

中国常温奶消费市场分析与投资前景 研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《中国常温奶消费市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/jixie/1304/Y67504IYV0.html>

【报告价格】纸介版元 电子版**44000**元 纸介+电子元

【出版日期】2013-04-07

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

中国是世界第三大奶类生产国，且乳制品消费已经进入快速增长期。目前，中国奶类消费主要以液态奶和奶粉为主，其中，液态奶消费需求呈大幅增长态势。

目前，全球90%以上的国家液态奶消费以巴氏奶为主，占据全球70%以上液态奶市场，其中，整个欧洲为95%，美国达到90%，澳大利亚和新西兰也均在95%以上。

2000年之前，中国液态奶消费亦是以巴氏奶为主，约占70-80%。但随着加工技术的进步、消费需求的增长，常温奶市场迅速发展，年均复合增幅高达25%，并已经成为当前中国液态奶市场中的一大亮点，已占据国内液态奶60%以上的市场份额。

在短短几年内，常温奶在中国形成巨大市场份额，与中国奶源分布、加工和包装技术、消费能力、消费方式的转变和广告宣传引导等存在密切的关系。同时，常温奶的快速发展亦促使蒙牛、伊利等中国乳业巨头的诞生。

本报告将系统回答以下问题：

（1）在中国乳制品消费市场发展历程中，消费群体、消费种类和消费观念等发生了哪些变化？未来发展趋势又是什么？

（2）常温奶作为中国乳制品消费市场增速最大、市场范围最广产品，是替代了鲜奶和奶粉市场？还是市场需求的另一种新产品？

（3）常温奶与鲜奶、奶粉、豆奶在包装、消费群体、消费便利性等方面比较，各有哪些优劣势？

（4）中国常温奶消费需求近十几年一直保持较大的增速，有哪些市场驱动因素？又有什么因素是市场需求的核心拉动力？

（5）常温奶消费在中国东北、华北、华东、华南等地区存在哪些消费习惯、品牌和消费量上的差异？在中国的另一地区，城市和农村常温奶消费又存在哪些差异？近几年中国常温奶市场出现了哪些新变化？

（6）国际常温奶在中国常温奶市场的销售渠道、消费群体、消费者对其价值认知程度、产品价格等方面的竞争力如何？有竞争力的本土企业有哪些？中国国内具有竞争力的前10家生产企业的销售渠道及市场份额等如何？等等。

为系统回答以上问题，我们拟采用以下研究思路和框架为：

目录

第一部分 中国奶制品消费特点变化及趋势预测

I 研究背景及研究思路 I

II 报告内容 9

第一部分 中国奶制品消费特点及趋势预测 9

1 中国乳制品行业发展历程 9

1.1 1990年之前 9

1.2 1990-2000年 10

1.3 2000-至今 10

2 中国乳制品消费群体变化 11

2.1 1990年之前 11

2.2 1990-2000年 12

2.3 2000-至今 13

3 中国乳制品的主要消费观念变化 14

3.1 1990年之前 14

3.2 1990-2000年 15

3.3 2000-至今 16

4 中国主要乳制品品种变化 16

4.1 1990年之前 17

4.2 1990-2000年 17

4.3 2000-至今 18

5 中国乳制品未来消费趋势变化预测 19

5.1 乳制品消费群体的变化趋势 19

5.2 乳制品消费观念的变化趋势 20

5.3 乳制品消费种类的变化趋势 20

6 中国不同种类乳制品的消费量变化及预测 20

6.1 不同种类乳制品的消费量变化(2001-2011) 20

6.1.1 UHT奶的消费量变化(2001-2011) 20

6.1.2 巴氏奶消费量变化(2001-2011) 21

6.1.3 酸奶消费量变化(2001-2011) 22

6.1.4 奶粉消费量变化(2001-2011) 23

6.1.5 其他固态乳制品的消费量变化(2001-2011) 24

- 6.1.5.1 奶酪 24
- 6.1.5.2 乳清粉 25
- 6.2不同种类乳制品的消费量变化趋势预测(2020) 26
 - 6.2.1 UHT奶的消费量预测(2020) 26
 - 6.2.2 巴氏奶消费量预测(2020) 26
 - 6.2.3 酸奶的消费量预测(2020) 27
 - 6.2.4 奶粉的消费量预测(2020) 28
 - 6.2.5 其他固态乳制品的消费量预测(2020) 28
 - 6.2.5.1 奶酪 28
 - 6.2.5.2 乳清粉 29

第二部分 中国常温奶与其他奶产品对比分析 30

- 7 中国常温奶消费的替代作用 30
 - 7.1 常温奶是一种独立产品吗？ 30
 - 7.2 常温奶替代了部分鲜奶消费吗？ 30
 - 7.3 常温奶替代了部分奶粉消费吗？ 31
- 8 常温奶与巴氏奶对比 32
 - 8.1 包装类型对比 32
 - 8.2 消费群体对比 33
 - 8.3 消费习惯对比 33
 - 8.4 消费便利性对比 34
 - 8.5 市场价格对比 35
- 9 常温奶与奶粉对比 36
 - 9.1 包装类型对比 36
 - 9.2 消费群体对比 37
 - 9.3 消费习惯对比 38
 - 9.4 消费便利性对比 38
 - 9.5 市场价格对比 39
- 10 常温奶与豆奶对比 40
 - 10.1 包装类型对比 40
 - 10.2 消费群体对比 41
 - 10.3 消费习惯对比 41

10.4 消费便利性对比 42

10.5 市场价格比较 43

第三部分 中国常温奶消费市场分析 44

11 中国常温奶消费快速增加的驱动因素 44

11.1 宏观因素 44

11.1.1 奶源分布及品质特点 44

11.1.2 消费需求特点 47

11.2 促进因素 48

11.2.1 与常温奶自身相关的因素 48

11.2.2 与市场及政策相关的因素 48

11.3 不同地区常温奶消费驱动因素比较 50

11.3.1 城镇 50

11.3.2 农村 50

12 中国常温奶消费需求的核心拉动力分析 51

13 中国常温奶消费的区域性差异分析 52

13.1 中国区域划分及消费区域性差异 52

13.1.1 不同区域间常温奶消费习惯的差异 53

13.1.2 区域间常温奶消费品牌的差异 54

13.1.3 区域间常温奶消费量的差异 55

13.2 同一区域城市与农村常温奶消费的差异 57

13.2.1 东北地区 58

13.2.2 华北地区 58

13.2.3 华东地区 59

13.2.4 华南地区 59

13.2.5 华中地区 60

13.2.6 西南地区 60

13.2.7 西北地区 61

14 消费者对常温奶包装类型的偏好 62

14.1 常温奶包装类型 62

14.2 不同包装类型优缺点 62

14.3 不同包装类型常温奶的主要消费群体 63

- 14.4 不同包装类型所占市场比重 64
- 15 常温奶消费市场出现的新变化 65
 - 15.1 高端常温奶产品发展快 65
 - 15.2 常温奶包装形式的变化 66
 - 15.3 常温奶消费增长较快的区域 66
 - 15.4 常温奶市场需求新的刺激因素 67

第四部分 中国常温奶市场竞争企业分析 69

- 16 国际企业在中国常温奶市场竞争力分析 69
 - 16.1 国际企业常温奶在中国市场份额 69
 - 16.1.1 中国常温奶市场规模 69
 - 16.1.2 进口常温奶占中国常温奶市场比重 69
 - 16.2 进口常温奶的竞争力分析 70
 - 16.2.1 奶源及产品质量 70
 - 16.2.2 销售渠道 70
 - 16.2.3 消费群体 71
 - 16.2.4 消费者对产品价值的认知 71
 - 16.2.5 市场区域 72
 - 16.2.6 市场销售价格 72
 - 16.3 国际和本土企业常温奶竞争力综合评价 73
- 17 中国10家本土重点常温奶生产企业分析 73
 - 17.1 2011年中国前10家常温奶生产企业市场份额 73
 - 17.2 中国大型常温奶企业生产特点 74
 - 17.2.1 中国常温奶生产集中度很高 74
 - 17.2.2 常温奶生产技术和设备先进 74
 - 17.2.3 大型乳企较重视奶源建设 75
 - 17.2.4 大型乳企常温奶销售多采用传统销售模式 75
 - 17.2.5 大型乳企均加大高端常温奶产品研发和市场拓展 75
 - 17.3 中国本土重点10家常温奶生产企业 75
 - 17.3.1 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 75
 - 17.3.2 内蒙古伊利乳业集团股份有限公司 78
 - 17.3.3 上海光明乳业股份有限公司 81

17.3.4 北京三元食品股份有限公司 85

17.3.5 完达山乳业股份有限公司 87

17.3.6 新希望乳业控股有限公司 89

17.3.7 西安银桥乳业集团 91

17.3.8 沈阳乳业有限责任公司 92

17.3.9 济南佳宝乳业有限公司 94

17.3.10 维维乳业股份有限公司 94

地图目录

地图 1, 中国奶源分布 45

地图2, 中国液态奶主要消费区域 47

地图3, 中国区域划分 52

地图4, 中国各地区主要常温奶消费品牌 55

地图5, 中国常温奶消费分布变化（2005年和2011年） 67

地图6, 蒙牛集团生产基地分布 76

地图7, 伊利集团生产基地分布 79

地图8, 上海光明乳业股份有限公司生产基地分布 82

地图9, 上海光明荷斯坦牧业有限公司养殖基地 83

地图10, 上海牛奶（集团）有限公司养殖基地 83

地图11, 北京三元食品股份有限公司生产基地分布 85

地图12, 北京三元绿荷奶牛养殖中心养殖基地 86

地图13, 完达山乳业股份有限公司下属乳制品生产基地分布 88

地图14, 新希望乳业控股有限公司生产基地分布 90

地图15, 辉山乳业养殖基地分布 93

地图16, 维维集团下属乳制品生产基地分布 95

图目录

图 1, 1990年之前中国奶牛存栏量和牛奶产量变化 9

图 2, 2000年之前中国奶牛存栏量和牛奶产量变化 10

图 3, 中国奶牛存栏量和牛奶产量变化，1973-2011 11

图 4, 中国不同人群乳制品消费比重（1970-1990年） 12

图 5, 中国城镇不同收入人群人均乳制品消费量变化（1990、1995和2000） 13

图 6, 中国不同人群乳制品消费比重 (2000-至今) 14

图 7, 1990年中国城镇和农村居民主要食品人均量 15

图 8, 2000年中国城镇和农村居民主要食品人均量 15

图 9, 2011年中国城镇和农村居民主要食品人均量 16

图 10, 中国乳制品的种类及细分产品 17

图 11, 中国常温奶所占液态奶市场份额变化, 2000-2011 18

图 12, 中国液态奶和UHT奶消费量变化, 2001-2011 21

图 13, 中国巴氏奶消费量变化, 2001-2011 22

图 14, 中国酸奶消费量变化, 2001-2011 23

图 15, 中国奶粉消费量变化, 2001-2011 24

图 16, 中国奶酪消费量变化, 2001-2011 25

图 17, 中国乳清粉消费量变化, 2001-2011 25

图 18, 预测中国液态奶和UHT奶消费量变化, 2011-2020 26

图 19, 预测中国巴氏奶消费量变化, 2011-2020 27

图 20, 预测中国酸奶消费量变化, 2011-2020 27

图 21, 预测中国奶粉消费量变化, 2011-2020 28

图 22, 预测中国奶酪消费量变化, 2011-2020 29

图 23, 预测中国乳清粉消费量变化, 2011-2020 29

图 24, 中国液体乳主要品种及区别 30

图 25, 中国常温奶和巴氏奶消费量变化, 2001-2011 31

图 26, 中国居民消费乳制品品种的变迁 32

图 27, 中国大城市中常温奶和巴氏奶的不同包装形式所占市场份额 33

图 28, 中国液态奶主要销售模式 34

图 29, 中国液态奶不同购买渠道市场占有率 35

图 30, 中国不同包装形式UHT奶和巴氏奶市场价格变化, 2009-2011 36

图 31, 中国奶粉针对不同人群的市场占有率 37

图 32, 中国液态奶和奶粉不同购买渠道市场占有率 38

图 33, 中国UHT奶和奶粉市场价格变化, 2009-2011 39

图 34, 中国液态豆奶和豆奶粉不同购买渠道市场占有率 42

图 35, 影响中国常温奶消费的主要因素 44

图 36, 2011年中国奶牛不同规模养殖中牛奶产量 46

图 37, 中国生鲜奶主要流通方式 46

- 图 38, 中国城镇不同收入家庭人均乳制品消费量, 1995-2011 49
- 图 39, 中国常温奶消费需求快速增长的拉动力 51
- 图 40, 北京、上海等地固定1-2个品牌的乳制品消费者所占比重 54
- 图 41, 2011年中国各省居民鲜奶人均消费量 56
- 图 42, 中国各地区鲜奶人均消费量和常温奶消费量差异 (2011年) 57
- 图 43, 年龄对中国不同包装类型常温奶选择的影响 63
- 图 44, 中国不同包装规格常温奶市场份额 64
- 图 45, 中国不同结构层次液态奶市场占有率变化 (2005年和2011年) 65
- 图 46, 2011年中国常温奶主要进口来源国 (按进口量计) 70
- 图 47, 进口常温奶在中国市场主要销售渠道 71
- 图 48, 中国常温奶进出口价格 (CIF) 变化, 2004-2011 72
- 图 49, 2011年蒙牛集团奶源结构 77
- 图 50, 2011年蒙牛集团分品种收入情况 78
- 图 51, 2011年伊利集团奶源结构 80
- 图 52, 2011年伊利集团分地区和品种收入 81
- 图 53, 2011年上海光明乳业股份有限公司分地区和品种收入 84
- 图 54, 2011年北京三元食品股份有限公司分地区和品种收入 87

表目录

- 表1, 中国城镇和农村居民乳制品消费群体变化 14
- 表2, 2004-2011年中国不同人群奶粉市场占有率 19
- 表3, 中国城镇和农村居民乳制品消费品种变化 19
- 表4, 常温奶和巴氏奶主要包装类型及区别 32
- 表5, 常温奶和巴氏奶消费区域和群体的区别 33
- 表6, 常温奶和巴氏奶不同消费人群消费习惯的区别 34
- 表7, 中国液态奶不同销售模式的特点 34
- 表8, 不同区域常温奶和巴氏奶消费便利性区别 35
- 表9, 常温奶和奶粉包装类型及区别 36
- 表10, 常温奶和奶粉消费区域和群体的区别 37
- 表11, 常温奶和奶粉不同消费人群消费习惯的区别 38
- 表12, 不同区域常温奶和奶粉消费便利性区别 39
- 表13, 中国豆奶和乳制品行业存在的差距 40

表14, 常温奶与液态豆奶、豆奶粉包装类型的区别	40
表15, 常温奶与液态豆奶、豆奶粉消费区域和群体区别	41
表16, 常温奶和液态豆奶、豆奶粉消费习惯的区别	42
表17, 不同区域液态豆奶和豆奶粉消费便利性区别	43
表18, 豆奶、常温奶和奶粉市场价格比较	43
表19, 中国城镇和农村地区常温奶消费需求影响因子大小	51
表20, 中国不同区域概况和乳制品消费特点	52
表21, 中国不同地区常温奶消费习惯差异	53
表22, 中国不同地区主要常温奶消费品牌	54
表23, 中国城乡各类乳制品消费比重差异	57
表24, 中国东北地区城乡常温奶消费差异	58
表25, 中国华北地区城乡常温奶消费差异	58
表26, 中国华东地区城乡常温奶消费差异	59
表27, 中国华南地区城乡常温奶消费差异	60
表28, 中国华中地区城乡常温奶消费差异	60
表29, 中国西南地区城乡常温奶消费差异	61
表30, 中国西北地区城乡常温奶消费差异	61
表31, 中国常温奶包装类型	62
表32, 中国常温奶不同包装类型优缺点	62
表33, 城乡不同包装类型常温奶市场比重	64
表34, 中国高端常温奶市场主要品牌产品	66
表35, 中国常温奶不同包装类型及其所占市场份额变化（2005年和2011年）	66
表36, 中国城乡居民常温奶消费量变化（2005年和2011年）	67
表37, 中国市场部分进口常温奶品牌销售渠道	71
表38, 进口和本土高端常温奶市场价格比较	72
表39, 中国市场进口和本土企业常温奶优劣势比较	73
表40, 中国主要常温奶生产企业及所占市场份额	74

本报告以深入调研和系统化的数据为基础，以期为客户了解中国常温奶消费市场现状、预测未来市场趋势，提供参考和依据。尽管如此，报告仍不可避免的存在不足之处，希望广大客户能提出宝贵意见和建议，以待后期再版时得到不断完善。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jixie/1304/Y67504IYV0.html>