



# 2025 年前三季度 乳制品行业运行分析

联合资信 工商评级二部 杨恒

2025 年前三季度，我国乳制品行业处于供需结构再平衡的关键阶段。上游原料奶市场呈现阶段性供给过剩，价格持续下行，倒逼产能调整。行业市场已经呈现出高度集中的竞争格局，整体竞争格局较为稳定。政策层面构成了一套从内部扶持到外部保护、从短期纾困到长期引领的系统性措施，行业竞争从过去依赖规模扩张和价格营销，转向对全产业链掌控力、深加工核心技术以及品质的竞争。



联合资信评估股份有限公司  
China Lianhe Credit Rating Co.,Ltd.



## 一、行业运行概况

**2025年1—9月，我国乳制品行业面临阶段性供给过剩，供需关系仍处于动态调整过程中，叠加需求偏弱，价格亦呈回落态势。**

乳制品行业的上游主要是原料奶（即牛奶），根据国家统计局数据，中国牛奶产量近年来增速已有所放缓，2024年以来出现负增长。2025年1—9月，中国牛奶产量为2921.00万吨，同比增长0.7%，供需关系仍处于动态调整过程中。一方面，乳制品消费在一定程度上受到经济增速放缓、近年来人口出生率偏低的影响；另一方面，植物基饮料等替代产品的兴起也对乳制品市场造成了冲击，如椰子水、中式养生水市场份额快速提升。需求不足使得乳企不得不调整生产计划，减少产量。

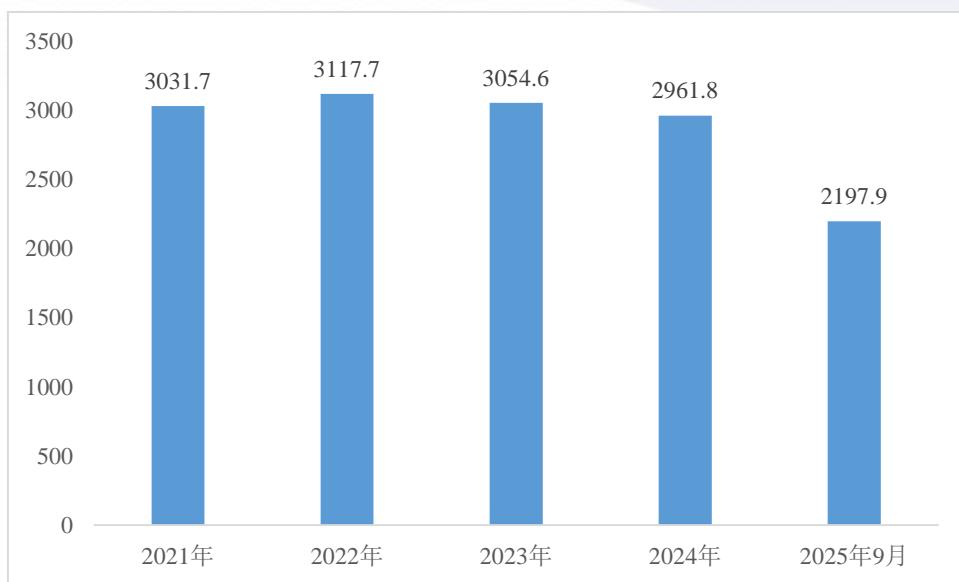
图表1 • 2021—2025年9月底中国牛奶产量（单位：万吨）



资料来源：国家统计局，联合资信整理

下游方面，根据国家统计局数据，2025年1—9月，中国乳制品产量延续下降态势，同比下降0.5%至2197.9万吨，主要表现为乳企自有牧场产能开始逐步超市场需求。但下游产量的下行滞后于上游原料奶的下行，主要系原料奶“供应量”与最终进入终端产品的“实际消化量”之间存在缓冲与时滞。终端需求走弱通常先表现为渠道动销放缓、成品库存上升，乳企会通过压产、促销去库存等方式调节生产，并在奶源阶段性过剩时采取“喷粉”等方式将部分生鲜乳转化为可存储产品，形成短期缓冲。随后，乳企通过限收、议价等方式将压力向上游牧场传导，但受奶牛繁育与泌乳周期、存栏调整等长周期约束，上游供给出清通常滞后于需求与乳企生产端的调整。

图表 2 • 2021—2025 年 9 月底中国乳制品产量（单位：万吨）

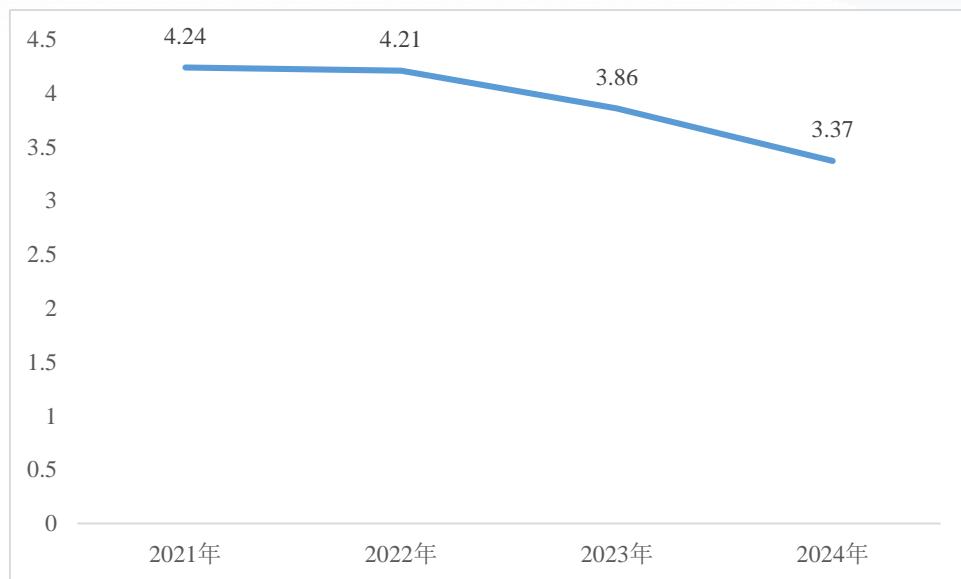


资料来源：国家统计局，联合资信整理

销售价格方面，根据国家奶牛产业技术体系数据显示，2021—2024 年中国牛奶销售价格累计下跌幅度超过 20%，2025 年以来奶价持续在低位徘徊（例如山东省 2025 年上半年的原料奶均价约为 3.06 元/千克，同比进一步下降 12.82%）。2025 年 1—9 月跌势进一步加剧，价格大幅下探至 3.37 元/千克，同比降幅扩大至 12.69%。这一价格走势是供给与需求两侧因素共同作用、相互强化的直接结果。在供给端，受前期政策鼓励、养殖效益可观等因素驱动，国内奶牛养殖产能持续扩张，规模化牧场水平提升带动了单产增长。与此同时，进口大包粉等乳原料凭借价格优势持续涌入，进一步增加了国内市场的有效供给。然而，在需求端市场却未能同步消化激增的奶源。受宏观经济增速放缓、消费信心疲软以及人口出生率下降影响婴幼儿配方奶粉消费等多重因素影响，终端乳制品消费增长乏力，甚至出现收缩。

这种“供给增、需求弱”的格局导致了严重的供过于求。乳制品加工企业为了应对终端产品销售不畅的压力，一方面会减少原奶收购量，另一方面则会将过剩的原奶加工成可以长期储存的大包粉作为“缓冲池”，但这又加剧了库存压力和未来的供给预期。由此，强大的市场压力沿着产业链向上游传导，最终体现为原料奶价格的断崖式下跌。

图表 3 • 2021—2024 年底中国牛奶销售价格（单位：元/千克）



资料来源：国家奶牛产业技术体系，联合资信整理

## 二、行业竞争

**中国乳制品市场已经呈现出高度集中的竞争格局，整体竞争格局较为稳定。**

中国乳制品行业竞争激烈，受奶源分布、产品物流配送和储存条件的限制，当前乳制品行业呈现少数全国性大企业与众多地方企业并存的竞争格局。

根据下表样本企业（仅披露 2025 年三季报上市公司）数据，2025 年前三季度，行业最显著的特征是伊利股份（905.64 亿元）的绝对龙头地位。其营收规模占据前十强总和的 66.9%，净利润（104.20 亿元）占比更是高达 90.5%。这一数据充分表明，中国乳制品市场已形成高度集中的寡头垄断结构，伊利凭借其庞大的规模效应、强大的品牌影响力与渠道控制力，占据了行业绝大部分的利润蛋糕。与之形成鲜明对比的是，其余九家企业营收均未超过 200 亿元，呈现出明显的层级分化。光明乳业（182.31 亿元）和新乳业（84.34 亿元）构成第二梯队，而三元股份、妙可蓝多等企业营收则在 50 亿元以下，处于第三梯队。

从增长角度看，中国乳制品行业整体已进入低速增长期。样本企业前十强合计营收同比增长仅 0.98%，合计净利润微降 0.75%，反映出在市场饱和与消费疲软的大背景下，行业整体增长动能不足。然而在整体低迷的增长态势中，部分中型企业通过差异化战略实现了超行业平均的高增长，例如妙可蓝多（聚焦奶酪赛道）和区域乳企代表三元股份，营业收入增速均超过 10%，净利润增速分别为 106.88% 和 96.37%；此外，新乳业（营收增 3.49%，净利增 31.78%）和一鸣食品也通过聚焦低温乳制品等策略实现了稳健增长。

图表 4 · 2025 年 1—9 月中国乳制品营收规模前十大上市公司（部分）财务情况（单位：亿元）

项目	2025 年 1—9 月		2025 年前三季度同比变化	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润
证券简称				
伊利股份	905.64	104.20	1.71%	-4.37%
光明乳业	182.31	0.61	-0.99%	134.78%
新乳业	84.34	6.41	3.49%	31.78%
三元股份	48.71	2.25	10.06%	96.37%
妙可蓝多	39.57	1.76	10.09%	106.88%
一鸣食品	21.46	0.46	4.26%	25.74%
天润乳业	20.74	-0.36	-3.81%	-1431.41%
贝因美	20.33	1.14	-2.59%	47.09%
佳禾食品	17.69	0.29	5.27%	-65.14%
皇氏集团	13.14	-0.53	-12.97%	-307.82%
合计	1353.93	115.10	0.98%	-0.75%

注：表格中为仅披露 2025 年三季报上市公司（蒙牛乳业等港股上市公司未在此列）

资料来源：公开资料，联合资信整理

### 三、行业政策

**2025 年以来中国乳制品行业出台的一系列政策，构成了一套从内部扶持到外部保护、从短期纾困到长期引领的系统性措施，行业竞争从过去依赖规模扩张和价格营销，转向对全产业链掌控力、深加工核心技术以及品质的竞争。**

**以全方位扶持纾解产业链当前压力。**2025 年 7 月 28 日由农业农村部发布的《关于加快奶业纾困提升奶业高质量发展水平的通知》提出了八大措施，系统性地从资金扶持、产业升级和需求刺激等多维度入手，通过直接的政策与金融工具缓解从养殖到加工各环节的现金流压力，同时以“鼓励深加工”和“加大消费宣传”为导向，为行业指明摆脱低水平竞争、向内寻求增长动力的转型路径。

**以战略共识引领行业长期发展方向。**中国奶业协会于 2025 年 7 月发布的一揽子战略方案与倡议，设定了量化的中长期目标，如人均消费量、产加销一体化覆盖率，通过组织企业共同签署稳定上游的倡议，构建更紧密的产业链利益联结机制，该政策在引导企业超越短期市场波动，从战略高度投资于供应链韧性、品牌价值与消费培育。

**以标准升级强制推动产品品质与产业链价值回流。**于 2025 年 9 月 16 日正式实施的《食品安全国家标准灭菌乳》第 1 号修改单明确规定“纯牛奶”必须使用生乳为原料，彻底禁止了使用复原乳（奶粉还原）的生产方式。这一技术性条款在消费端抬高了“纯牛奶”的品质门槛，净化了市场标识，是对消费者的一次正面教育；在产业中游迫使生产企业调整产品结构，优先使用新鲜生乳；而在产业链上游直接为牧场创造了稳定且必须的需求，推动了价值向养殖端回流。

**以贸易措施为国内高附加值产业争取战略发展空间。**2025 年 12 月 23 日起实施的对欧

盟相关乳制品的临时反补贴措施，通过施加临时关税，旨在短期内削弱进口产品的不公平价格竞争力，缓解国内市场压力。其深层战略意图是国内企业发展巴氏杀菌乳、奶酪、黄油等高附加值产品创造一个宝贵的“窗口期”，鼓励企业利用此机会提升技术、扩大产能、培育品牌和市场，从而逐步提升在深加工领域的自给能力与竞争力，是构建国内国际双循环格局在乳业领域的具体实践。

图表 5 • 2025 年以来中国乳制品行业政策

发布时间	政策领域	政策名称	主要内容
2025年7月28日	政府扶持	农业农村部《关于加快奶业纾困提升奶业高质量发展水平的通知》	提出八大措施，包括落实扶持政策、强化金融保障、鼓励深加工、加大消费宣传等，旨在全产业链纾困并推动高质量发展
2025年7月	行业引导	中国奶业协会发布一揽子战略方案与倡议	发布《中国奶业奋进2030》、《奶业产加销一体化战略发展方案》等，设定2030年人均消费、一体化覆盖率等目标，并组织企业共同签署稳定上游的倡议
2025年9月16日	标准升级	《食品安全国家标准灭菌乳》第1号修改单	明确规定生产“纯牛奶”（灭菌乳）只能以生乳为原料，禁止使用复原乳。旨在提升产品品质、引导鲜奶消费、增加上游生乳需求
2025年12月23日	贸易保护	对欧盟进口相关乳制品实施临时反补贴措施	初步认定欧盟相关乳制品存在补贴并对国内产业造成损害，实施临时措施，旨在为国内深加工产业（如奶酪、奶油）争取发展时间和市场空间

资料来源：公开资料，联合资信整理

#### 四、总结

2025年前三季度，中国乳制品行业正处于深度调整与结构转型的关键时期。行业运行的核心特征表现为显著的阶段性供需失衡：上游原料奶市场因前期产能扩张与当前需求疲软而呈现供给过剩，导致奶价持续下行并倒逼产能调整；下游消费则延续以液体乳和奶粉为主的基础性结构，但增长乏力。行业竞争方面，中国乳制品市场已经呈现出高度集中的竞争格局，整体竞争格局较为稳定。政策方面，2025年以来中国乳制品行业出台的一系列政策，构成了一套从内部扶持到外部保护、从短期纾困到长期引领的系统性措施，行业竞争从过去依赖规模扩张和价格营销，转向对全产业链掌控力、深加工核心技术以及品质的竞争。

## 联系人

投资人服务 010-85679696-8728 [investorservice@lhratings.com](mailto:investorservice@lhratings.com)

## 免责声明

本研究报告著作权为联合资信评估股份有限公司（以下简称“联合资信”）所有，未经书面许可，任何机构和个人不得以任何形式翻版、复制和发布。如引用须注明出处为“联合资信评估股份有限公司”，且不得对本报告进行有悖原意的引用、删节和修改。未经授权刊载或者转发本研究报告的，联合资信将保留追究其法律责任的权利。

本研究报告中的信息均来源于公开资料，联合资信对这些信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证。本研究报告所载的资料、意见及推测仅反映联合资信于发布本研究报告当期的判断，仅供参考之用，不构成出售或购买证券或其他投资标的要约或邀请。

在任何情况下，本研究报告中的信息和意见均不构成对任何个人的投资建议。联合资信对使用本研究报告及其内容而造成的一切后果不承担任何法律责任。