

2009-2012年酸奶行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009-2012年酸奶行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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.abaogao.com/b/ruzhipin/4410438EX5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2009-2012年酸奶行业竞争格局与投资战略研究咨询报告 内容介绍：[/b]

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。酸奶还是钙的良好来源 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天钙量的1/3、成人钙量的1/5。益生菌是指有益于人类的生命和健康的一类肠道生理细菌,如双歧杆菌、嗜酸乳杆菌、干酪乳杆菌等乳酸菌。目前市面上各种酸奶制品品种繁多,有凝固型的、搅拌型的,还有加入不同的果汁、酸甜可口、适应各人不同口味的果汁型酸奶。不管是何种酸奶,其共同的特点都是含有乳酸菌。这些乳酸菌在人体的肠道内繁殖时会分泌对人体健康有益的物质,因此酸奶对人体有较多的好处。

2009年1季度,中国乳制品行业虽面临困难,但从长远看,国内乳制品需求上升的趋势未变。从中国乳业消费的国情来看,常温奶市场至少是酸奶的4倍,在相当长一段时期内,常温奶依然在中国有着巨大的市场需求空间。随着生活节奏的加快,都市人群乳品消费对方便快捷的需求日益增加,而常温奶不用冷藏、携带方便,可以随时饮用,恰恰迎合了这种需求。中国幅员辽阔,地区发展差异巨大,在很多地方尤其是二三级城市和乡镇村落,“冷链”建设短期内无法延伸到。新鲜乳品的原奶、加工、运输、销售都需要全程0~4度左右的冷链系统支持,鲜奶和酸奶的销售就受到限制,而这些区域的人群同样对牛奶有着巨大的需求,这也为常温奶提供了广阔的舞台。基于长效酸奶是常温产品,保质期长,市场容量大,因此它不必像新鲜酸奶那样严格地以销定产,可以充分发挥光明现有生产线的能力,始终满负荷生

产，大幅度地提高效率，降低生产成本。1998-2007年的10年间，常温奶占国内液态奶发展。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国乳品工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及饮料专业研究单位等公布和提供的大量资料，对国外酸奶行业行业发展概述[/b]

第一节 酸奶的定义及分类

一、酸奶的定义

二、酸奶的分类

三、酸奶的特性

第二节 酸奶产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 酸奶行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

[b]第二章 世界酸奶市场发展分析[/b]

第一节 2008年世界酸奶市场分析

一、2008年世界酸奶市场回顾

二、2008年世界酸奶市场环境

三、2008年全球酸奶销售分析

四、2008年世界酸奶市场规模

第二节 2009年世界酸奶市场分析

一、2009年全球酸奶需求分析

二、2009年世界酸奶市场规模

三、2009年全球酸奶品牌分析

四、2009年中外酸奶市场对比

第三节 主要国家地区酸奶市场分析

一、2008-2009年美国酸奶市场调研市场分析

二、2008-2009年欧洲酸奶市场分析

三、2008-2009年日本酸奶市场分析

四、2008-2009年韩国酸奶市场调研市场分析

五、2008-2009年其他国家酸奶市场

[b]第三章 中国酸奶行业经济运行分析[/b]

第一节 2008-2009年酸奶产量分析

一、2008年酸奶产量分析

二、2009年1-5月酸奶产量分析

第二节 2008-2009年酸奶行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年酸奶行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月酸奶行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年中国酸奶行业竞争格局分析[/b]

第一节 行业竞争结构分析

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 中国酸奶行业发展趋势分析[/b]

第一节 中国酸奶发展机遇分析

三、2009年酸奶的发展机遇分析

四、金融危机对酸奶行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国酸奶行业的影响

[b]第十四章 未来酸奶行业发展预测[/b]

第一节 未来酸奶需求与消费预测

一、2009-2012年酸奶产品消费预测

二、2009-2012年酸奶市场规模预测

三、2009-2012年酸奶行业总产值预测

四、2009-2012年酸奶行业销售收入预测

五、2009-2012年酸奶行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国酸奶行业投资现状分析[/b]

第一节 2008年酸奶行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月酸奶行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

[b]第十六章 酸奶行业投资环境分析[/b]

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年酸奶行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内酸奶技术现状

二、2009年酸奶技术发展分析

三、2009-2012年酸奶技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

[b]第十七章 酸奶行业投资机会与风险[/b]

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 酸奶行业投资效益分析

一、2008-2009年酸奶行业投资状况分析

二、2009-2012年酸奶行业投资效益分析

三、2009-2012年酸奶行业投资趋势预测

四、2009-2012年酸奶行业的投资方向

五、2009-2012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

一、2009-2012年影响酸奶行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响酸奶行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响酸奶行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年中国酸奶行业投资战略研究[/b]

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、品牌定位与品类规划

四、酸奶新产品差异化战略

第四节 酸奶行业投资战略研究

一、2009年饮料行业投资战略

二、2009年酸奶行业投资战略

三、2009-2012年酸奶行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

[b]图表目录[/b]

图表：酸奶产业链分析

图表：国外酸奶市场规模

图表：2006-2008年酸奶重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国酸奶发展能力分析

图表：2008-2009年中国酸奶竞争力分析

图表：2009-2012年中国酸奶产能预测

图表：2009-2012年中国酸奶消费量预测

图表：2009-2012年中国酸奶发展前景预测

图表：2008年1-12月酸奶产量全国合计

图表：2008年1-12月酸奶产量北京市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量天津市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量河北省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量山西省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量吉林省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月酸奶产量上海市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量江苏省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量浙江省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量安徽省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量福建省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量江西省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量山东省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量河南省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量湖北省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量湖南省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量广东省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量广西区合计
图表：2008年1-12月酸奶产量海南省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量重庆市合计
图表：2008年1-12月酸奶产量四川省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量贵州省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量云南省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量陕西省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月酸奶产量新疆区合计
图表：2008年1-12月酸奶产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月酸奶产量全国合计
图表：2009年1-5月酸奶产量北京市合计
图表：2009年1-5月酸奶产量天津市合计
图表：2009年1-5月酸奶产量河北省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量山西省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量吉林省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月酸奶产量上海市合计
图表：2009年1-5月酸奶产量江苏省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量浙江省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量安徽省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量福建省合计
图表：2009年1-5月酸奶产量江西省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量山东省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量河南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量湖北省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量湖南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量广东省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量广西区合计

图表：2009年1-5月酸奶产量海南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量重庆市合计

图表：2009年1-5月酸奶产量四川省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量贵州省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量云南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量陕西省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量新疆区合计

图表：2009年1-5月酸奶产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标贵州省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标新疆区合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标全国合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标北京市合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标天津市合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标河北省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标山西省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标内蒙古合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标辽宁省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标吉林省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标黑龙江合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标上海市合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标江苏省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标浙江省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标安徽省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标福建省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标江西省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标山东省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标河南省合计
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月酸奶进口数据

图表：2008年1季度酸奶进口数据

图表：2008年1月酸奶进口数据

图表：2008年2月酸奶进口数据

图表：2008年3月酸奶进口数据

图表：2008年2季度酸奶进口数据

图表：2008年4月酸奶进口数据

图表：2008年5月酸奶进口数据

图表：2008年6月酸奶进口数据

图表：2008年3季度酸奶进口数据

图表：2008年7月酸奶进口数据

图表：2008年8月酸奶进口数据

图表：2008年9月酸奶进口数据

图表：2008年4季度酸奶进口数据

图表：2008年10月酸奶进口数据

图表：2008年11月酸奶进口数据

图表：2008年12月酸奶进口数据

图表：2008年1-12月酸奶出口数据

图表：2008年1季度酸奶出口数据

图表：2008年1月酸奶出口数据
图表：2008年2月酸奶出口数据
图表：2008年3月酸奶出口数据
图表：2008年2季度酸奶出口数据
图表：2008年4月酸奶出口数据
图表：2008年5月酸奶出口数据
图表：2008年6月酸奶出口数据
图表：2008年3季度酸奶出口数据
图表：2008年7月酸奶出口数据
图表：2008年8月酸奶出口数据
图表：2008年9月酸奶出口数据
图表：2008年4季度酸奶出口数据
图表：2008年10月酸奶出口数据
图表：2008年11月酸奶出口数据
图表：2008年12月酸奶出口数据
图表：2009年1-5月酸奶进口数据
图表：2009年1季度酸奶进口数据
图表：2009年1月酸奶进口数据
图表：2009年2月酸奶进口数据
图表：2009年3月酸奶进口数据
图表：2009年2季度酸奶进口数据
图表：2009年4月酸奶进口数据
图表：2009年5月酸奶进口数据
图表：2009年1-5月酸奶出口数据
图表：2009年1季度酸奶出口数据
图表：2009年1月酸奶出口数据
图表：2009年2月酸奶出口数据
图表：2009年3月酸奶出口数据
图表：2009年2季度酸奶出口数据
图表：2009年4月酸奶出口数据
图表：2009年5月酸奶出口数据
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：2008-2009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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/4410438EX5.html>