

---

# 中国干酪

## 市场供求、竞争格局及发展预测分析

---



北京东方艾格农业咨询有限公司

2016年9月

## 研究背景

干酪是最具营养价值和保健功能的乳制品，干酪良好的口感、多样化的口味在全世界众多国家中受到广泛的青睐，发达乳业国家以及部分发展中国家干酪在居民膳食结构中占有重要地位，从一定程度上讲，人均干酪消费量是衡量一个国家居民膳食质量和水平的重要尺度。在欧洲、美洲及大洋洲国家，居民人均干酪消费量保持在 20 千克左右。干酪不仅是营养品，而且体现了一种西方文化。实践经验表明，对于缺乏乳品消费传统的东亚国家来说，西方饮食文化对居民包括干酪在内的西方食品消费有重要的促进作用。从日本和韩国的经验来看，经济的发展和文化的开放对促进干酪消费有重要的促进作用。近几年，中国市场的干酪供给和需求在持续增长，生产在逐步提高，同时进口也在不断增长，2015 年市场供求规模大致为 33 亿元左右，近几年年增长率大致在 20% 上下。目前，我国的奶酪消费仍以工业和餐饮消费为主，终端消费人群主要为儿童或年轻一代消费者，且已消费再制干酪为主，但随着人民生活水平提高，西式餐饮渗透率的增长，促进了近年来干酪市场的快速发展。但总体来讲，中国干酪市场在城市尚处于萌芽期和成长期，全国居民人均干酪年均消费不到 50 克，可以预见中国干酪消费需求有巨大的市场空间。

本报告主要研究奶油干酪、切达干酪和莫萨里拉干酪的市场现状及可遇见的未来趋势，但总体研究内容不局限于这三类产品。本报告所引用的数据除了国内外官方的数据外，更重要的是本报告研究人员实际参加的实地调研所得的数据。本报告研究方法采取案头研究与实地调研相结合。实地调研包括实地走访、电话访谈等多种方式相结合。深访单位样本涉及星级宾馆/饭店、以干酪为配料的食品生产与加工企业、食品连锁店和干酪进口商/经销商；原制干酪及再制干酪生产企业以及相关行业协会。本报告内容包括：中国干酪行业总体发展情况、干酪行业政策环境、干酪行业技术环境、干酪行业进出口状况、干酪市场基本格局、干酪（重点是奶油干酪、切达干酪和莫萨里拉干酪）市场容量及其增长趋势、干酪市场消费状况、干酪市场的竞争格局、干酪市场未来发展趋势以及主要干酪生产厂商情况，等。本报告由熟悉中国乳业全产业链以及世界乳业的资深研究人员撰写。相信本报告会对试图拓展中国干酪市场的国内外乳制品生产企业、投资机构及其他相关研究人员有重要的参考价值。

# 目录

## 1. 干酪行业发展特点分析

### 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

## 2. 中国乳业市场供求分析

### 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 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

## 3. 中国干酪供求分析

### 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 中国进口干酪主要来源国及进口量额变化

- 3.4.2 中国进口干酪主要品类
- 3.4.3 中国干酪进口的重点企业（top 30）
- 3.4.4 干酪出口贸易
- 3.6 中国干酪市场容量**
  - 3.6.1 中国干酪市场的总体市场规模
  - 3.6.2 中国干酪市场主要品类的市场规模
- 3.7 中国干酪市场消费现状**
  - 3.7.1 消费地域分布
  - 3.7.2 消费途径与消费方式
  - 3.7.3 人均消费量
- 4. 中国干酪市场的流通渠道及重点品牌分析**
  - 4.1 中国干酪市场主要流通渠道与品类**
    - 4.1.1 中国干酪市场的主要流通渠道
    - 4.1.2 各流通渠道的流通干酪品类分析
  - 4.2 中国干酪市场的重点品类与品牌分析**
    - 4.2.1 中国干酪市场的重点品类与市场规模
    - 4.2.2 主要品类的重点品牌的市场规模与市场份额
      - 4.2.2.1 马苏里拉
      - 4.2.2.2 奶油奶酪
      - 4.2.2.3 切达
      - 4.2.2.4 儿童奶酪
  - 4.3 外资品牌在中国干酪市场的营销推广**
- 5. 中国干酪生产和流通企业深度分析**
  - 5.1 光明乳业股份有限公司**
    - 5.1.1 公司背景
    - 5.1.2 经营业绩
    - 5.1.3 产品及产量
    - 5.1.4 再制干酪原料来源
    - 5.1.5 销售渠道和营销网络
    - 5.1.6 干酪价格(零售终端)
  - 5.2 北京三元食品股份有限公司**
    - 5.2.1 公司背景
    - 5.2.2 经营业绩
    - 5.2.3 产品及产量
    - 5.2.4 再制干酪原料来源

5.2.5 销售渠道和营销网络

5.2.6 干酪价格(零售终端)

### 5.3 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

5.3.1 公司背景

5.3.2 经营业绩

5.3.3 产品及产量

5.3.4 再制干酪原料来源

5.3.5 销售渠道和营销网络

5.3.6 干酪价格(零售终端)

### 5.4 邦士(天津)食品有限公司

5.5.1 公司背景

5.5.2 经营业绩

5.5.3 产品系列

5.5.4 再制干酪原料来源

5.5.5 销售渠道和营销网络

5.5.6 干酪价格(零售终端)

### 5.5 上海爱普食品工业有限公司

5.5.1 公司背景

5.5.2 经营业绩

5.5.3 产品系列

5.5.4 干酪来源

5.5.5 销售渠道和营销网络

## 6. 未来中国干酪市场发展预测

6.1 未来中国干酪市场供给情况预测

6.2 未来中国干酪市场需求与发展潜力预测

6.3 未来中国干酪市场的行业竞争情况预测

## 7. BOABC 对进入中国干酪市场的经营战略和策略建议

7.1 中国干酪市场的进入壁垒和机会分析

7.1.1 干酪行业进入壁垒分析

7.1.2 干酪行业进入的机会分析

7.2 进入和拓展中国干酪市场的经营战略和策略建议