

# 2011-2015年中国酸奶行业 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国酸奶行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1102/Z651043SCD.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-02-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国酸奶行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国酸奶行业的概念，接着分析了中国酸奶行业发展环境，然后对中国酸奶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国酸奶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国酸奶行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 2010-2011年世界酸奶行业整体运营状况分析

### 第一节 2010-2011年世界酸奶行业运行综述

#### 一、世界酸奶行业发展历程

#### 二、国外酸奶深加工

#### 三、国外酸奶生产情况分析

#### 四、国外酸奶贸易综述

#### 五、国外酸奶消费情况分析

### 第二节 2010-2011年美国酸奶行业动态分析

#### 一、美国市场的冷冻酸奶再度流行

#### 二、美国修订酸奶标准

### 第三节 2010-2011年世界其它国家酸奶行业发展现状分析

#### 一、德国

#### 二、法国

#### 三、日本

#### 四、意大利

### 第四节 2011-2015年世界酸奶产业趋势探析

## 第二章 2010-2011年中国酸奶产业运行环境解析

### 第一节 2010-2011年中国经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、中国食品加工业在国民经济中的地位

#### 三、消费价格指数分析

#### 四、城乡居民收入分析

#### 五、社会消费品零售总额

#### 六、全社会固定资产投资分析

#### 七、进出口总额及增长率分析

### 第二节 2010-2011年中国酸奶政策环境分析

#### 一、《国务院关于促进奶业持续健康发展的意见》

#### 二、《乳品质量安全监督管理条例》

#### 三、《奶业整顿和振兴规划纲要》

#### 四、酸奶益生菌标准出台

### 第三节 相关事件对酸奶行业的影响分析

#### 一、“禁鲜令”引发的酸奶行业地震

#### 二、质检风暴使酸奶危机四伏

#### 三、“三聚氰胺”事件对行业深度影响

### 第四节 2010-2011年中国乳业发展社会环境分析

#### 一、人们的饮食结构分析

#### 二、人们的健康消费观念

## 第三章 2010-2011年中国酸奶产业运行态势分析

### 第一节 2010-2011年中国酸奶市场现状分析

#### 一、中国酸奶产业特点分析

#### 二、中国酸奶产业发展迎来“黄金时期”

#### 三、中国酸奶发酵剂使用现状

#### 四、中国新鲜酸奶的现状和走势

#### 五、酸奶提高免疫力冠益乳获批“国食健字”

#### 六、乳酸菌产业成为推进中国乳业发展的活跃板块

### 第二节 2010-2011年中国酸奶产业发展存在的问题分析

#### 一、乳酸菌饮品标准滞后

#### 二、酸奶冷链管理的瓶颈

#### 三、经济危机下的中国酸奶行业危机分析

### 第三节 2010-2011年中国酸奶产业发展对策分析

## 第四章 2006-2010年中国酸奶制造行业主要数据监测分析

## 第一节2006-2010年11月份中国酸奶制造行业规模分析

### 一、企业数量增长分析

### 二、从业人数增长分析

### 三、资产规模增长分析

## 第二节2010年11月份中国酸奶制造行业结构分析

### 一、企业数量结构分析

#### 1、不同类型分析

#### 2、不同所有制分析

### 二、销售收入结构分析

#### 1、不同类型分析

#### 2、不同所有制分析

## 第三节2006-2010年11月份中国酸奶制造行业产值分析

### 一、产成品增长分析

### 二、工业销售产值分析

### 三、出口交货值分析

## 第四节2006-2010年11月份中国酸奶制造行业成本费用分析

### 一、销售成本分析

### 二、费用分析

## 第五节2006-2010年11月份中国酸奶制造行业盈利能力分析

### 一、主要盈利指标分析

### 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章 2006-2010年中国酸奶产量数据统计分析

### 第一节 2006-2010年中国乳制品行业产品产量分析

#### 一、2006-2009年全国乳制品产量分析

#### 二、2010年1-11月全国及主要省份乳制品产量分析

#### 三、2010年1-11月乳制品产量集中度分析

### 第二节 2006-2010年中国液体乳产量分析

#### 一、2006-2009年全国液体乳产量分析

#### 二、2010年1-11月全国及主要省份液体乳产量分析

#### 三、2010年1-11月液体乳产量集中度分析

## 第六章 2010-2011年中国酸奶市场运行走势分析

### 第一节 2010-2011年中国酸奶市场运行环境分析

#### 一、酸奶材料上涨

#### 二、蒙牛、伊利、光明、三元乳业巨头纷纷提价

#### 三、达能、雀巢、蒙牛相继进行酸奶领域的收购

### 第二节 2010-2011年中国酸奶市场综述

#### 一、酸奶市场益生菌概念模糊

#### 二、酸奶的市场增长趋势明显

#### 三、全国酸奶市场的销售数据分析

#### 四、全国酸奶市场的价格状况

### 第三节 2010-2011年全国酸奶的品种结构状况

#### 一、凝固型酸奶

##### 1、原味联杯

##### 2、原味新鲜壶以及调味料联杯

##### 3、新鲜壶（爱克林）普通玻璃瓶装酸奶及佐餐调味酸奶。

#### 二、搅拌型酸奶

##### 1、果酱酸奶

##### 2、果粒酸奶

##### 3、大果块和果粒酸奶

### 第四节 2010-2011年中国品牌酸奶市场份额同比分析

#### 一、中国酸奶年增长率及占整个液体乳市场份额

#### 二、蒙牛

#### 三、君乐宝

#### 四、伊利

#### 五、达能

### 第五节 2010-2011年中国酸奶市场存在的问题分析

#### 一、酸奶饮料品牌战拉开

#### 二、酸奶功效被夸大

#### 三、酸奶现行标准有三大缺陷

#### 四、酸奶饮品市场三大乱现象

#### 五、酸奶产业低门槛引发混战

## 第七章 2010-2011年中国酸奶市场消费调查及营销策略分析

### 第一节 2010-2011年中国酸奶市场消费者概况分析

#### 一、消费者性别

#### 二、消费者年龄

#### 三、消费者收入

#### 四、消费者职业

#### 五、区域分布

#### 一、消费者购买普及率

#### 二、购买酸奶考虑因素及其占比（新鲜、品质、营养、口味、口感）

#### 三、消费者购买酸奶频率

#### 四、酸奶购买渠道占比

#### 五、饮用频率

### 第二节 酸奶品牌表现及价值分析

#### 一、品牌知晓度

#### 二、品牌忠诚度

#### 三、品牌忠诚度&mdash;&mdash;饮用频率

#### 四、品牌忠诚度&mdash;&mdash;购买频率

#### 五、品牌忠诚度&mdash;&mdash;议价空间

#### 六、品牌忠诚度&mdash;&mdash;推荐度

#### 七、品牌形象

#### 八、品牌价值综合分析

### 第三节 品牌营销及广告表现

#### 一、广告到达率

#### 二、广告到达途径

#### 三、广告有效性&mdash;&mdash;喜爱度

#### 四、广告有效性&mdash;&mdash;购买说服力

#### 五、广告效果综合分析

### 第四节 2010-2011年中国酸奶营销策略分析

#### 一、产品口味及功能定位

#### 二、广告营销策略

#### 三、逐步走向二、三级市场

## 第八章 2006-2009年中国酸奶进出口数据监测分析

### 第一节 2006-2009年中国酸奶进口数据分析

#### 一、进口数量分析

#### 二、进口金额分析

### 第二节 2006-2009年中国酸奶出口数据分析

#### 一、出口数量分析

#### 二、出口金额分析

### 第三节 2006-2009年中国酸奶进出口平均单价分析

### 第四节 2006-2009年中国酸奶进出口国家及地区分析

#### 一、进口国家及地区分析

#### 二、出口国家及地区分析

## 第九章 2010-2011年中国酸奶市场营销深度剖析

### 第一节 近几年国内酸奶产量和人均消费水平的变化态势

### 第二节 2010-2011年国内酸奶市场发展态势

#### 一、酸奶市场各区域市场容量推估

#### 二、酸奶消费的重点城市分析

### 第三节 2010-2011年国内酸奶市场变化特征

#### 一、产品种类变化特征分析

#### 二、产品价格变化特征分析

#### 三、酸奶产品渠道特征分析

#### 四、酸奶包装形态变化特征分析

### 第四节 2010-2011年国内酸奶市场竞争格局的变化

#### 一、酸奶不同品牌发展态势

#### 二、主要酸奶品牌市场销售量和市场占有率

### 第五节 2010-2011年中国主要城市不同品牌的市场占有率

#### 一、北京不同品牌酸奶市场占有率分析

#### 二、上海不同品牌酸奶市场占有率分析

#### 三、沈阳不同品牌酸奶市场占有率分析

#### 四、广州不同品牌酸奶市场占有率分析

### 第六节 不同品牌的市场定位

#### 一、三元酸奶市场定位



二、光明酸奶市场定位

三、伊利酸奶市场定位

四、蒙牛酸奶市场定位

第七节 2011-2015年国内酸奶和酸奶饮料市场发展趋势

第十章 2010-2011年中国酸奶行业竞争情况分析

第一节 2010-2011年中国酸奶行业竞争格局概况

一、酸奶产品类别竞争程度分析

二、替代品竞争状况分析

三、冷链技术及产品加工技术竞争

四、品牌竞争分析

第二节 2010-2011年中国酸奶行业结构分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2010-2011年中国酸奶行业提升竞争力策略分析

第四节 2011-2015年中国酸奶市场竞争趋势探析

第十一章 2010-2011年中国酸奶主体企业运行关键性财务数据分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光明乳业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节 北京三元食品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第五节 西安银桥生物科技有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第六节 吉林省乳业集团广泽有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第七节 山东兔巴哥食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第八节 南京光明乳品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第九节 禹城东君乳业(禹城)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第十节 杭州祐康达美食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第十一节 略&hellip;&hellip;

### 第十二章 2011-2015年中国酸奶发展及投资分析

#### 第一节 2011-2015年国内酸奶包装发展趋势预测

一、安全卫生的包装

二、信息化和功能型包装

三、绿色化的包装

#### 第二节 2011-2015年中国酸奶行业市场预测分析

一、酸奶消费&mdash;&mdash;乳业市场崛起的金山

二、酸奶市场供给情况预测分析

三、酸奶市场需求消费预测分析

四、酸奶市场进出口贸易预测分析

第三节 2011-2015年中国酸奶行业盈利预测分析

第四节 2011-2015年中国酸奶行业投资概况

一、酸奶行业投资特性

二、酸奶行业投资政策解读

第五节 2011-2015年中国酸奶投资机会分析

一、功能性酸奶成为乳制品行业开发的热点

二、&ldquo;酸奶&rdquo;成我国乳品行业开采的&ldquo;金矿&rdquo;

第六节 2011-2015年中国酸奶行业投资风险预警

一、政策监管日益加强

二、质量安全风险预警

三、行业竞争风险预警

第七节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日人民币利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国酸奶制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国酸奶制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国酸奶制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国酸奶制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国酸奶制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2009年全国乳制品产量分析

图表：2010年1-11月全国及主要省份乳制品产量分析

图表：2010年1-11月乳制品产量集中度分析

图表：2006-2009年全国液体乳产量分析

图表：2010年1-11月全国及主要省份液体乳产量分析

图表：2010年1-11月液体乳产量集中度分析

图表：2006-2009年中国酸奶进口数量分析

图表：2006-2009年中国酸奶进口金额分析

图表：2006-2009年中国酸奶出口数量分析

图表：2006-2009年中国酸奶出口金额分析

图表：2006-2009年中国酸奶进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国酸奶进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国酸奶出口国家及地区分析

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司负债情况图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：光明乳业股份有限公司主要经济指标走势图

图表：光明乳业股份有限公司经营收入走势图

图表：光明乳业股份有限公司盈利指标走势图

图表：光明乳业股份有限公司负债情况图

图表：光明乳业股份有限公司负债指标走势图

图表：光明乳业股份有限公司运营能力指标走势图

图表：光明乳业股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京三元食品股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京三元食品股份有限公司经营收入走势图

图表：北京三元食品股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京三元食品股份有限公司负债情况图

图表：北京三元食品股份有限公司负债指标走势图

图表：北京三元食品股份有限公司运营能力指标走势图

图表：北京三元食品股份有限公司成长能力指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司主要经济指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司经营收入走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司盈利指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司负债情况图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司负债指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司运营能力指标走势图

图表：乐百氏(广东)食品饮料有限公司成长能力指标走势图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司主要经济指标走势图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司经营收入走势图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司盈利指标走势图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司负债情况图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司负债指标走势图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司运营能力指标走势图

图表：西安银桥生物科技有限责任公司成长能力指标走势图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司主要经济指标走势图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司经营收入走势图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司盈利指标走势图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司负债情况图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司负债指标走势图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司运营能力指标走势图

图表：吉林省乳业集团广泽有限公司成长能力指标走势图

图表：山东兔巴哥食品有限公司主要经济指标走势图

图表：山东兔巴哥食品有限公司经营收入走势图

图表：山东兔巴哥食品有限公司盈利指标走势图

图表：山东兔巴哥食品有限公司负债情况图

图表：山东兔巴哥食品有限公司负债指标走势图

图表：山东兔巴哥食品有限公司运营能力指标走势图

图表：山东兔巴哥食品有限公司成长能力指标走势图

图表：南京光明乳品有限公司主要经济指标走势图

图表：南京光明乳品有限公司经营收入走势图

图表：南京光明乳品有限公司盈利指标走势图  
图表：南京光明乳品有限公司负债情况图  
图表：南京光明乳品有限公司负债指标走势图  
图表：南京光明乳品有限公司运营能力指标走势图  
图表：南京光明乳品有限公司成长能力指标走势图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司主要经济指标走势图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司经营收入走势图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司盈利指标走势图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司负债情况图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司负债指标走势图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司运营能力指标走势图  
图表：禹城东君乳业(禹城)有限公司成长能力指标走势图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司主要经济指标走势图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司经营收入走势图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司盈利指标走势图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司负债情况图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司负债指标走势图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司运营能力指标走势图  
图表：杭州祐康达美食品有限公司成长能力指标走势图  
图表：略&hellip;&hellip;  
更多图表见报告正文

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1102/Z651043SCD.html>