

2018-2023年中国干酪市场调查及投资方向研究报告

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《2018-2023年中国干酪市场调查及投资方向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/296252296252.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

1干酪的营养价值

按照现阶段的生产技术，每生产1kg的干酪就需要10kg的鲜奶，除蛋白质、脂肪之外，干酪中还存在大量的糖类及矿物质钙、磷等微量元素。

其中富含的钙、磷等微量元素有助于人体的骨骼发育，针对人的生理代谢功能具有一定功效。干酪中的蛋白质在整个发酵过程中，首先要经过凝乳酶、发酵剂及其他微生物蛋白酶的作用之后，渐渐被分解为大肽、小肽、氨基酸及其他有机化合物或者无机化合物等小分子物质。此类小分子物质极易被人体吸收，且对人体具有一定功效，此类氨基酸的功效比其他动物蛋白质的功效强得多。

因此，可以这么说，干酪的营养价值相对较高，其除了可以直接食用之外，还是儿童营养品及老年人保健品中的优质原料。

图：不同种类干酪的主要成分值

资料来源：公开资料，中国报告网整理

2干酪的国内生产状况

中国国内生产干酪的企业发展还不健全，并且生产方法也主要是参考国外的，品质偏硬，产量又少，还出口外资企业，要在国内买到新鲜的干酪是很困难的。现阶段市场上的干酪及其相关产品也是很少的，销售情况也不是很乐观，那么究竟是什么原因使得干酪在国内的生产状况如此堪忧？究其根源，一方面是现阶段人们能够购买到的干酪很大一个部分是进口商品，价格会相对偏高，对于普通的消费者来说具有经济负担，另一方面则是其特殊的口感很难被国内接受。综上所述，国内乳制品加工者进行干酪风味调整的研究是顺应社会现状的表现，更是拓宽干酪市场的必经之路。

2.1中国干酪的生产状况

受中国饮食习惯的影响，奶酪的消费在中国市场起步比较晚，市场培育及拓展现阶段仍然处于萌芽状态，虽然在数千年的新疆、内蒙古等少数民族地区就已发现了奶酪的存在，而且在近10年来又有多家奶酪经销商在积极推荐奶酪消费，但还未得到广大消费者的青睐。究其原因，主要还是干酪的原产地是西方一些国家，并不是中国传统意义上的食品，有相当

一部分消费者对这个产品的了解还少之又少。国产干酪总是风味过于强烈，甚至是刺激，消费者对其的认同感不高。我国内地的干酪生产企业又很少，这样的恶性循环就导致干酪在国内的产量普遍减少。

2.2 国际干酪的生产状况

随着经济一体化的形成及经济的不断发展，干酪产业在全世界的发展也是迅猛的，主要表现在干酪产业已经成为21世纪乳制品行业中最具有潜力的乳制品之一。近年来，新开发的新型干酪要属西伯利亚、巴尔淖尔产地的最具盛名。根据官方统计的数据可知，干酪产量的增长速度普遍高于液态牛乳的增长速度，也就是说干酪的增长优势更加明显。

3 中式干酪的现状 & 研究进展

随着中国奶业的不断壮大，乳制品业的生产模式正受到前所未有的挑战，近段时间以来，干酪已经成为中国内地乳制品产业研究开发中的一个新型产品，并且正在以每年15%的速度快速增加。但到目前为止，我国的干酪需求总量还是比不上乳制品的销售量。与此同时，远销海外的销售模式也阻碍了干酪在中国本土的发展。制约我国干酪发展的原因有很多，下面就对现阶段中式干酪的现状进行科学合理的分析。

3.1 中式干酪的特点

作为中式干酪，其最大的优势就是其富含营养物质，干酪中的蛋白质及脂肪的含量是牛乳的10倍以上；干酪中存在大量的盐类，特别是有大量的钙、磷等微量元素，是补钙的最佳饮品；干酪中的蛋白质经过发酵分解易于吸收；干酪不容易变质，有利于携带和存放。

3.2 中式干酪的种类

在乳制品中，干酪的品种最丰富。根据美国农业部相关人士介绍，世界上干酪的种类多达800种之多，其中世界著名的干酪品种20种。有的干酪在其原料及制造手法上大同小异，制造国家及地区的差异，导致名称也不同。

原料干酪的种类、组成、品质及成熟期等对干酪的类型、外观、风味等起决定性作用，这也是干酪加工环节中最为关键的一个步骤。下面就介绍几个中式干酪的种类。

1) 添加植物蛋白制成的干酪。以大豆蛋白作为食品原料，经乳酸菌发酵可生产出植物蛋

白干酪，其干酪种类的特点是富含植物蛋白，风味十分独特，保存时间长，还可以直接食用，方便安全，并且是保健食品的优秀原料，受到很多人的欢迎。

2)再制干酪。干酪分天然干酪和再制干酪两种类型。再制干酪又被称为融化干酪，其主要的生产工艺将1种或者是2种不同的天然干酪融合，通过粉碎技术再向里面添加乳化剂、稳定剂，最终制成此种类型的干酪。在整个加工过程中，可以依照不同口味需求添加香辛料、调味料，最终再经过冷却包装而制成。

从目前的干酪市场来看，再制干酪拥有相对广泛的销售市场，现阶段市场上的再制干酪新品种也在疯狂增加，制造者利用已经使用的风味增浓剂、选择相对适宜的乳化剂、调整原辅料配比等方法来改进加工工艺以增加花色品种。近年来，国外对再制干酪的研究开发十分活跃，在研发及制造上展现出较高的技术水平。

3)益生菌干酪。益生菌是一类对于宿主存在益处的活性微生物，它们定植于人体肠道、生殖系统内，对人体的健康产生积极影响。最终起到改善宿主微生态平衡、发挥有益的协助作用。益生菌干酪就是依靠干酪中的乳杆菌发酵而制成的一种乳制品，干酪乳杆菌是短杆状或长杆状的多形性杆菌，有长有短，一般的宽度都小于 $1.5\mu\text{m}$ 。益生菌两端平齐呈方形，排列方式多为短链或长链。有的时候还可以看到球形菌。革兰氏染色为阳性，无运动性，不产生芽胞。由于其自身益生菌的作用效果，此类干酪的保健功效更加突出，受到很多儿童的青睐。

4)功能性干酪。功能性干酪是近年来新研究开发的一个品种，其风味比较柔和，在制造过程中添加一些具备功能性成分的天然原料，可以调配口味，增强营养，目的是为了迎合不同消费者的需求，并且具有较长的保质期。功能性干酪的一个最大特点就是其干酪的性能相对突出，针对不同的保健特征会有不同的干酪类型，此种类型的出现也是为了让消费者对干酪的性能更加了解，并且能帮助消费者在购买干酪的过程中具有一定的目的性。

3.3中式干酪的市场前景

由于干酪产业的宣传力度在不断增大，现阶段我国已经有很多人意识到了干酪的营养价值，这也就使得干酪的需求量与日俱增。此外，乳清是干酪生产过程中的一个产生物，针对乳清制品的需求量不断增加，对凝乳酶替代品的研究也在不断加强，因此乳制品行业的竞争就愈加激烈，从而使发酵乳制品及干酪成为市场的热点。

因此，对于国内的生产者来说，必定要增加产品之间的差异性、附加值来提高干酪产

品的总利润。与此同时，研发低脂、健康型的干酪及儿童干酪零食将是今后干酪业的总体趋势。

中国报告网发布的《2018-2023年中国干酪市场调查及投资方向研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

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。

目录

第一章干酪行业概况

1.1干酪概述

1.2世界干酪行业发展概况

1.2.1世界干酪产量及其分布

1.2.2世界干酪消费的国别差异

1.2.3世界干酪贸易及主要国家的市场份额

1.2.4世界主要干酪品种价格走势

1.3中国干酪行业发展概况

1.3.1干酪行业的发展沿革

1.3.2干酪行业所处产业生命周期分析

第二章中国乳业市场总体分析

2.1奶源生产

2.1.1奶牛存栏及其地区分布

2.1.2奶类产量及其省区分布

2.1.3原料奶价格走势

2.2乳品加工

2.2.1液体乳结构及其产量走势

2.2.2干乳制品品类及其产量走势

2.3乳品贸易

2.3.1乳品进口及其变化趋势

2.3.2乳品出口及其变化趋势

2.3.3三聚氰胺事件对中国乳品进出口贸易的影响

2.3.4乳品贸易相关政策

2.4乳品消费

2.4.1城镇居民乳品消费结构及其变化趋势

2.4.2农村居民乳品消费现状及潜力

2.4.3中国居民乳品消费预测

2.5乳业政策环境

2.5.1乳品相关安全国家标准

2.5.2乳品质量安全监督管理条例

2.5.3奶业整顿与振兴规划纲要

2.5.4乳制品工业产业政策

2.5.5全国奶业发展规划

第三章中国干酪市场总体分析

3.1中国干酪市场需求与供给现状

3.2中国干酪行业政策环境

3.3中国干酪生产状况

3.4中国干酪进出口状况

3.4.1干酪进口贸易

3.4.1干酪出口贸易

3.5外资品牌在中国干酪市场的营销推广

3.6中国干酪市场容量及其增长趋势

3.7中国干酪市场消费状况

3.7.1消费地域分布

3.7.2消费族群

3.7.3消费方式

3.7.4消费量

3.7.5消费品牌

3.8中国干酪市场的竞争格局及主要产品市场份额

3.9中国干酪市场投资预测预测

第四章中国干酪生产和加工企业深度分析

4.1光明乳业股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

4.2北京三元食品股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

4.3内蒙古伊利实业集团股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

4.4内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

4.5内蒙古骑士乳业股份有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

4.6保健然(天津)食品有限公司

(1)企业概况

(2)主营产品

(3)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

(4)公司优劣势分析

第五章进入中国干酪市场的经营战略和策略建议

5.1中国干酪市场的进入壁垒和机会分析

5.1.1干酪行业进入壁垒分析

5.1.2干酪行业进入的机会分析

5.2进入和拓展中国干酪市场的经营战略和策略建议

图表目录：

表1-1天然干酪、再制干酪和干酪食品的主要规格和要求

表1-2几种主要天然干酪的成分（每100克中的含量）

图1-1天然干酪的生产工艺流程

表1-3干酪、酸奶和牛奶的营养价值比较表(单位:100克)营养成分

图1-2世界乳酪产量区域分布（按产量，单位：千吨），

图1-3欧洲乳酪产量区域分布（按产量，单位：千吨），

表1-4世界干酪消费的国别差异，

图1-4世界主要国家出口贸易的市场份额（按产量），

表1-5世界干酪出口贸易，

表1-6世界干酪进口贸易，

图1-5美国切达干酪价格（fas）走势，

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/296252296252.html>