



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2021-2026年中国干酪行业市场 评估分析及发展前景调研战略研 究报告

# 一、调研说明

《2021-2026年中国干酪行业市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/357449.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

奶酪又名干酪，是一种发酵的牛奶制品，其性质与常见的酸牛奶有相似之处，都是通过发酵过程来制作的，也都含有可以保健的乳酸菌，但是奶酪的浓度比酸奶更高，近似固体食物，营养价值也因此更加丰富。每公斤奶酪制品都是由10公斤的牛奶浓缩而成，含有丰富的蛋白质、钙、脂肪、磷和维生素等营养成分，是纯天然的食品。就工艺而言，奶酪是发酵的牛奶；就营养而言，奶酪是浓缩的牛奶。奶酪也是中国西北的蒙古族，哈萨克族等游牧民族的传统食品，在内蒙古称为奶豆腐，在新疆俗称乳饼，完全干透的干酪又叫奶疙瘩，世界出口奶酪最多的国家是荷兰。 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品市场份额

### 3.10中国干酪市场未来发展趋势预测

## 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

4.1.1公司背景

4.1.2经营业绩

4.1.3产品及产量

4.1.4再制干酪原料来源

4.1.5销售渠道和营销网络

4.2北京三元食品股份有限公司

4.2.1公司背景

4.2.2经营业绩

4.2.3产品及产量

4.2.4再制干酪原料来源

4.2.5销售渠道和营销网络

4.3内蒙古伊利实业集团股份有限公司

4.3.1公司背景

4.3.2产品及产量

4.3.3经营业绩

4.3.4再制干酪原料来源

4.3.5销售渠道和营销网络

4.4内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

4.4.1公司背景

4.4.2经营业绩

4.4.3产品及产量

4.4.4干酪原料来源

4.4.5销售渠道和营销网络

4.5内蒙古骑士乳业股份有限公司

4.5.1公司背景

4.5.2经营业绩

4.5.3产品及产量

4.5.4干酪原料来源

4.5.5销售渠道和营销网络

4.6保健然(天津)食品有限公司

4.6.1公司背景

4.6.2经营业绩

#### 4.6.3产品系列

#### 4.6.4营销推广策略

### 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（AK ZJH）

##### 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：

图表 天然干酪的生产工艺流程

图表 世界乳酪产量区域分布（按产量，单位：千吨）

图表 欧洲乳酪产量区域分布（按产量，单位：千吨）

图表 世界主要国家出口贸易的市场份额（按产量）

图表 美国切达干酪价格（fas）走势

图表 奶牛存栏变化趋势

图表 中国10个奶源主产省区原料奶平均价格走势

图表 三聚氰胺事件以来中国原料奶价格走势

图表 中国乳制品产量（单位：吨）结构

图表 中国液体乳产品结构变化趋势

图表 中国液体乳产量走势

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/357449.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法

- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司）

，艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。