

2019-2025年中国酸奶行业 分析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

《2019-2025年中国酸奶行业分析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/7741286X3P.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

酸奶是以牛奶为原料，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。

易吸收、助消化，酸奶健康优势明显。酸奶产品（包括发酵乳和乳酸菌饮料）和普通液体乳最大的区别就是生产过程中乳酸菌的加入。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，在发酵过程中生成了全新的质地（粘稠度和口感）、独特的风味、和许多营养物质。牛奶中的蛋白质和乳糖等大分子营养物质在发酵的过程中分解成易于吸收的小分子。低温产品更是在包装时保留了活性乳酸菌，进入肠道后能帮助维持肠胃健康。90%以上的中国人对奶制品中的乳糖会有或多或少的过敏反应，包括胃胀气及腹泻等不良反应。酸奶制品在发酵过程中分解了很大一部分乳糖，极大地缓解了可能的过敏反应，也促进了乳糖的吸收。

中国酸奶人均消费量低于世界平均水平，渗透率将进一步提高。据数据，2016年我国人均酸奶消费量 11.18 美元，远低于日本 68.52 美元以及美国和香港，这也表明中国酸奶市场发展潜力巨大。预计中国该数据未来五年会以年14%增速增长。我国酸奶消费总量居世界首位数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理我国人均消费水平低于世界平均水平数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国酸奶行业分析与投资前景评估报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 酸奶行业相关基础概述1.1 酸奶的定义及分类1.1.1 酸奶的界定1.1.2 酸奶的分类1、酸乳2、发酵乳3、风味酸乳4、风味发酵乳1.1.3 酸奶营养价值分析1.2 酸奶行业特点分析1.2.1 市场特点分析1.2.2 行业经济特性1.2.3 行业发展周期分析1.2.4 行业进入风险1.2.5 行业成熟度分析

第二章 2017年中国酸奶行业市场发展环境分析2.1 中国酸奶行业经济环境分析2.1.1 中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势6、奶制品工业发展现状分析2.1.2 经济环境对行业的影响分析2.2 中国酸奶行业政策环境分析2.2.1 行业监管环境1、行业主管部门2、行业监管体制2.2.2 行业政策分析1、GMP体系2、HACCP系统3、《食品安全法》2.2.3 政策环境对行业的影响分析2.3 中国酸奶行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境1、人口规模分析2、文化环境分析3、消费升级趋势4、中国城镇化率5、健康营养消费观念深入人心2.3.2 社会环境对行业的影响分析2.4 中国酸奶行业技术环境分析2.4.1 酸奶生产技术分析2.4.2 酸奶包装技术分析1、超高温灭菌奶包装2、超高温瞬时灭菌奶包装3、微菌奶包装的屋脊包4、无菌复合膜5、无菌枕6、无菌塑料袋2.4.3 酸奶包装过程中存在的问题分析1、包装设计同质化2、包装利息过高3、无菌包装未普及2.4.4 行业主要技术发展趋势2.4.5 技术环境对行业的影响

第三章 中国酸奶行业上、下游产业链分析3.1 酸奶行业产业链概述3.1.1 产业链定义3.1.2 酸奶行业产业链3.2 酸奶行业上游-奶牛养殖产业发展分析3.2.1 奶牛养殖产业发展现状3.2.2 奶牛养殖产业供给分析3.2.3 鲜奶供给价格分析3.2.4 鲜奶供给企业分析3.2.5 鲜奶供给区域分布3.3 酸奶行业下游-经销商情况分析3.3.1 酸奶经销商发展现状3.3.2 酸奶经销商规模情况3.3.3 酸奶经销商区域分布3.4 酸奶行业终端消费者消费情况分析3.4.1 中国人均酸奶消费情况3.4.2 酸奶消费者地域分布情况3.4.3 健康绿色消费观念下的酸奶消费市场3.4.4 酸奶消费者品牌忠诚度分析

第四章 国际酸奶行业市场发展分析4.1 2017年国际酸奶行业发展现状4.1.1 国际酸奶行业发展现状4.1.2 国际酸奶行业发展规模4.1.3 国际酸奶主要技术水平4.2 2017年国际酸奶市场需求研究4.2.1 国际酸奶市场需求特点4.2.2 国际酸奶市场需求结构4.2.3 国际酸奶市场需求规模4.3 2017年国际区域酸奶行业研究4.3.1 欧洲酸奶市场1、欧洲酸奶市场现状分析2、欧洲酸奶市场规模分析3、欧洲酸奶市场发展趋势4.3.2 美国酸奶市场1、美国酸奶市场现状分析2、美国酸奶市场规模分析3、美国酸奶市场发展趋势4.3.3 日韩酸奶市场1、日韩酸奶市场现状分析2、日韩酸奶市场规模分析3、日韩酸奶市场发展趋势4.4 国际酸奶著名品牌企业分析4.4.1 Chobani4.4.2 Fage4.4.3 Stonyfield4.4.4 莫斯利安4.5 2019-2025年国际酸奶行业发展展望4.5.1 国际酸奶行业发展趋势4.5.2 国际酸奶行业规模预测4.5.3 国际酸奶行业发展机会

第五章 2014-2017年中国酸奶行业发展概述5.1 中国酸奶行业发展状况分析5.1.1 中国酸奶行业发展阶段5.1.2 中国酸奶行业发展总体概况对标美国，健康、营养食品在中国开始受到广泛偏爱。一个新的现象是，超过50%的消费者偏爱健康和营养食品。其中，2016年果汁、酸奶和牛奶的普及率提升了2%，而非健康类食品（碳酸饮料、口香糖、西式快餐）的普及率有所下降。我国酸奶市场年复合增长率21%数据来源：公开资料整理酸奶作为牛奶的升级产品，迅

速增长数据来源：公开资料整理随着消费者收入递增，酸奶市场高端化产品增长迅速。酸奶市场高端化产品销售额增长速度高达28%，而大众化酸奶产品销售额仅为7%。未来可预计高端化酸奶（例如天润等）发展前景可期。酸奶市场高端化产品增长高达26%数据来源：公开资料整理

5.1.3 中国酸奶行业发展特点分析

5.2 2014-2017年酸奶行业发展现状

5.2.1 2014-2017年中国酸奶行业发展热点

5.2.2 2014-2017年中国酸奶行业发展现状

5.2.3 2014-2017年中国酸奶企业发展分析

5.3 酸奶行业替代品及互补产品分析

5.3.1 酸奶行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对酸奶行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

5.3.2 酸奶行业互补产品分析

- 1、行业互补产品种类
- 2、主要互补产品对酸奶行业的影响
- 3、互补产品发展趋势分析

5.4 中国酸奶行业细分市场概况

5.4.1 常温酸奶市场

- 1、常温酸奶市场发展现状分析
- 2、常温酸奶市场规模情况分析
- 3、常温酸奶市场发展趋势分析

5.4.2 低温酸奶市场

- 1、低温酸奶市场发展现状分析
- 2、低温酸奶市场规模情况分析
- 3、低温酸奶市场发展趋势分析

5.5 酸奶行业渠道与行业品牌分析

5.5.1 酸奶行业渠道分析

- 1、渠道形式
- 2、渠道要素对比
- 3、各区域主要代理商情况

5.5.2 酸奶行业品牌分析

- 1、品牌数量分析
- 2、品牌推广方式分析
- 3、品牌美誉度分析
- 4、品牌的选择情况

5.5.3 国际品牌对国产品牌的冲击分析

- 1、国际品牌冲击国产品牌市场份额
- 2、国际品牌具备的竞争优势分析
- 3、国际品牌占据中国高端酸奶市场

5.6 中国酸奶行业发展问题及对策建议

5.6.1 中国酸奶行业发展制约因素

5.6.2 中国酸奶行业存在问题分析

5.6.3 中国酸奶行业发展对策建议

第六章 中国酸奶行业运行指标分析及预测

6.1 中国酸奶行业企业数量分析

6.1.1 2014-2017年中国酸奶行业企业数量情况

6.1.2 2014-2017年中国酸奶行业企业竞争结构

6.2 2014-2017年中国酸奶行业财务指标总体分析

6.2.1 行业盈利能力分析

6.2.2 行业偿债能力分析

6.2.3 行业营运能力分析

6.2.4 行业发展能力分析

6.3 中国酸奶行业市场规模分析及预测

6.3.1 2014-2017年中国酸奶行业市场规模分析

6.3.2 2019-2025年中国酸奶行业市场规模预测

6.4 2014-2017年中国酸奶区域市场规模分析

6.4.1 东北地区市场规模分析

6.4.2 华北地区市场规模分析

6.4.3 华东地区市场规模分析

6.4.4 华中地区市场规模分析

6.4.5 华南地区市场规模分析

6.4.6 西部地区市场规模分析

6.5 中国酸奶行业市场供需分析及预测

6.5.1 中国酸奶行业市场供给分析

- 1、2014-2017年中国酸奶行业供给规模分析
- 2、2019-2025年中国酸奶行业供给规模预测

6.5.2 中国酸奶行业市场需求分析

- 1、2014-2017年中国酸奶行业需求规模分析
- 2、2019-2025年中国酸奶行业需求规模预测

6.6 2014-2017年中国酸奶行业产品价格分析

6.6.1 2014-2017年中国酸奶行业产品价格回顾

6.6.2 2014-2017年中国酸奶产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2014-2017年中国酸奶产品价格影响因素分析

6.6.4 2019-2025年中国酸奶产品价格预测

6.7 酸奶行业进出口分析

6.7.1 出口分析

- 1、2014-2017年酸奶出口总况分析
- 2、2014-2017年酸奶出口量及增长情况
- 3、2014-2017年酸奶细分行业出口情况
- 4、出口流向结构
- 5、出口产品品牌分析
- 6、主要出口企业分析
- 7、出口价格特征分析

6.7.2 进口分析

- 1、2014-2017年酸奶进口总况分析
- 2、2014-2017年酸奶进口量及增长情况

、2014-2017年酸奶细分行业进口情况4、国家进口结构5、进口产品结构6、进口产品价格

第七章 中国互联网+酸奶行业发展现状及前景7.1 互联网给酸奶行业带来的冲击和变革分析

7.1.1 互联网时代酸奶行业大环境变化分析7.1.2 互联网给酸奶行业带来的突破机遇分析7.1.3 互联网给酸奶行业带来的挑战分析7.1.4 互联网+酸奶行业渠道形势变革分析7.1.5 互联网+酸奶行业营销模式变革分析7.2 中国互联网+酸奶行业市场发展现状分析7.2.1 中国互联网+酸奶行业投资布局分析1、中国互联网+酸奶行业投资切入方式2、中国互联网+酸奶行业投资规模分析3、中国互联网+酸奶行业投资业务布局7.2.2 酸奶行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3 中国互联网+酸奶行业市场规模分析7.2.4 中国互联网+酸奶行业竞争格局分析1、中国互联网+酸奶行业参与者结构2、中国互联网+酸奶行业竞争者类型3、中国互联网+酸奶行业市场占有率7.2.5 中国酸奶垂直电商平台分析1、天猫商城2、淘宝商城3、京东商城4、苏宁易购5、亚马逊7.2.6 中国酸奶企业互联网战略案例分析7.3 中国互联网+酸奶行业市场发展前景分析7.3.1 中国互联网+酸奶行业市场增长动力分析7.3.2 中国互联网+酸奶行业市场发展瓶颈剖析7.3.3 中国互联网+酸奶行业市场发展趋势分析

第八章 中国酸奶行业消费市场调查8.1 酸奶市场消费需求分析8.1.1 酸奶市场的消费需求变化

8.1.2 酸奶行业的需求情况分析8.1.3 酸奶品牌市场消费需求分析8.2 酸奶消费市场状况分析8.2.1 酸奶行业消费特点8.2.2 酸奶行业消费结构分析8.2.3 酸奶行业消费的市场变化8.2.4 酸奶市场的消费方向8.3 酸奶行业产品的品牌市场调查8.3.1 消费者对行业品牌认知度宏观调查8.3.2 消费者对行业产品的品牌偏好调查8.3.3 消费者对行业品牌的首要认知渠道8.3.4 酸奶行业品牌忠诚度调查8.3.5 消费者的消费理念调研

第九章 中国酸奶行业市场竞争格局分析

9.1 中国酸奶行业竞争格局分析

9.1.1 酸奶行业区域分布格局9.1.2 酸奶行业企业规模格局9.1.3 酸奶行业企业性质格局9.1.4 酸奶国际竞争格局分析1、国际酸奶品牌格局2、国际酸奶区域格局3、国际酸奶市场集中度分析4、中国酸奶市场国产品牌占比分析9.2 中国酸奶行业竞争五力分析9.2.1 酸奶行业上游议价能力9.2.2 酸奶行业下游议价能力9.2.3 酸奶行业新进入者威胁9.2.4 酸奶行业替代产品威胁9.2.5 酸奶行业现有企业竞争9.3 中国酸奶行业竞争SWOT分析9.3.1 酸奶行业优势分析（S）9.3.2 酸奶行业劣势分析（W）9.3.3 酸奶行业机会分析（O）9.3.4 酸奶行业威胁分析（T）9.4 中国酸奶行业竞争策略建议第十章 中国酸奶行业领先企业竞争力分析10.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发

展战略分析10.3 内蒙古圣牧高科牧业有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 上海光明乳业股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 品渥食品有限公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 河南科迪乳业股份有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析10.7 北京三元食品股份有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营情况分析10.7.3 企业发展战略分析10.8 现代牧业（集团）有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营情况分析10.8.3 企业发展战略分析10.9 杭州味全食品有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营情况分析10.9.3 企业发展战略分析10.10 新疆天润乳业股份有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营情况分析10.10.3 企业发展战略分析 第十一章 2019-2025年中国酸奶行业发展趋势与投资机会研究11.1 2019-2025年中国酸奶行业市场发展潜力分析11.1.1 中国酸奶行业市场空间分析11.1.2 中国酸奶行业竞争格局变化11.1.3 中国酸奶行业互联网+前景11.2 2019-2025年中国酸奶行业发展趋势分析11.2.1 中国酸奶行业品牌格局趋势11.2.2 中国酸奶行业渠道分布趋势11.2.3 中国酸奶行业市场趋势分析11.3 2019-2025年中国酸奶行业投资机会与建议11.3.1 中国酸奶行业投资前景展望11.3.2 中国酸奶行业投资机会分析11.3.3 中国酸奶行业投资建议分析 第十二章 2019-2025年中国酸奶行业投资分析与风险规避12.1 中国酸奶行业关键成功要素分析12.2 中国酸奶行业投资壁垒分析12.3 中国酸奶行业投资风险与规避12.3.1 宏观经济风险与规避12.3.2 行业政策风险与规避12.3.3 上游市场风险与规避12.3.4 市场竞争风险与规避12.3.5 技术风险分析与规避12.3.6 下游需求风险与规避12.4 中国酸奶行业融资渠道与策略12.4.1 酸奶行业融资渠道分析12.4.2 酸奶行业融资策略分析 第十三章 2019-2025年中国酸奶行业盈利模式与投资战略规划分析13.1 国外酸奶行业投资现状及经营模式分析13.1.1 境外酸奶行业成长情况调查13.1.2 经营模式借鉴13.1.3 国外投资新趋势动向13.2 中国酸奶行业商业模式探讨13.2.1 行业主要商业模式分析13.2.2 酸奶行业商业模式创新分析13.3 中国酸奶行业投资发展战略规划13.3.1 战略优势分析13.3.2 战略机遇分析13.3.3 战略规划目标13.3.4 战略措施分析13.4 最优投资路径设计13.4.1 投资对象13.4.2 投资模式13.4.3 预期财务状况分析13.4.4 风险资本退出方式 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 专家建议14.2.1 行业投资结构调整14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录 图表：酸奶行业特点 图表：酸奶行业生命周期 图表：酸奶行业产业链分析 图表：中国GDP增长情况 图表：中国CPI增长情况 图表：中国人口数量及其构成 图表：中国工业增加值及其增长速度 图表：中国城镇居民可支配收入情况 图表：中国奶制品工业产值分析 图表：中国酸奶品牌排行榜 图表：中国酸奶行业外资品牌市场占有率分析 图表：中国酸奶产品市场渗透率分析 图表：中国酸奶国产品牌市场占有率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/7741286X3P.html>