



勤策
消费研究

2023乳制品行业研究报告

——需求增长不足，升级空间仍在



勤策
消费研究

专注全球
消费洞察与市场研究

目录

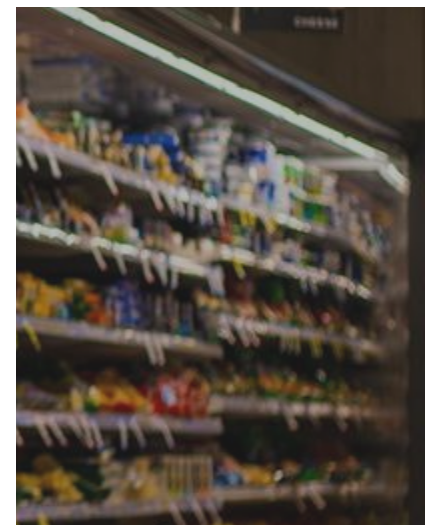
1 乳制品行业现状

2 乳制品行业供给及消费结构

3 常温白奶发展现状

4 巴氏奶发展现状

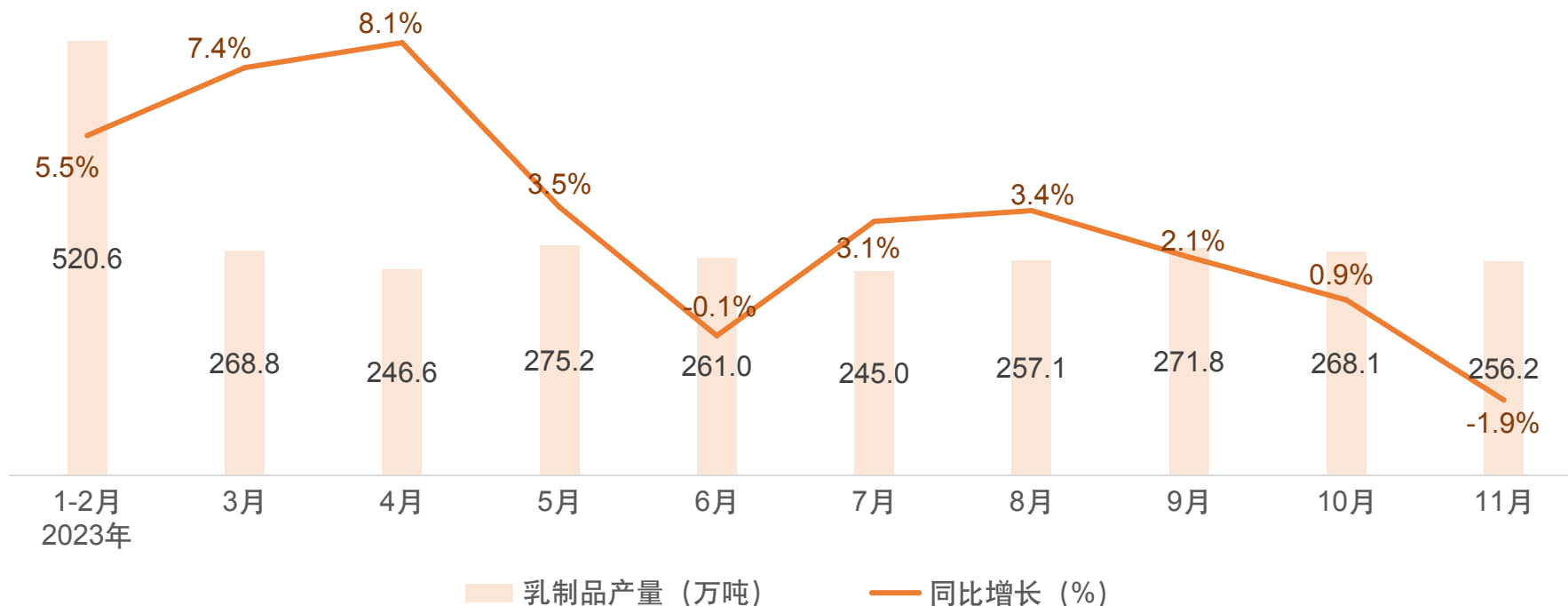
5 酸奶发展现状



乳制品行业增长放缓，各品类呈现分化

- 2023年我国乳制品行业在宏观经济弱复苏下需求增长不足，原奶供需失衡。1-11月全国乳制品产量2801.6万吨，同比增长3.3%，各月同比增速整体呈下滑趋势
- 乳制品各品类发展分化，常温白奶做为基本盘呈现复苏增长；巴氏奶增长潜力较大，企业加速布局；酸奶产品整体增长面临压力；婴幼儿配方奶粉在新生儿数量减少的挑战下，进入挤压式发展

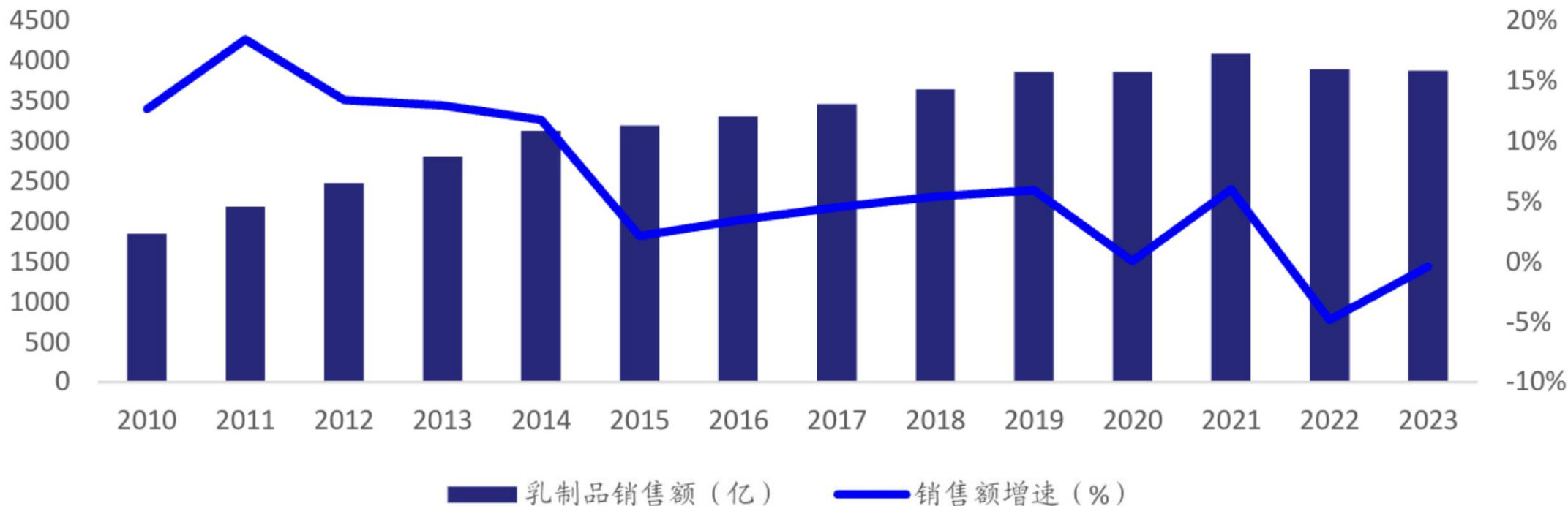
2023年1-11月中国乳制品产量及同比增长情况



今年乳制品行业销售额维持上年水平

- 从消费额看，2023年我国乳制品销售额约3900亿元，基本维持上年水平
- 随着经济持续复苏，饮食结构不断优化，在乳制品消费需求不断增长的驱动下，Euromonitor预计2024年乳制品行业规模有望接近5000亿元

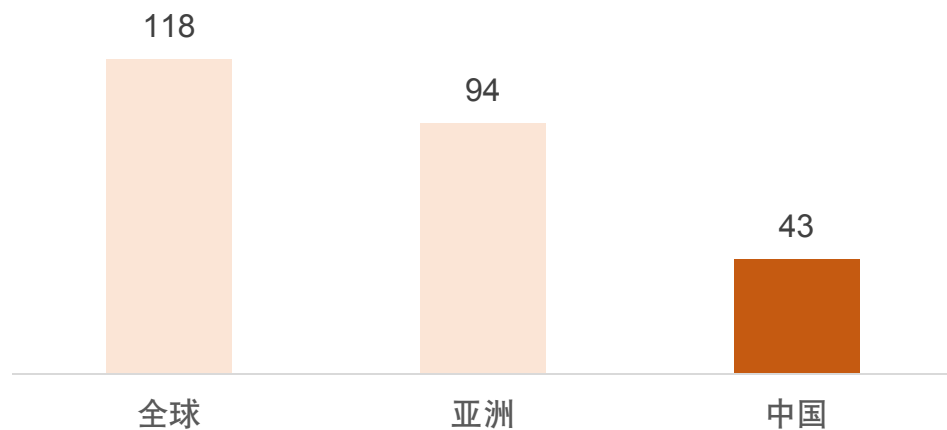
中国乳制品销售额及同比增长情况



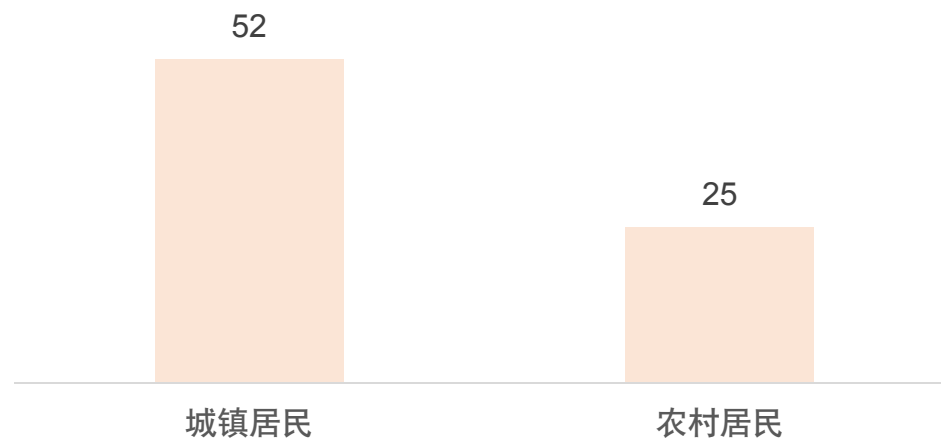
乳制品消费具备较大增长空间

- 《中国居民膳食指南（2022）》建议奶及奶制品每人每天的摄入量在300-500g为宜，折合每人每年110-183kg；据Euromonitor数据，2022年我国人均奶类消费量约 43 公斤，相当于推荐量的30%左右
- 对比海外，我国同样存在较大增长空间。据国际乳品联盟报告，2021 年全球、亚洲人均奶类消费量分别为118kg/94kg，我国分别达到全球及亚洲平均水平的36%/45%
- 在内部结构上，我国农村居民人均奶类消费量与城镇居民差距较大，在人均可支配收入持续增长的趋势下，农村居民人均消费量提升将成为奶类消费的重要驱动力

2022年人均乳制品消费量 (kg)



2021年中国城镇、农村居民人均奶类消费量 (kg)





目录

1 乳制品行业现状

2 乳制品行业供给及消费结构

3 常温白奶发展现状

4 巴氏奶发展现状

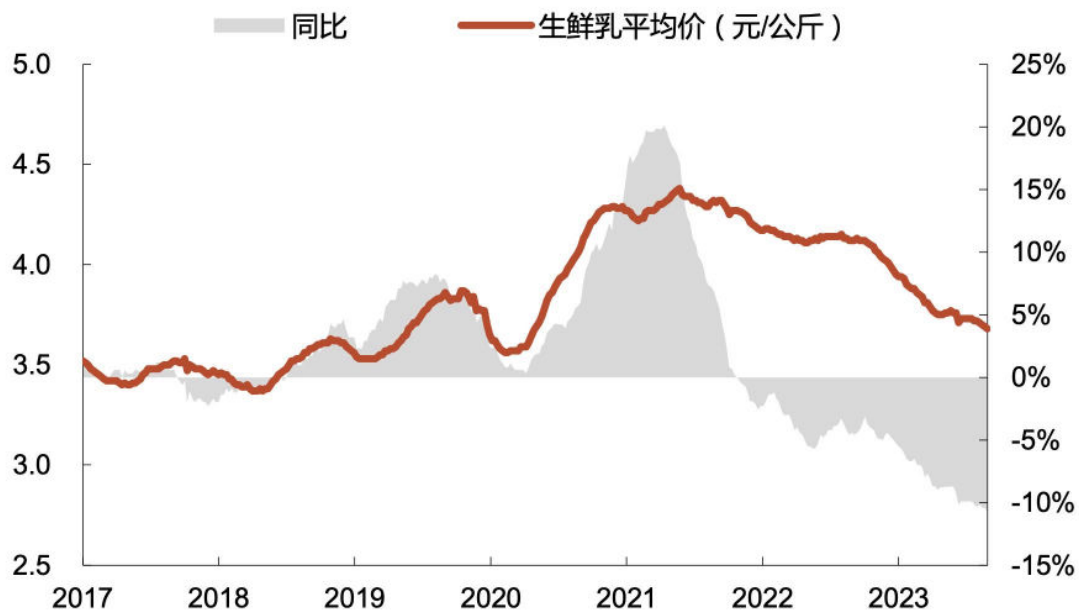
5 酸奶发展现状



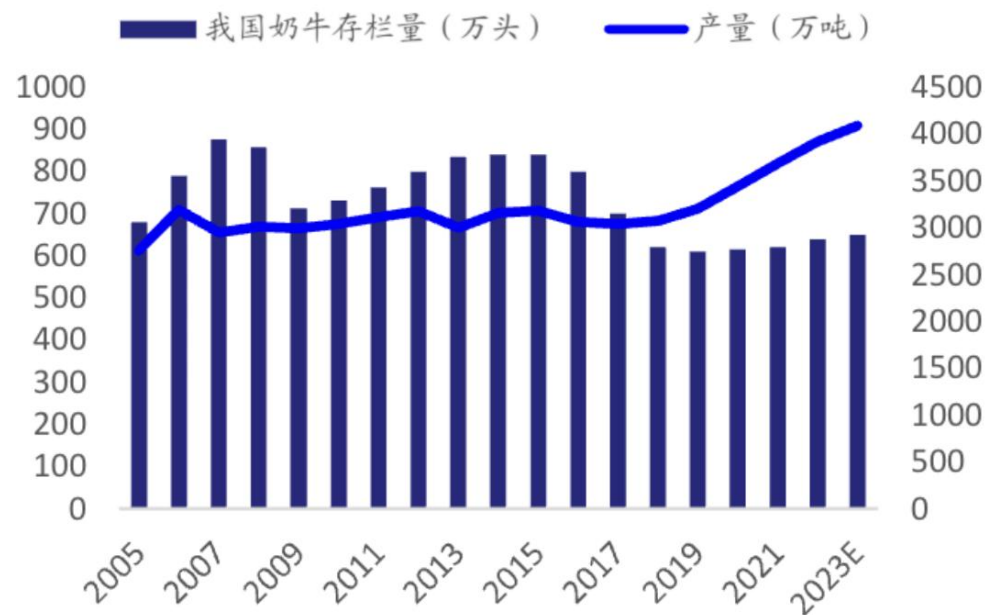
原奶阶段性过剩，长期存在供需缺口

- 今年我国原奶总体呈现供大于求局面，价格持续下滑。原奶价格自2021年8月以来进入下行周期，2023年下滑趋势加剧，截至12月13日，价格已来到3.67元/公斤，较年初跌幅达10.9%。价格下跌叠加饲料成本处于高位，上游牧场面临较大压力
- 从长期来看，上游奶源供需缺口依旧存在。当前我国奶牛存栏数约650万头，近年来虽在增长，但增幅有限，据海天国际报告，制约上游扩张的因素包括不断增长的环保投入，以及原奶价格不稳定带来的企业盈利周期性波动

生鲜乳（原奶）价格走势



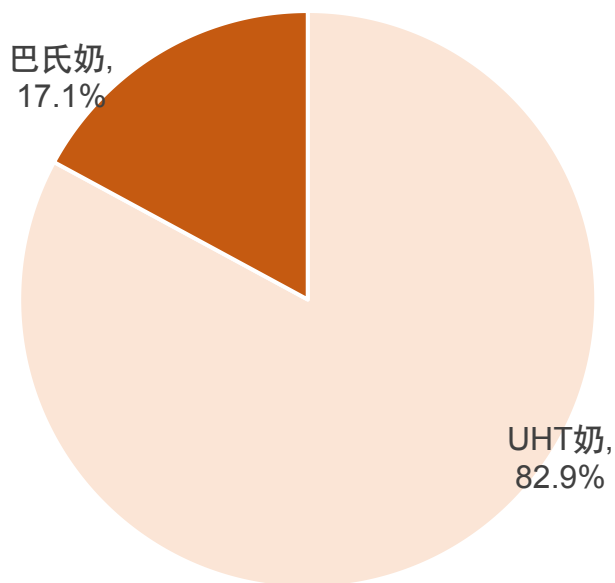
我国奶牛存栏量及原奶产量（右轴）



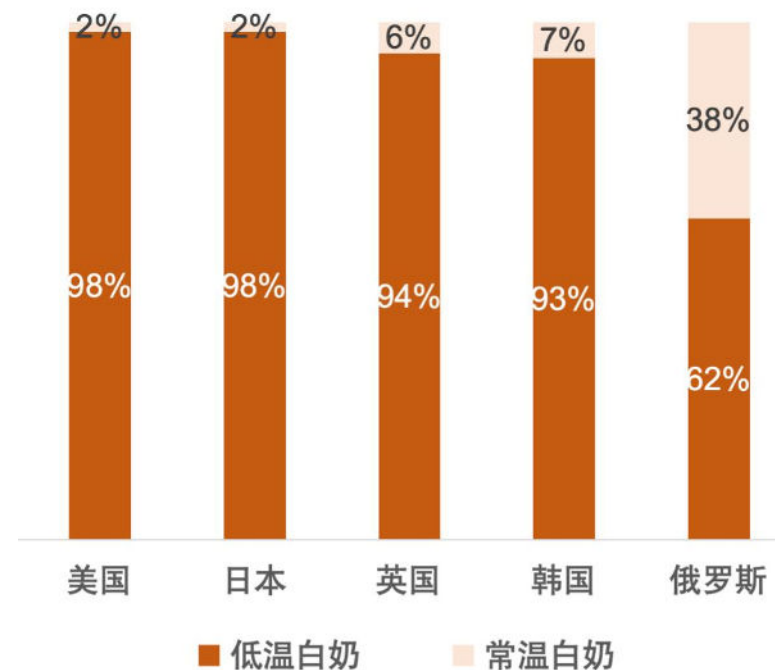
常温白奶消费占主导，各品类分化显著

- 在消费结构上，我国牛奶消费以常温白奶（UHT奶）为主，2023年白奶消费中UHT奶、巴氏奶占比分别82.9%/17.1%
- 部分海外国家以巴氏奶为主导，造成差异主要来自奶源分布、冷链建设等因素。具体来看，欧美部分国家牧场资源丰富、奶源分布均匀且冷链运输较为发达；俄罗斯等国家所在纬度高，低温奶储存和运输成本较低；日韩相对地狭人稠且城镇化率高，运输较为便利，当地饮食习惯与低温饮用牛奶契合
- 我国奶源分布与消费市场割裂明显，影响巴氏奶大规模替代UHT奶，因此我国常温白奶仍将长期占据主导

2023年中国白奶消费结构



不同国家牛奶消费结构



常温白奶消费占主导，各品类分化显著

- 在技术革新（超级巴氏奶）和冷链发展等因素推动下，巴氏奶已呈现加速增长趋势，2023年巴氏奶市场规模已达392亿元，2018-2023年零售额CAGR约5.5%
- 此外，我国消费需求呈现多元化，消费者对于干酪等乳制品需求逐步提升。乳企积极布局，推出如奶酪棒等符合消费习惯的产品，细分子品类的阶段性高增长有望实现

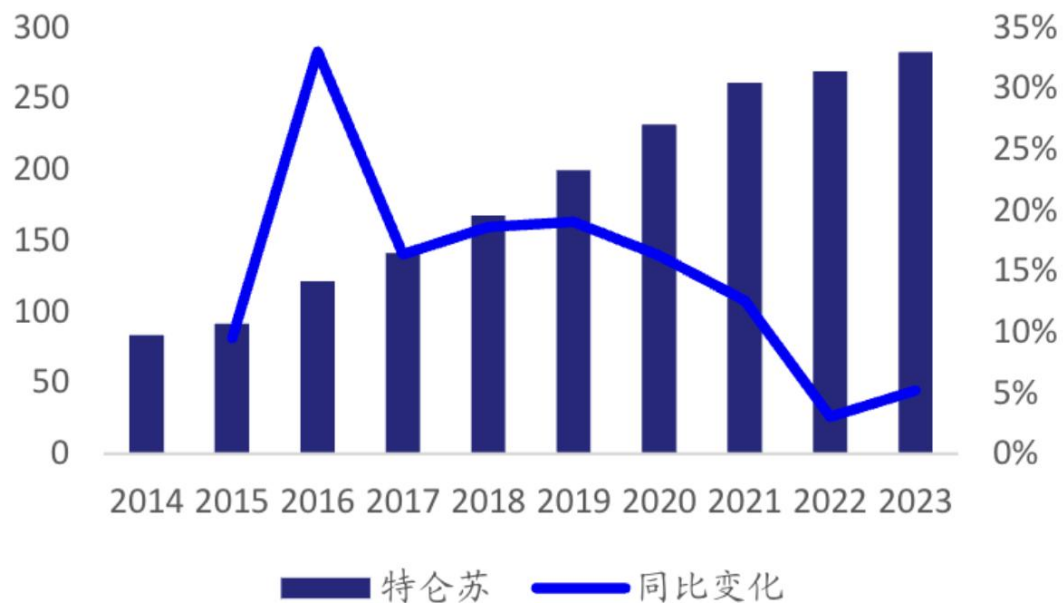
2023年乳制品细分品类对比

类别	市场规模 (亿元)	同比增速 (%)	CR5 (%)	零售额CAGR (2018-2023)	增长趋势
UHT奶	1198	4.9%	90.7%	6.7%	进入成熟期
酸奶	1192	-3.3%	75.0%	-7.8%	高速增长后停滞
巴氏奶	392	0.2%	60.6%	5.5%	加速增长
奶酪	约110	-18%	CR3: 70%	13%	初级阶段缺乏培育

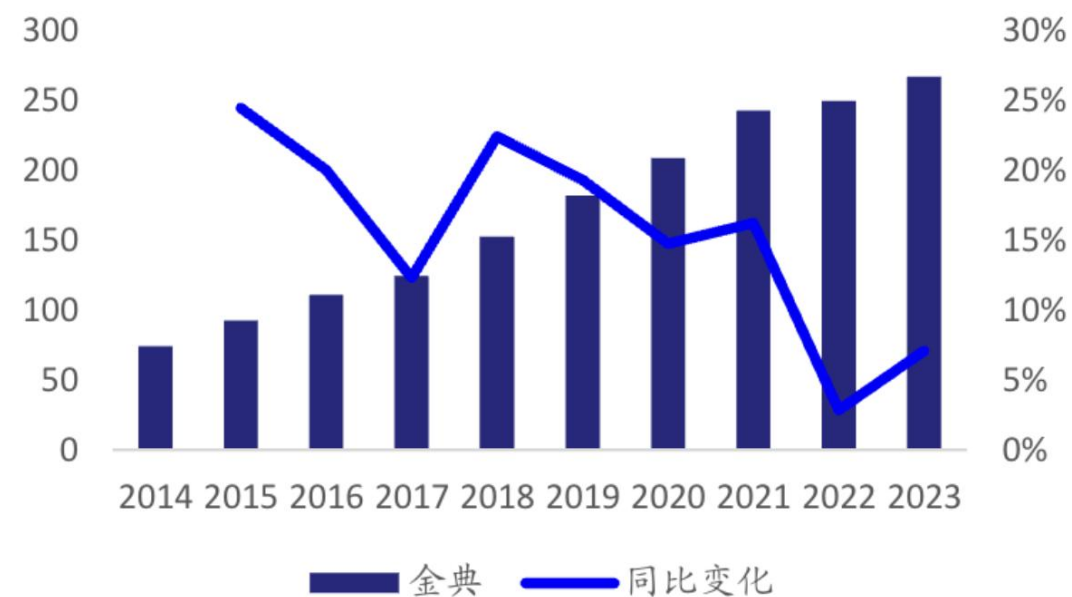
高性价比与高附加值成为消费关注点

- 今年以来，消费持续呈现弱复苏，消费者支出趋于理性。以蒙牛、伊利的高端白奶特仑苏、经典为例，产品自2019年以来收入增速总体呈现下降
- 长期来看，在中等收入群体不断扩容的背景下，高品质产品的接受度不断提高，乳制品价值提升仍有较大需求，在经济持续复苏下，高端白奶收入持续增长，并驱动液态奶整体增长

蒙牛高端白奶收入情况（亿元）



伊利高端白奶收入情况（亿元）



目录

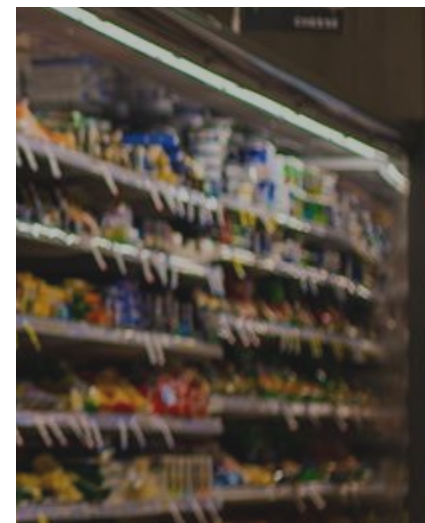
1 乳制品行业现状

2 乳制品行业供给及消费结构

3 常温白奶发展现状

4 巴氏奶发展现状

5 酸奶发展现状



常温白奶做为乳制品行业基本盘已进入成熟期

- 2023年，我国常温白奶市场规模约1200亿元，同比增长4.9%，行业增速自2015以来基本维持在3-5%水平，发展已进入成熟期
- 常温白奶做为乳制品行业的基本盘，规模占比约30%。受限于奶源分布，冷链物流等因素，相较巴氏奶，常温白奶在我国更具优势，因此未来长期仍将占据主导，高端白奶将成为推动行业增长的重要驱动力

常温白奶零售额及增速情况



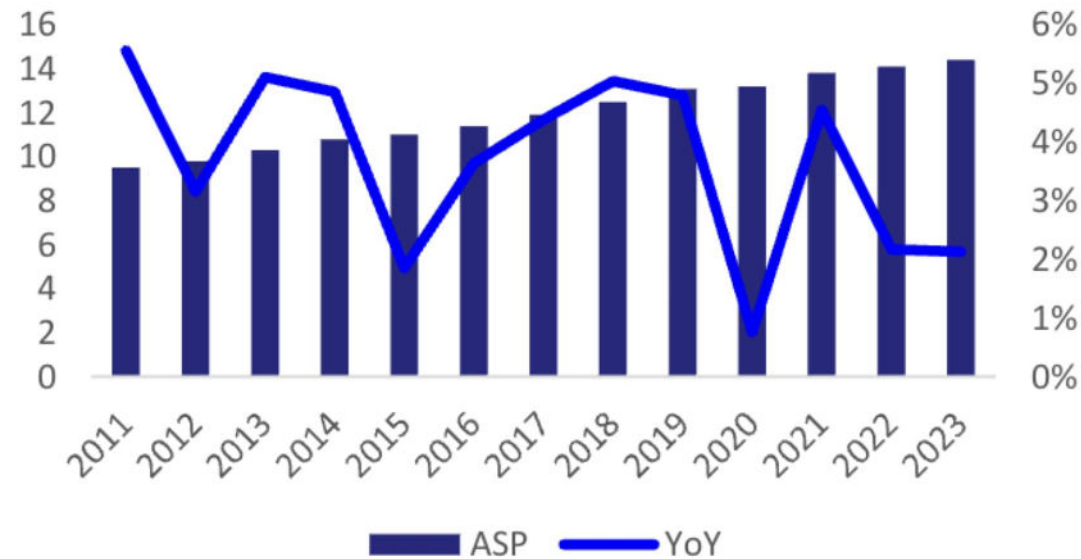
今年常温白奶增长主要由量增驱动

- 具体从量价表现看，2023年常温白奶市场出现回暖主要由于销量增长贡献，价格方面则基本与上年持平
- 长期来看，行业销量在过去10年经历较大波动，其中在2017、18年由于上游原奶供给不足出现销量下跌，期间结构持续升级并推动行业规模增长
- 白奶具备健康属性，随着销量增长趋于稳定，在消费持续复苏以及消费者健康意识提升下，价增影响或将高于量增影响

常温白奶销量及增速（万吨）



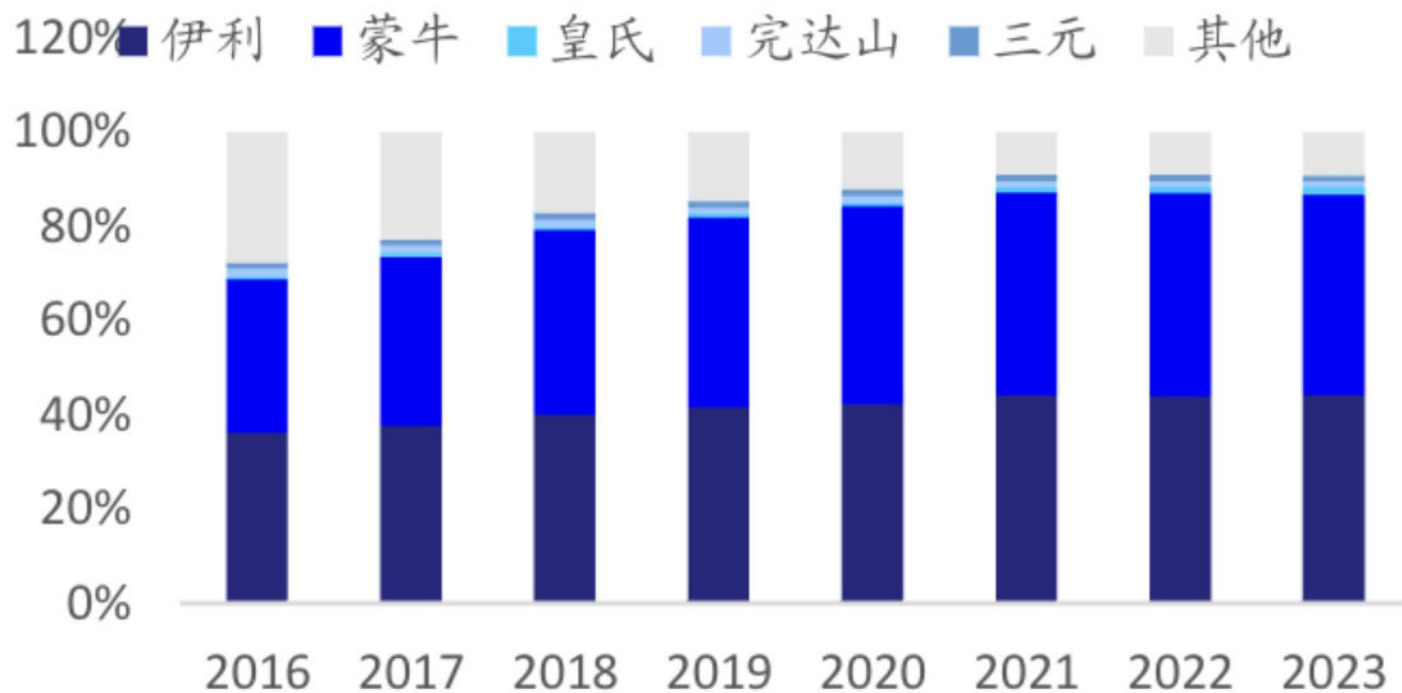
常温白奶平均售价及增速（元/kg）



常温白奶集中度高，格局稳定

- 我国常温白奶行业集中度较高，整体竞争格局稳定，形成以伊利、蒙牛为主导的双寡头竞争格局
- 据Euromonitor数据，2023年行业CR5约91%，Top5分别为伊利、蒙牛、皇氏、完达山、三元，其中伊利、蒙牛占比超80%，龙头企业在产品、品牌、渠道各个方面拥有绝对的领先优势，市场愈发向头部企业集中

中国常温白奶市场格局



目录

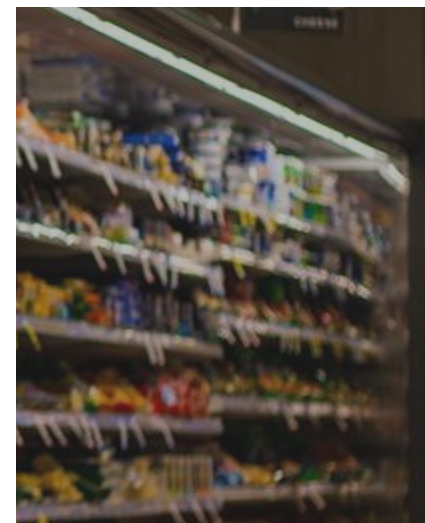
1 乳制品行业现状

2 乳制品行业供给及消费结构

3 常温白奶发展现状

4 巴氏奶发展现状

5 酸奶发展现状



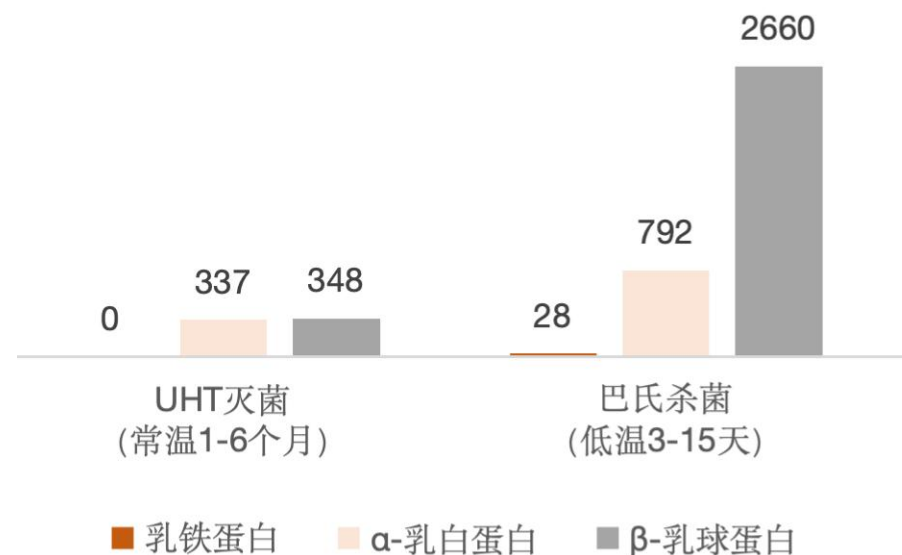
巴氏奶今年呈现复苏趋势

- 2022年因防控政策限制消费场景，低温乳制品周转速度下降，行业增长停滞。今年我国巴氏奶市场规模约400亿元，同比增长转正，呈现复苏趋势
- 相较常温奶（UHT灭菌），巴氏奶的灭菌温度较低，保质期较短，能够更好保留原奶的营养及口感，受制于奶源建设和冷链运输，巴氏奶销售半径通常只有400公里左右

巴氏奶零售额及增速情况



各杀菌工艺乳品品质情况 (mg/L)



技术升级下巴氏奶增长势能进一步提高

- 据海天国际报告，当前巴氏奶发展的最大瓶颈在于供给而非需求，例如四川地区、东北部分地区以及山东部分地区巴氏奶市占率高于常温奶的根本原因在于供给创造需求，消费能力并不是最重要的制约因素
- 长期来看，巴氏奶相较常温奶更符合部分消费者的升级需求。技术层面上目前“超级巴氏奶”的推出进一步拓宽了巴氏奶销售半径，有助于进一步加强巴氏奶企业的区域扩张能力

不同杀菌工艺乳品对比

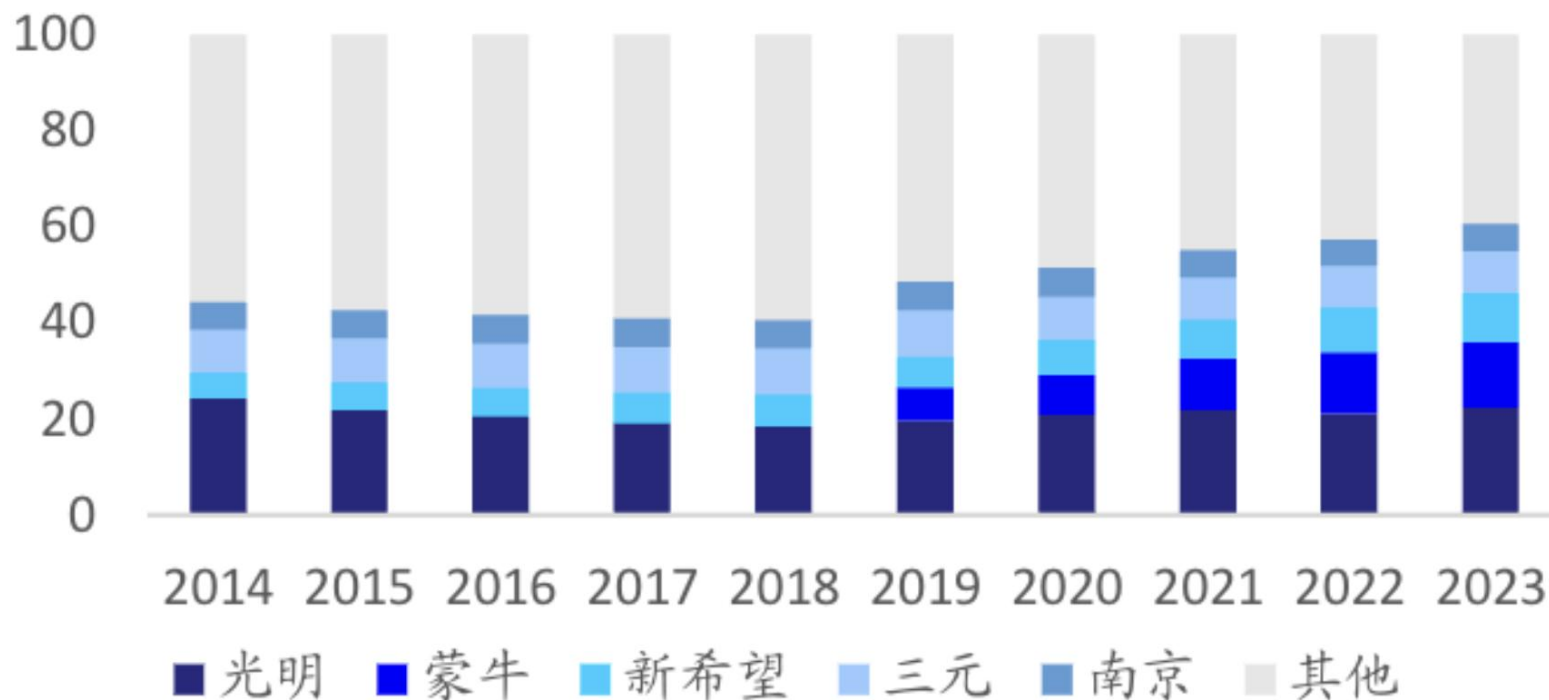
产品类型	杀菌/灭菌方式	贮存	流行国家
超高温灭菌乳 (UHT)	110°C/15-40min	常温, 1-12个月	中国、比利时、西班牙、法国、葡萄牙等
巴氏杀菌乳	低温长时间: 62-65°C/30min 高温短时间: 72-75°C/15s	冷藏, 3-15天	美国、英国、加拿大、澳大利亚等
超瞬时杀菌乳 (INF)	143-158°C/0.05-0.5s	冷藏, 21天	德国、日本、韩国
延长货架期杀菌乳 (ESL)	英国标准: 90°C/5s 美国标准: 138°C/2s	冷藏, 15-30天 冷藏, 45-60天	

超巴氏杀菌奶

巴氏奶市场格局尚未固定

- 巴氏奶市场主要由地方性乳企主导，且集中度不断扩大，2019年蒙牛凭借奶源、渠道等优势快速扩张，目前市占率排名第二。行业整体形成区域龙头乳企、全国性乳企、中小乳企三类市场主体的竞争格局
- 据Euromonitor数据，2023年行业CR5约61%，Top5分别为光明、蒙牛、新希望、三元、南京卫岗，行业格局尚未固定，2-5名各企业正缩小与光明的差距

中国巴氏奶市场格局





目录

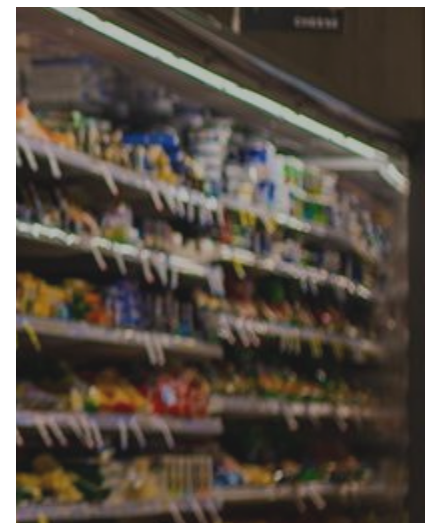
1 乳制品行业现状

2 乳制品行业供给及消费结构

3 常温白奶发展现状

4 巴氏奶发展现状

5 酸奶发展现状



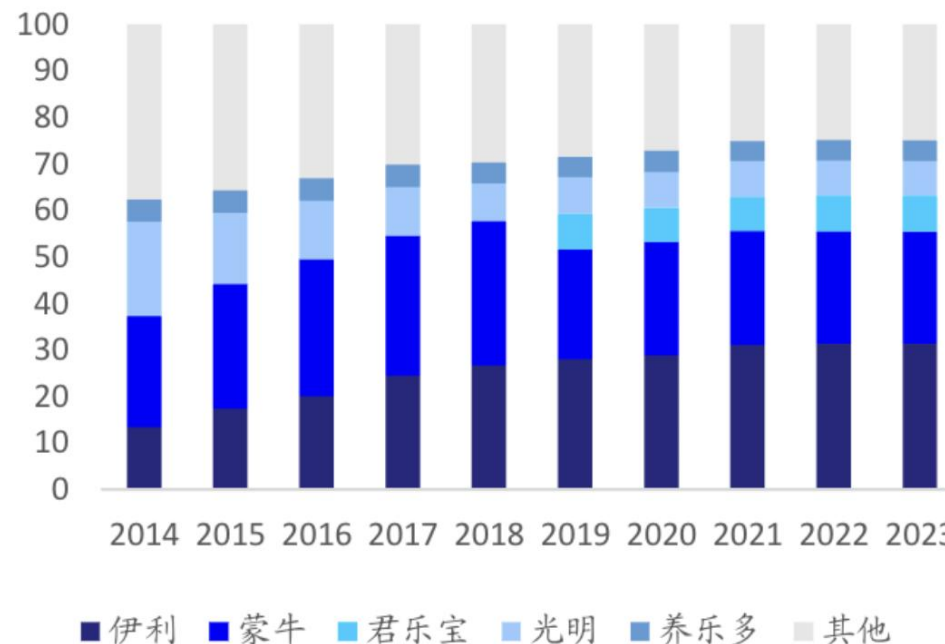
酸奶市场持续下滑，双寡头格局明显

- 2023年，我国酸奶市场规模约1200亿元，同比增长-3.3%，近年来持续下滑一方面受疫情因素影响，消费场景、商品周转受限，另一方面过去几年酸奶价格持续提高，且部分消费者认为其零食属性大于营养属性，降低了购买需求
- 目前行业呈现双寡头格局，2023年CR5约75%，其中伊利、蒙牛占据约55%的市场份额

酸奶零售额及增速情况



酸奶市场格局



作者介绍



勤策
消费研究

钱旭明

勤策消费研究资深分析师

保持独立思考，抽丝剥茧
关注消费领域，研判行业趋势



消费品行业数字化服务商

人员在线 | 客户在线 | 费用在线 | 订单在线 | 库存在线



扫码领取行业解决方案