

2015-2020年中国酸奶市场 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

报告报价

《2015-2020年中国酸奶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/qitashipin1501/C4477556FR.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-19

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国酸奶市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了酸奶行业相关概述、中国酸奶产业运行环境、分析了中国酸奶行业的现状、中国酸奶行业竞争格局、对中国酸奶行业做了重点企业经营状况分析及中国酸奶产业发展前景与投资预测。您若想对酸奶产业有个系统的了解或者想投资酸奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

酸奶一般指酸牛奶,它是以新鲜的牛奶为原料,经过巴氏杀菌后再向牛奶中添加有益菌(发酵剂),经发酵后,再冷却灌装的一种牛奶制品。目前市场上酸奶制品多以凝固型、搅拌型和添加各种果汁果酱等辅料的果味型为多。酸奶不但保留了牛奶的所有优点,而且某些方面经加工过程还扬长避短,成为更加适合于人类的营养保健品。面粉经发酵制成馒头就容易消化吸收,牛奶发酵制成酸奶也有同样效果,发酵过程使奶中糖、蛋白质有20%左右被分解成为小的分子(如半乳糖和乳酸、小的肽链和氨基酸等)。奶中脂肪含量一般是3-5%。经发酵后,乳中的脂肪酸可比原料奶增加2倍。这些变化使酸奶更易消化和吸收,各种营养素的利用率得以提高。酸奶由纯牛奶发酵而成,除保留了鲜牛奶的全部营养成分外,在发酵过程中乳酸菌还可产生人体营养所必须的多种维生素,如VB1、VB2、VB6、VB12等。特别是对乳糖消化不良的人群,吃酸奶也不会发生腹胀、气多或腹泻现象。鲜奶中钙含量丰富,经发酵后,钙等矿物质都不发生变化,但发酵后产生的乳酸,可有效地提高钙、磷在人体中的利用率,所以酸奶中的钙磷更容易被人体吸收。虽然说酸奶的营养成分取决于原料奶的来源和成分,但是一般说,酸奶比原料奶的成分都有所提高,一方面因为原料质量的要求高,另一方面因为有些酸奶制作中加入少量奶粉。所以一般来讲,饮用一杯150克的酸奶,可以满足10岁以下儿童所需的一大钙量的1/3、成人钙量的1/5。

2012年12月底,全球乳制品生产总量从2011年的2387万吨上涨到2545.1万吨。预计未来5年乳制品市场空间将增长逾75%,乳品行业市场容量将维持12%复合增速。另外,乳品行业进入转型发展期,伴随产品结构升级与规模化养殖发展,行业均价提高,原奶价格趋向稳定,将促进毛利率增长。同时,竞争格局利好龙头企业,恶性竞争时代有望告终,预计未来利润增速将进一步提升,新兴市场将在拉动全球乳业发展方面发挥更为重要的作用。近年,随着对酸奶和乳酸菌研究的不断深入,酸奶的许多保健作用又浮出水面,降血糖、降血脂酸奶,抗肠道感染酸奶以及给无法正常用餐者食用的代餐酸奶等等新概念产品,已引起各界的广泛重视。目前,酸奶在我国的消费量仍然十分有限,远远没有充分发挥改善我国人民健康状况、预防多种疾病的保健作用。有许多消费者以为酸奶仅仅是一种含奶的冷饮,也有的认为是—种儿童喜爱的小零食,没有充分地认识其意义和价值。实际上,酸奶老幼咸宜,风

味多样，是乳制品当中适应性最广的产品之一。在奶制品行业中，酸奶等功能乳品是奶制品中增长最快的一个领域。近两年，我国酸奶的产销量都达40%以上，几大乳业巨头都进入酸奶这一领域。总之，目前酸奶已成为一种时尚、健康的休闲饮品，拥有了自己固定的消费群体，不论对于注重健康的人士，还是贪嘴的年轻人，酸奶都是一个不错的选择。面对巨大的市场需求，各酸奶品牌的竞争愈来愈激烈，中国的酸奶市场也在摸索中逐步走向成熟。

第一章 中国酸奶行业PEST模型分析

第一节 酸奶行业定义统计标准

一、酸奶行业概念及分类

二、酸奶行业统计部门和统计口径

三、酸奶行业产业链结构分析

四、酸奶行业发展周期分析

第二节 中国酸奶行业政策环境分析（P）

一、行业相关政策动向

二、行业产品质量标准

三、行业生产安全标准

四、行业贸易环境分析

五、行业“十二五”发展规划

第三节 中国酸奶行业经济环境分析（E）

一、国际宏观经济及对酸奶行业影响

二、国内宏观经济及对酸奶行业影响

三、食品制造行业主要经济指标分析

四、酸奶行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国酸奶行业社会环境分析（S）

一、我国人口因素及对酸奶行业影响

二、酸奶人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对酸奶行业影响

第五节 中国酸奶行业技术环境分析（T）

一、生产技术

二、安全检测技术

第二章 2013-2014年全球酸奶行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014年世界酸奶行业发展状况

- 一、世界酸奶行业生产情况
- 二、世界酸奶消费及趋势分析
- 三、世界酸奶行业发展趋势分析

第二节 美国酸奶行业现状分析

- 一、美国酸奶行业的市场现状
- 二、美国酸奶行业的市场特征

第三节 日本酸奶行业现状分析

- 一、日本酸奶行业的市场规模
- 二、日本酸奶行业的市场特征
- 三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲酸奶行业市场状况

- 一、欧洲酸奶行业的市场现状
- 二、欧洲酸奶行业的市场特征

第五节 主要跨国酸奶公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国酸奶行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014年我国酸奶行业发展现状

- 一、酸奶行业市场规模
- 二、酸奶行业产品发展现状
- 三、酸奶行业消费市场现状

第二节 2013-2014年酸奶行业发展特点分析

- 一、市场格局特点
- 二、产品创新特点
- 三、营销服务特点
- 四、市场品牌特点

第三节 2013-2014年酸奶市场结构和价格走势分析

- 一、2013-2014年我国酸奶市场结构和价格走势概述
- 二、2013-2014年我国酸奶市场结构分析
- 三、2013-2014年我国酸奶市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市酸奶市场发展情况

第四章 2013-2014年中国酸奶行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国酸奶行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014年酸奶行业财务指标分析

- 一、经营效益
- 二、盈利能力
- 三、运营能力
- 四、偿债能力
- 五、发展能力

第三节 2013-2014年全国酸奶行业供给情况分析

- 一、全国酸奶行业总产值分析
- 二、全国酸奶行业产成品分析
- 三、各地区酸奶行业供给情况分析

第四节 2013-2014年全国酸奶行业需求情况分析

- 一、全国酸奶行业销售产值分析
- 二、全国酸奶行业销售收入分析
- 三、各地区酸奶行业需求情况分析
- 四、全国酸奶行业产销率分析

第五节 2013-2014年中国酸奶行业进出口分析

- 一、行业出口分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口产品结构
 - 3、酸奶行业出口前景及建议
- 二、行业进口分析
 - 1、行业进口整体情况
 - 2、行业进口产品结构
 - 3、酸奶行业进口前景及建议

第五章 酸奶区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
 - 二、2013-2014年市场需求情况分析
 - 三、2013-2014年市场规模情况分析
 - 四、2013-2014年行业竞争格局分析
 - 五、2013-2014年消费者的偏好分析
 - 六、2015-2020年行业发展趋势分析
- #### 第七节 西北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六章 中国酸奶行业消费市场分析

第一节 中国酸奶消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2013-2014年消费者收入水平
- 三、2014年消费者信心指数分析

第二节 酸奶行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 酸奶市场消费需求分析

- 一、酸奶市场的消费需求变化
- 二、酸奶行业的需求情况分析
- 三、2015年酸奶品牌市场消费需求趋势

第四节 酸奶消费市场状况分析

- 一、酸奶行业消费特点
- 二、酸奶消费者分析
- 三、酸奶消费结构分析
- 四、酸奶消费的市场变化

五、酸奶市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 酸奶行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、酸奶行业品牌忠诚度调查

六、酸奶行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第七章 酸奶行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2013-2014年酸奶行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外酸奶竞争分析

二、2013-2014年我国酸奶市场竞争分析

三、2013-2014年我国酸奶市场集中度分析

四、2015-2020年国内主要酸奶企业动向

五、2014年国内酸奶拟在建项目分析

第四节 酸奶市场竞争策略分析

一、2014年酸奶市场增长潜力分析

二、2014年酸奶主要潜力品种分析

三、现有酸奶产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 酸奶企业竞争策略分析

一、酸奶行业竞争格局的影响因素分析

二、2015-2020年我国酸奶市场竞争趋势

三、2015-2020年酸奶行业竞争策略分析

四、2015-2020年酸奶企业竞争策略分析

第八章 主要酸奶企业竞争分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第二节 蒙牛乳业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第三节 上海光明乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第四节 北京三元食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第五节 广州益力多乳品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第六节 石家庄君乐宝乳业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第八节 辽宁辉山控股(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 广东燕塘乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十节 重庆市天友乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九章 酸奶行业发展趋势与前景预测

第一节 我国酸奶行业前景与机遇分析

一、我国酸奶行业发展前景

二、我国酸奶发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国酸奶市场趋势分析

一、2013-2014年酸奶市场趋势总结

二、2015-2020年酸奶市场发展空间

三、2015-2020年酸奶产业政策趋向

四、2015-2020年酸奶技术革新趋势

五、2015-2020年酸奶价格走势分析

六、2015-2020年国际环境对行业的影响

七、2015-2020年酸奶发展趋势分析

第三节 未来酸奶需求与消费预测

一、2015-2020年酸奶产品消费预测

二、2015-2020年酸奶市场规模预测

三、2015-2020年酸奶行业总产值预测

四、2015-2020年酸奶行业销售收入预测

第四节 2015-2020年中国酸奶行业供需预测

一、2015-2020年中国酸奶供给预测

二、2015-2020年中国酸奶需求预测

三、2015-2020年中国酸奶供需平衡预测

四、2015-2020年中国酸奶产品价格趋势

五、2015-2020年主要酸奶产品进出口预测

第十章 酸奶行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2014年酸奶行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模及增速

三、2014年分行业投资分析

四、2014年分地区投资分析

五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济形势分析
- 二、2015-2020年投资趋势及其影响预测
- 第三节 政策法规环境分析
- 第四节 技术发展环境分析
 - 一、2015年酸奶技术发展分析
 - 二、2015-2020年酸奶技术发展趋势分析
- 第五节 社会发展环境分析

第十一章 酸奶行业投资机会与风险分析

- 第一节 行业活力系数比较及分析
 - 一、2014年相关产业活力系数比较
 - 二、2011-2014年行业活力系数分析
- 第二节 行业投资收益率比较及分析
 - 一、2014年相关产业投资收益率比较
 - 二、2011-2014年行业投资收益率分析
- 第三节 酸奶行业投资效益分析
 - 一、2013-2014年酸奶行业投资状况分析
 - 二、2015-2020年酸奶行业投资效益分析
 - 三、2015-2020年酸奶行业投资趋势预测
 - 四、2015-2020年酸奶行业的投资方向
 - 五、2015-2020年酸奶行业投资的建议
 - 六、新进入者应注意的障碍因素分析
- 第四节 影响酸奶行业发展的主要因素（SWOT分析）
 - 一、2015-2020年影响酸奶行业运行的有利因素分析
 - 二、2015-2020年影响酸奶行业运行的不利因素分析
 - 三、2015-2020年我国酸奶行业发展面临的挑战分析
 - 四、2015-2020年我国酸奶行业发展面临的机遇分析
- 第五节 酸奶行业投资风险及控制策略分析
 - 一、2015-2020年酸奶行业市场风险及控制策略
 - 二、2015-2020年酸奶行业政策风险及控制策略
 - 三、2015-2020年酸奶行业经营风险及控制策略
 - 四、2015-2020年酸奶行业技术风险及控制策略

五、2015-2020年酸奶行业同业竞争风险及控制策略

六、2015-2020年酸奶行业其他风险及控制策略

第十二章 酸奶行业投资战略研究

第一节 酸奶行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国酸奶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、酸奶实施品牌战略的意义

三、酸奶企业品牌的现状分析

四、我国酸奶企业的品牌战略

五、酸奶品牌战略管理的策略

第三节 酸奶经营策略分析

一、酸奶市场细分策略

二、酸奶市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、酸奶新产品差异化战略

第四节 博思数据投资战略研究

一、2015年酸奶投资战略

二、2015年酸奶行业投资战略

三、2015-2020年酸奶行业投资战略

图表目录

图表：酸奶产业链分析

图表：全球酸奶市场规模

图表：全球酸奶生命周期

图表：2014年我国酸奶行业主要经济指标

图表：2014年我国酸奶出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2014年酸奶销售收入

图表：2014年酸奶销售收入增长趋势图

图表：2014年酸奶不同规模企业销售额

图表：2014年酸奶不同规模企业销售额对比图

图表：2014年酸奶不同规模企业销售额对比图

图表：2014年1-12月酸奶不同所有制企业销售额

图表：2014年酸奶不同所有制企业销售额

图表：2014年酸奶不同所有制企业销售额对比图

图表：2014年酸奶利润总额

图表：2014年酸奶利润总额增长趋势图

图表：2014年酸奶不同规模企业利润总额

图表：2014年酸奶不同规模企业利润总额对比图

图表：2014年酸奶不同所有制企业利润总额

图表：2014年酸奶不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2014年酸奶资产总额

图表：2011-2014年酸奶总资产增长趋势图

图表：2013-2014年酸奶不同规模企业总资产

图表：2013-2014年酸奶不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2014年酸奶不同所有制企业总资产

图表：2013-2014年酸奶不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年酸奶亏损面

图表：2014年酸奶亏损企业亏损总额

图表：2014年酸奶销售毛利率趋势图

图表：2014年酸奶成本费用率

图表：2014年酸奶成本费用利润率趋势图

图表：2014年酸奶销售利润率趋势图

图表：2014年酸奶应收账款周转率对比图

图表：2014年酸奶流动资产周转率对比图

图表：2014年酸奶总资产周转率对比图

图表：2014年酸奶资产负债率对比图

图表：2014年酸奶利息保障倍数对比图

图表：2013-2014年中国酸奶发展能力分析

图表：2013-2014年中国酸奶竞争力分析

图表：酸奶市场调查对象情况分析

图表：酸奶消费者消费习惯调查

图表：消费者对酸奶产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：酸奶消费者品牌状况调查分析

图表：2013-2014年中国消费者酸奶品牌构成

图表：酸奶消费者性别比例

图表：酸奶消费者年龄分布

图表：酸奶消费者购买频率分析

图表：酸奶消费者购买酸奶的规格

图表：酸奶消费者购买酸奶消费金额

图表：消费者酸奶关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2015-2020年中国酸奶产能预测

图表：2015-2020年中国酸奶消费量预测

图表：2015-2020年中国酸奶市场前景预测

图表：2015-2020年中国酸奶市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国酸奶发展前景预测

略……

本报告利用博思数据长期对酸奶行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个酸奶行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国酸奶行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国酸奶行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助酸奶企业、学术科研单位、投资企业准确了解酸奶行业最新发展动向，及早发现酸奶行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握酸奶行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避酸奶行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业

良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1501/C4477556FR.html>