

中国液态奶行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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《中国液态奶行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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/202505/753589.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: sales@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

一、行业进入存量竞争阶段，市场呈现供给过剩与需求疲软结构性矛盾

1、产量五年来首次下降

根据观研报告网发布的《中国液态奶行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2025-2032年）》显示，液态奶是由健康奶牛所产的鲜乳汁，经有效的加热杀菌方处理后，分装出售的饮用牛乳。长期以来，国内乳企的产品结构以各类液态奶为主。不过根据乳制品工业协会数据显示，2024年我国液态奶产量为2745万吨，同比减少2.8%，打破了此前五年保持的2%以上年增长态势。这一组数据说明了，当前我国液态奶面临着较大的市场压力。

注：2018-2023年数据来自国家统计局，2024年数据来自乳制品工业协会

数据来源：国家统计局，乳制品工业协会，观研天下整理

2、消费面临瓶颈，消费量出现下滑

同时，值得注意的是，目前我国传统液态奶消费也面临瓶颈，消费量出现下滑。有数据显示，按乳制品净进口量折算原料奶量，2024年我国奶类表观消费量为5869万吨，同比减少4.6%，这是近年乳制品消费量的最大降幅。按这一消费量，2024年我国人均奶类消费量降至41.5千克。而这其中，液态奶市场量价齐跌特征显著：其销售量同比下降3.7%，平均售价下降1.8%（尼尔森）。以行业头部企业伊利数据为例；2024年伊利液态乳业务销量893万吨，同比下降8%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公司财报，观研天下整理

虽然对比国外来讲，当前我国人均奶类消费量仍较低，仅相当于《中国居民膳食指南》推荐量的22.6%至37.7%，不足全球平均水平的三分之一，未来仍有着较大提升空间。但考虑到我国约半数人口不饮奶，实际消费人群的人均消费量已达80公斤，这一数据已与日韩持平。同时，一直以来，我们常以人均牛奶消费量远低于国际水平来凸显市场潜力，但这种比较存在片面性。事实上，国内外乳制品产品结构差异显著，国外液态奶占比约20%-30%、奶酪则占比50%以上，而国内液态奶占比90%以上、奶酪等其他奶制品只占据10%左右。在这一点来看，当前国内基础液态奶产品已现增长瓶颈，乳制品供给结构也亟待优化。

另外，从进口量也可看出，当前我国液态奶消费下滑。数据显示，2023年我国共计进口液态奶83.52万吨，同比减少16.5%。2024年我国液态奶进口量72.3万吨，同比减少13.5%。

此外，行业的低迷在上市公司业绩中也有体现。根据已公布的2024年财报显示，乳业前三甲企业伊利股份、蒙牛乳业（02319.HK）、光明乳业（600597.SH）全年营收分别为1158亿元、886.7亿元和242.8亿元，收入规模普遍出现8%-10%的同比下降。其中液态奶板块收入分别为750亿元、730.66亿元、141.66亿元，分别同比下滑12.3%、10.97%、9.47%。

2024年乳业前三甲企业业绩情况

企业名称	营业收入	增速	归母净利润	增速	液态奶收入	增速
伊利股份	1157.8亿元	-8.24%	84.6亿元	-18.9%	750亿元	-12.3%
蒙牛乳业	886.75亿元	-10.1%	1.05亿元	-9.3%	730.66亿元	-10.97%
光明乳业	242.8亿元	-8.33%	7.22亿元	-25.36%	141.66亿元	-9.47%

数据来源：公司财报，观研天下整理

值得注意的是，目前，液态奶仍是伊利股份、蒙牛乳业（02319.HK）、光明乳业的核心业务。2024年伊利液态奶收入占比64.78%，蒙牛液态奶收入占比82.4%；光明乳业液态奶业务收入占比近六成。在这一情况下，这三家头部企业的产品结构也亟待优化。

总体来看，当前我国液态奶行业已进入存量竞争阶段，市场呈现供给过剩与需求疲软结构性矛盾。

二、市场价格竞争白热化，头部企业通过低价促销抢占市场

随着市场消费疲软，近年头部企业通过低价促销来为抢占市场，使得价格战不断白热化。例如在京东平台上，950毫升装“光明新鲜牧场高品质牛乳”原价19.9元，促销价低至4.9元，折扣力度达75%。同时，线下商超的促销场景同样火热，光明品牌约九成产品均参与打折活动；明星产品“光明优倍”推出“买一赠一”活动，消费者仅需 18.9 元即可带走两份（合计 1.9L）。在社交平台上，多地消费者晒出“白菜价”账单：1.5L 装鲜牛奶仅售 13.8 元，2L 装光明酸奶甚至低至 7.79 元，部分网友惊叹“价格比矿泉水还便宜”。

在伊利抖音旗舰店，14瓶金典235ml金典鲜牛奶折后价仅为69.9元；同样在抖音渠道，8瓶君乐宝悦鲜活（260ml）售价仅为49.9元。2024年伊利液态乳业务单价基本回到2020年水平。数据显示，2024年伊利液态乳单价为0.84元/吨，同比下降5%。

数据来源：公司财报，观研天下整理

三、结构性调整+多元化布局成破解液态奶放缓关键

在上述市场呈现供给过剩与需求疲软结构性矛盾下，如何破解液态奶及乳制品消费放缓的困局？

一方面是结构性调整。在业内看来，破解液态奶及乳制品消费放缓的困局，关键在于解决传统乳制品与新消费需求的错配问题。有多位行业专家建议，我国乳业亟需推进结构性调整，不应忽视新场景、新人群、新渠道崛起带来的机遇。例如国内现制茶饮市场规模持续扩容，2024年总规模已突破2000亿元，这对乳制品行业同样意味着新增长空间。

随着新技术、新场景不断涌现，传统液态奶的消费场景正被“饮+食”融合的多元化趋势所替代，乳制品品类面临重构。如家庭及儿童零食场景的兴起带动即食型奶酪增长，运动健身场景的火爆催生蛋白补充、体重管理类产品需求，膜过滤等深加工技术的成熟则拓展了乳品形态的创新可能。

另一方面是多元化布局。当下在液态奶增长受阻的背景下，有乳企加码营养健康赛道。例如，光明乳业推出了健能轻盈UFIT减脂型益生菌、高蛋白酸奶等多款体重管理系列产品，并宣布与上海市儿童医院、同济大学、复旦大学展开合作，为功能化产品提供“临床实证”。

根据光明乳业负责人表示，老龄化进程加速正在催生巨大的银发经济市场。2022年中国65岁的人口占比达14%，到2030年将达26%，2040年将达到32%。而老年群体在口感、营养需求等方面与年轻人不同，未来老年乳品开发非常重要。因此随着年龄增长带来的呼吸、消化、免疫及认知功能变化，为乳剂食品未来的开发提供了非常巨大的潜力。对此，光明乳业未来发展的科技方向包括，一是靶向特定健康功能的精准益生菌，二是深化乳制品的营养健康研究，以及面向健康衰老的功能乳品开发。

同时，以咖啡、茶饮、火锅等为代表的B端也成为了各家乳企争夺焦点。例如伊利已经牵手海底捞、沪上阿姨等餐饮巨头。蒙牛也在此块发力，已与百胜中国达成战略合作，还与蜜雪集团旗下大咖国际开启战略合作，就巴氏奶、奶粉等生产原料供应合作达成共识。(WW)
注：上述信息仅供参考，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《中国液态奶行业发展趋势分析与投资前景研究报告（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年中国液态奶行业发展概述

第一节 液态奶行业发展情况概述

一、液态奶行业相关定义

二、液态奶特点分析

三、液态奶行业基本情况介绍

四、液态奶行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、液态奶行业需求主体分析

第二节 中国液态奶行业生命周期分析

一、液态奶行业生命周期理论概述

二、液态奶行业所属的生命周期分析

第三节 液态奶行业经济指标分析

一、液态奶行业的赢利性分析

二、液态奶行业的经济周期分析

三、液态奶行业附加值的提升空间分析

第二章 中国液态奶行业监管分析

第一节 中国液态奶行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国液态奶行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对液态奶行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国液态奶行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对液态奶行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

二、中国宏观经济环境对液态奶行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对液态奶行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对液态奶行业的影响分析

第四节 中国液态奶行业投资环境分析

第五节 中国液态奶行业技术环境分析

第六节 中国液态奶行业进入壁垒分析

一、液态奶行业资金壁垒分析

二、液态奶行业技术壁垒分析

三、液态奶行业人才壁垒分析

四、液态奶行业品牌壁垒分析

五、液态奶行业其他壁垒分析

第七节 中国液态奶行业风险分析

一、液态奶行业宏观环境风险

二、液态奶行业技术风险

三、液态奶行业竞争风险

四、液态奶行业其他风险

第四章 2020-2024年全球液态奶行业发展现状分析

第一节 全球液态奶行业发展历程回顾

第二节 全球液态奶行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲液态奶行业地区市场分析

一、亚洲液态奶行业市场现状分析

二、亚洲液态奶行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲液态奶行业市场前景分析

第四节 北美液态奶行业地区市场分析

一、北美液态奶行业市场现状分析

二、北美液态奶行业市场规模与市场需求分析

三、北美液态奶行业市场前景分析

第五节 欧洲液态奶行业地区市场分析

一、欧洲液态奶行业市场现状分析

二、欧洲液态奶行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲液态奶行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球液态奶行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球液态奶行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国液态奶行业运行情况

第一节 中国液态奶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 中国液态奶行业市场规模分析

一、影响中国液态奶行业市场规模的因素

二、中国液态奶行业市场规模

三、中国液态奶行业市场规模解析

第三节 中国液态奶行业供应情况分析

一、中国液态奶行业供应规模

二、中国液态奶行业供应特点

第四节 中国液态奶行业需求情况分析

一、中国液态奶行业需求规模

二、中国液态奶行业需求特点

第五节 中国液态奶行业供需平衡分析

第六节 中国液态奶行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国液态奶行业产业链及细分市场分析

第一节 中国液态奶行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、液态奶行业产业链图解

第二节 中国液态奶行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对液态奶行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对液态奶行业的影响分析

第三节 中国液态奶行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国液态奶行业市场竞争分析

第一节 中国液态奶行业竞争现状分析

一、中国液态奶行业竞争格局分析

二、中国液态奶行业主要品牌分析

第二节 中国液态奶行业集中度分析

一、中国液态奶行业市场集中度影响因素分析

二、中国液态奶行业市场集中度分析

第三节 中国液态奶行业竞争特征分析

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

第八章 2020-2024年中国液态奶行业模型分析

第一节 中国液态奶行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国液态奶行业SWOT分析

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

六、中国液态奶行业SWOT分析结论

第三节 中国液态奶行业竞争环境分析（PEST）

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

第九章 2020-2024年中国液态奶行业需求特点与动态分析

第一节 中国液态奶行业市场动态情况

第二节 中国液态奶行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 液态奶行业成本结构分析

第四节 液态奶行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国液态奶行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国液态奶行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国液态奶行业所属行业运行数据监测

第一节 中国液态奶行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国液态奶行业所属行业产销与费用分析

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

第三节 中国液态奶行业所属行业财务指标分析

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

第十一章 2020-2024年中国液态奶行业区域市场现状分析

第一节 中国液态奶行业区域市场规模分析

一、影响液态奶行业区域市场分布的因素

二、中国液态奶行业区域市场分布

第二节 中国华东地区液态奶行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区液态奶行业市场分析

(1) 华东地区液态奶行业市场规模

(2) 华东地区液态奶行业市场现状

(3) 华东地区液态奶行业市场规模预测

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

三、华中地区液态奶行业市场分析

(1) 华中地区液态奶行业市场规模

(2) 华中地区液态奶行业市场现状

(3) 华中地区液态奶行业市场规模预测

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

三、华南地区液态奶行业市场分析

(1) 华南地区液态奶行业市场规模

(2) 华南地区液态奶行业市场现状

(3) 华南地区液态奶行业市场规模预测

第五节 华北地区液态奶行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区液态奶行业市场分析

(1) 华北地区液态奶行业市场规模

(2) 华北地区液态奶行业市场现状

(3) 华北地区液态奶行业市场规模预测

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

三、东北地区液态奶行业市场分析

(1) 东北地区液态奶行业市场规模

(2) 东北地区液态奶行业市场现状

(3) 东北地区液态奶行业市场规模预测

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

三、西南地区液态奶行业市场分析

(1) 西南地区液态奶行业市场规模

(2) 西南地区液态奶行业市场现状

(3) 西南地区液态奶行业市场规模预测

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

三、西北地区液态奶行业市场分析

(1) 西北地区液态奶行业市场规模

(2) 西北地区液态奶行业市场现状

(3) 西北地区液态奶行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国液态奶行业市场规模区域分布预测

第十二章 液态奶行业企业分析（随数据更新可能有调整）

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】

第十三章 2025-2032年中国液态奶行业发展前景分析与预测

第一节 中国液态奶行业未来发展前景分析

一、中国液态奶行业市场机会分析

二、中国液态奶行业投资增速预测

第二节 中国液态奶行业未来发展趋势预测

第三节 中国液态奶行业规模发展预测

一、中国液态奶行业市场规模预测

二、中国液态奶行业市场规模增速预测

三、中国液态奶行业产值规模预测

四、中国液态奶行业产值增速预测

五、中国液态奶行业供需情况预测

第四节 中国液态奶行业盈利走势预测

第十四章 中国液态奶行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国液态奶行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国液态奶行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 液态奶行业品牌营销策略分析

一、液态奶行业产品策略

二、液态奶行业定价策略

三、液态奶行业渠道策略

四、液态奶行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202505/753589.html>