

2018-2024年中国乳酸菌饮料行业 料行业市场监测与投资前景评估报告

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

《2018-2024年中国乳酸菌饮料行业市场监测与投资前景评估报告》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/559165DL9W.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

乳酸菌饮料是指以乳或乳制品为原料，经乳酸菌发酵制得的乳液中加入水，以及食糖和（或）甜味剂、酸味剂、果汁、茶、咖啡、植物提取液等的一种或几种调制而成的饮料。根据其是否经过杀菌处理而区分为杀菌（非活菌）型和未杀菌（活菌）型。

酸性乳饮料市场的拐点发生在2012年，从这一年开始它进入了衰退期，市场规模逐年萎缩，历年的销售量变化反映了这一点：2009年销售量为319.62万吨，2010年为367.50万吨，2011年为379.55万吨，2012年为373.04万吨，2013年为344.40万吨，2014年为334.22万吨，2015年以及2016年持续下滑，但降幅有所收窄。

目前乳酸菌饮料市场已经步入红海阶段，企业争分市场，竞争白热化。与酸奶行业不同，酸奶市场仅有大企业涉足，小企业还未敢进入。但乳酸菌饮料市场却大相径庭，无数企业纷纷涌来，蓝海也已泛红，产品区隔并不大，对于行业的发展也不利。2017年是乳酸菌饮料行业的洗牌之年，企业想要发展下去，就需要不断提升产品研发能力，更契合消费者的消费诉求。乳酸菌饮料已经历三个发展阶段，第一阶段为娃哈哈、乐百氏等初级阶段，这个阶段的产品较为低端，产品中的菌类为死菌，对人体作用不大；第二阶段为蒙牛、君乐宝等知名品牌的加入，以及低温产品的推广，这个阶段为品牌升级阶段，技术的创新使得低温乳酸菌产品开始布局；第三阶段为2012年至今，现阶段为群雄混战阶段，常温乳酸菌产品的大量出现以及小众品牌的分食，使得市场愈发火爆，但也呈现出热度减弱的态势，在行业洗牌前，需要完成对消费者的消费教育。

未来产品升级，将会有膳食纤维或更多低糖无糖产品进入市场，在国内，很多消费者已经把糖摄入管理纳入到自身大健康管理范围，因此低糖也是目前的消费趋势，无论是乳业还是饮料行业都在向低糖方向发展。经过产品升级以及品牌更迭，乳酸菌饮料市场将迎来洗牌。

报告目录：

第一章 2014-2016年乳酸菌饮料电商市场环境发展分析

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节 电子商务相关概念简述

一、电子商务定义及发展模式分析

二、中国电子商务行业政策现状

第三节 中国电子商务行业发展现状

一、中国电子商务整体监测数据

1、2011-2016年中国电子商务交易规模

2、2011-2016年中国电子商务从业人数

二、中国B2B 电子商务监测数据

1、2011-2016年中国B2B 电子商务交易规模

2、2011-2016年中国B2B 电子商务服务商市场营收

3、2016年中国B2B 电子商务服务商市场份额

4、2016年中国B2B 电子商务服务商融资规模

5、2016年中国B2B 电子商务市场趋势

三、跨境电商监测数据

1、2011-2016年中国跨境电商交易规模

2、2010-2016年中国跨境电商进出口交易规模比例

3、2010-2016年中国跨境电商交易规模模式结构

4、中国跨境进口电商三个阶段

5、跨境进口电商主要类型对比

6、市场趋势

四、网络零售监测数据

1、2011-2016年中国网络零售交易规模

2、2014-2016年网络零售市场销售额占比

3、2016年中国网络零售市场份额

4、2011-2016年中国网络规模占社会消费品零售总额比例

5、2011-2016年中国网购用户规模

6、2011-2016年中国移动网购交易规模

7、农村网购市场规模

第四节 乳酸菌饮料电商市场现状及建设情况

一、乳酸菌饮料电商总体开展情况

二、乳酸菌饮料电商案例分析

三、乳酸菌饮料电商平台分析（自建和第三方网购平台）

第五节 乳酸菌饮料电商行业未来前景及趋势预测

一、乳酸菌饮料电商市场规模预测分析

二、乳酸菌饮料电商发展前景分析

第二章 2014-2016年全球乳酸菌饮料行业发展情况分析

第一节 2014-2016年全球乳酸菌饮料行业发展情况分析

一、全球乳酸菌饮料行业发展现状及市场规模统计分析

二、2016年全球乳酸菌饮料业竞争格局分析

三、2018-2024年全球乳酸菌饮料业利润预测

四、全球乳酸菌饮料行业发展最新动态分析

第二节 2014-2016年主要国家和地区行业发展情况分析

一、欧洲地区市场现状及发展趋势分析

二、北美地区市场现状及发展趋势分析

三、亚太地区市场现状及发展趋势分析

四、其他地区市场现状及发展趋势分析

第三节 2018-2024年全球乳酸菌饮料行业发展前景分析预测

第三章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业发展现状分析

第一节 乳酸菌饮料行业定义及历程

一、行业定义

二、行业历程

三、行业特性

第二节 乳酸菌饮料行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

第四节 乳酸菌饮料行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、2016年中国乳酸菌饮料行业上游运行现状分析

四、2018-2024年中国乳酸菌饮料行业上游市场趋势预测分析

五、上游对乳酸菌饮料行业产生的影响分析

六、2016年中国乳酸菌饮料行业下游运行现状分析

七、2018-2024年中国乳酸菌饮料行业下游市场趋势预测分析

八、下游对乳酸菌饮料行业产生的影响分析

第四章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业政治法律环境（P）

一、行业监管体制及主要政策法规解读

二、政策环境对乳酸菌饮料行业的影响分析

第二节 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对乳酸菌饮料行业的影响分析

三、2018-2024年中国经济发展展望分析

第三节 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业社会环境分析（S）

一、乳酸菌饮料产业社会环境分析

二、社会环境对乳酸菌饮料行业的影响分析

第四节 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业技术环境分析（T）

一、乳酸菌饮料行业技术发展分析

二、技术环境对乳酸菌饮料行业的影响分析

第五章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业发展现状分析

第一节 2016年中国乳酸菌饮料行业发展状况

一、2016年乳酸菌饮料行业发展状况分析

二、2016年中国乳酸菌饮料行业发展动态

三、2016年中国乳酸菌饮料行业发展热点

四、2016年中国乳酸菌饮料行业存在的问题

第二节 2016年中国乳酸菌饮料行业市场供需状况

- 一、2010-2016年中国乳酸菌饮料行业供给分析
- 二、2010-2016年中国乳酸菌饮料行业市场需求分析
- 三、2010-2016年中国乳酸菌饮料行业市场规模分析

第三节 2016年中国乳酸菌饮料行业SWOT分析

- 一、乳酸菌饮料行业优势分析
- 二、乳酸菌饮料行业劣势分析
- 三、乳酸菌饮料行业机会分析
- 四、乳酸菌饮料行业威胁分析

第六章 2014-2016年中国乳酸菌饮料所属行业主要数据监测分析

第一节 2014-2016年中国乳酸菌饮料所属行业规模分析

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、销售规模分析
- 四、利润规模分析

第二节 2014-2016年中国乳酸菌饮料所属行业产值分析

- 一、产成品分析
- 二、工业总产值分析

第三节 2014-2016年中国乳酸菌饮料所属行业成本费用分析

- 一、销售成本分析
- 二、销售费用分析
- 三、管理费用分析
- 四、财务费用分析

第四节 2014-2016年中国乳酸菌饮料所属行业运营效益分析

- 一、盈利能力分析
- 二、偿债能力分析
- 三、运营能力分析
- 四、成长能力分析

第七章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业市场竞争策略分析

第一节 乳酸菌饮料行业总体市场竞争状况分析

一、乳酸菌饮料行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、乳酸菌饮料行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

第二节 乳酸菌饮料行业竞争格局综述

一、乳酸菌饮料行业竞争概况

- 1、乳酸菌饮料业未来竞争格局和特点
- 2、乳酸菌饮料市场进入及竞争对手分析

二、乳酸菌饮料行业竞争力分析

- 1、乳酸菌饮料行业竞争力剖析
- 2、乳酸菌饮料企业市场竞争的优势
- 3、国内乳酸菌饮料企业竞争能力提升途径

三、乳酸菌饮料竞争力优势分析

- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第三节 乳酸菌饮料市场竞争策略分析

- 一、乳酸菌饮料市场增长潜力分析
- 二、乳酸菌饮料典型企业产品竞争策略分析

第四节 乳酸菌饮料行业集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第八章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业重点区域分析及前景

第一节 华北地区

- 一、华北地区基本简介
- 二、华北地区经济实力统计分析
- 三、华北地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析
- 四、华北地区乳酸菌饮料产销情况分析
- 五、华北地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析
- 六、华北地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第二节 华东地区

- 一、华东地区基本简介
- 二、华东地区经济实力统计分析
- 三、华东地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析
- 四、华东地区乳酸菌饮料产销情况分析
- 五、华东地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析
- 六、华东地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第三节 东北地区

- 一、东北地区基本简介
- 二、东北地区经济实力统计分析
- 三、东北地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析
- 四、东北地区乳酸菌饮料产销情况分析
- 五、东北地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析
- 六、东北地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第四节 华中地区

- 一、华中地区基本简介
- 二、华中地区经济实力统计分析
- 三、华中地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析
- 四、华中地区乳酸菌饮料产销情况分析
- 五、华中地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析
- 六、华中地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第五节 华南地区

- 一、华南地区基本简介
- 二、华南地区经济实力统计分析

三、华南地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析

四、华南地区乳酸菌饮料产销情况分析

五、华南地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析

六、华南地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第六节 西南地区

一、西南地区基本简介

二、西南地区经济实力统计分析

三、西南地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析

四、西南地区乳酸菌饮料产销情况分析

五、西南地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析

六、西南地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第七节 西北地区

一、西北地区基本简介

二、西北地区经济实力统计分析

三、西北地区乳酸菌饮料行业占全国的比重地位分析

四、西北地区乳酸菌饮料产销情况分析

五、西北地区乳酸菌饮料行业市场规模统计分析

六、西北地区乳酸菌饮料行业前景分析预测

第九章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业十大重点领先企业调查分析

第一节 公司一分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第二节 公司二分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第三节 公司三分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第四节 公司四分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第五节 公司五分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第六节 公司六分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第七节 公司七分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第八节 公司八分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第九节 公司九分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第十节 公司十分析

一、公司简介

二、公司经营情况分析

1.企业主要经济指标

2.企业偿债能力分析

3.企业盈利能力分析

4.企业运营能力分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

五、公司发展最新发展动态分析

六、公司未来发展前景及战略规划分析

第十章 2018-2024年中国乳酸菌饮料行业前景及投资价值分析预测

第一节 2018-2024年乳酸菌饮料市场发展前景

一、2018-2024年乳酸菌饮料市场发展潜力价值

二、2018-2024年乳酸菌饮料市场发展前景展望

第二节 2018-2024年乳酸菌饮料市场发展趋势预测

一、2018-2024年乳酸菌饮料行业发展趋势

二、2018-2024年乳酸菌饮料市场规模预测

第三节 2018-2024年中国乳酸菌饮料行业供需预测

一、2018-2024年中国乳酸菌饮料行业供给预测

二、2018-2024年中国乳酸菌饮料行业产量预测

三、2018-2024年中国乳酸菌饮料市场销量预测

四、2018-2024年中国乳酸菌饮料行业需求预测

五、2018-2024年中国乳酸菌饮料行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2018-2024年中国乳酸菌饮料行业投资价值评估分析

第一节 乳酸菌饮料行业投资特性分析

一、乳酸菌饮料行业盈利因素分析

二、乳酸菌饮料行业盈利模式分析

第二节 2018-2024年乳酸菌饮料行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

第四节 产业发展的空白点分析

第五节 投资回报率比较高的投资方向

第六节 新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2018-2024年中国乳酸菌饮料行业投资机会与风险防范

第一节 乳酸菌饮料行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、乳酸菌饮料行业新增投资规模现状分析

第二节 2018-2024年乳酸菌饮料行业投资机会

一、产业链投资机会

二、重点区域投资机会

三、乳酸菌饮料行业投资机遇

第三节 2018-2024年乳酸菌饮料行业投资风险及防范

一、乳酸菌饮料行业环境风险

1.国际经济环境风险

2.汇率风险

3.宏观经济政策风险

4.区域经济变化风险

二、乳酸菌饮料行业产业链上下游风险

1.上游行业风险

2.下游行业风险

3.其他关联行业风险

三、乳酸菌饮料行业政策风险

1.产业政策风险

2.经营管理政策风险

3.市场运营机制风险

4.区域经济政策风险

5.市场供需风险

6.市场竞争风险

7.乳酸菌饮料行业其他风险分析

第十三章 2018-2024年中国乳酸菌饮料行业投资建议

第一节 2016年中国乳酸菌饮料行业面临的困境

第二节 乳酸菌饮料企业面临的困境及对策

- 一、重点乳酸菌饮料企业面临的困境及对策
- 二、中小乳酸菌饮料企业发展困境及策略分析
- 三、国内乳酸菌饮料企业的出路分析

第三节 2016年中国乳酸菌饮料行业存在的问题及对策

- 一、中国乳酸菌饮料行业存在的问题
- 二、乳酸菌饮料行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 对中国乳酸菌饮料品牌的战略思考

一、乳酸菌饮料品牌的重要性

二、乳酸菌饮料实施品牌战略的意义

三、乳酸菌饮料企业品牌的现状分析

四、中国乳酸菌饮料企业的品牌战略

五、乳酸菌饮料品牌战略管理的策略

第五节 2018-2024年中国乳酸菌饮料产品生产及销售投资运作模式探讨

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

1、产品外销优势

2、产品内销优势

第六节 乳酸菌饮料行业“十三五”投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

第七节 2018-2024年中国乳酸菌饮料产业研究总结

图表目录：

图表：2011-2016年我国国民经济生产总值发展情况

图表：2013-2016年CPI指数趋势

图表：2013-2014工业总产值及增速

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业市场规模及增速

图表：2018-2024年中国乳酸菌饮料行业市场规模及增速预测

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业重点企业市场份额

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业区域结构

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业渠道结构

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业需求总量

图表：2018-2024年中国乳酸菌饮料行业需求总量预测

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业需求集中度

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业需求增长速度

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业市场饱和度

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业供给总量

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业供给增长速度

图表：2018-2024年中国乳酸菌饮料行业供给量预测

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业供给集中度

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业销售量

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业库存量

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业企业区域分布

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业销售渠道分布

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业主要代理商分布

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业产品价格走势

图表：2018-2024年中国乳酸菌饮料行业产品价格趋势

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业利润及增长速度

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业销售毛利率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业销售利润率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业总资产利润率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业净资产利润率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业产值利税率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业总资产增长率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业净资产增长率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业资产负债率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业速动比率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业流动比率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业总资产周转率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业应收账款周转率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业存货周转率

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料产品出口量以及出口额

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业出口地区分布

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业进口量及进口额

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业进口区域分布

图表：2011-2016年中国乳酸菌饮料行业对外依存度

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业投资项目数量

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业投资项目列表

图表：2016年中国乳酸菌饮料行业投资需求关系

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/559165DL9W.html>