惯，实现了休闲即食+家庭餐桌+餐饮工业多场景消费并行局面，奶酪行业走向持续扩容阶段。

我国奶酪行业发展历程	时间	发展阶段	具体发展情况
1978-1999年	工厂生产		
1985年三元掌握自主奶酪加工技术			
1992年高夫食品公司成立，是中国较早将奶酪引进国内市场的企业	2000-2009年		
借力餐饮起步			安佳、乐芝牛等国外品牌陆续进入中国市场
奶酪生产企业着力发展与餐饮企业合作，推动消费			
2004年，百吉福创新性地推出奶酪棒产品			
同期，国内企业开始建立奶酪工厂并自主研发及生产奶酪产品	2010-2017年		零售逐步发展
中国奶酪市场主要依赖进口，并且随着消费者饮食习惯的多样化，奶酪棒等产品初步发展			
2012年，蒙牛与爱氏晨曦达成合作，并推出奶酪棒			
2016年广泽乳业上市，确立奶酪为核心业务方向。	2018年至今		产品升级
2018中国奶酪行业市场进入快速增长阶段			
2018年，妙可蓝多推出第一代奶酪棒，通过联名营销和广泛渠道铺设成为现象级单品。领先品牌，如妙可蓝多、百吉福等，在产品升级创新上持续投入，中国奶酪市场规模持续增长。			

资料来源：观研天下整理

根据数据，2022年我国奶酪市场规模达135亿元，2018-2022年奶酪市场规模CAGR为2

1.4%。2023年我国奶酪市场规模受消费力疲软等因素影响下降至1111亿元，增速为-17.7%。预计2024年奶酪行业依然承压。

数据来源：观研天下数据中心整理

二、我国奶酪销售渠道以线下为主，奶酪棒为市场主流产品

从消费渠道结构来看，目前我国奶酪消费以线下渠道销售为主，2023年线下渠道占比高达60%。

数据来源：观研天下数据中心整理

从消费产品形态结构来看，奶酪市场销售以奶酪棒为主，2021-2023年奶酪棒销售额占比均超过70%，奶酪片、芝士杯、奶酪碎占比较小但呈现较好增长态势，2021-2023年分别由8.9%提升至9.5%，由5.7%提升至6.3%，由2.6%提升至4.1%。

数据来源：观研天下数据中心整理

三、我国奶酪人均消费量远低于海外，市场渗透率仍有较大提升空间

我国奶酪市场仍有较大增长空间。随着产品创新、冷链基础设施完善、消费习惯逐步培育，我国奶酪渗透率从2019年的17%迅速提升到2022年的33.5%。但我国奶酪人均消费量仍较低，2021年为0.2 kg/人/年，远低于法国（16.4 kg/人/年）、美国（11.1 kg/人/年）、俄罗斯（5.2 kg/人/年）、韩国（2.5 kg/人/年）、日本（1.9 kg/人/年）、新加坡（1.6 kg/人/年）等海外国家。未来随着消费复苏、健康意识提升，我国奶酪市场渗透率有望不断提升，预计2025年接近50%。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

四、我国奶酪市场相对集中，行业竞争格局边际改善

我国奶酪市场相对集中，2020-2023年我国奶酪市场CR3均超过50%。其中，妙可蓝多通过大单品奶酪棒放量及与蒙牛协同合作，成为行业龙头，其市占率2021-2023年均排名第一，分别为28.2%、29%、25.3%；百吉福紧随其后，2021-2023年市占率分别为21.2%、21.3%、17.8%；伊利排名第三位，占据一定市场份额。

数据来源：观研天下数据中心整理

数据来源：观研天下数据中心整理

2021年以来奶酪行业需求疲软，行业新进入者逐步减少，且仍有企业持续退出，行业竞争

格局边际改善。根据数据，2019年我国新成立奶酪企业数量超200家，达近年来顶峰；但至2022年我国新成立奶酪企业数量已不足100家，2023-2024年我国新成立奶酪企业数量进一步减少。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国奶酪行业现状深度分析与发展前景预测报告（2025-2032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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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

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 中国奶酪行业监管分析
 - 第一节 中国奶酪行业监管制度分析
 - 一、行业主要监管体制
 - 二、行业准入制度
 - 第二节 中国奶酪行业政策法规
 - 一、行业主要政策法规
 - 二、主要行业标准分析
 - 第三节 国内监管与政策对奶酪行业的影响分析
- 【第二部分 行业环境与全球市场】
- 第三章 2020-2024年中国奶酪行业发展环境分析
 - 第一节 中国宏观环境与对奶酪行业的影响分析
 - 一、中国宏观经济环境
 - 一、中国宏观经济环境对奶酪行业的影响分析
 - 第二节 中国社会环境与对奶酪行业的影响分析
 - 第三节 中国对外贸易环境与对奶酪行业的影响分析
 - 第四节 中国奶酪行业投资环境分析
 - 第五节 中国奶酪行业技术环境分析
 - 第六节 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
 - 第七节 中国奶酪行业风险分析
 - 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
- 第四章 2020-2024年全球奶酪行业发展现状分析
 - 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 2025-2032年全球奶酪行业分布走势预测
- 第七节 2025-2032年全球奶酪行业市场规模预测
- 【第三部分 国内现状与企业案例】
- 第五章 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
 - 第六节 中国奶酪行业存在的问题与解决策略分析
- 第六章 中国奶酪行业产业链及细分市场分析
 - 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 中国奶酪行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024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、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

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

一、SWOT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

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

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

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

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

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

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

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

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

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

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

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

第一节 企业一

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 企业二

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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

一、行业投资价值

二、行业风险评估

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202501/741438.html>