

2018-2024年中国乳酸菌及 制品行业分析及战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abagao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国乳酸菌及制品行业分析及战略咨询报告》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/D04382SULV.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

报告目录：

第一章 乳酸菌的相关概述 17

第一节 乳酸菌的类型及特点 17

一、动物源乳酸菌 18

二、植物源乳酸菌 18

第二节 乳酸菌的生成 18

第三节 非活性乳酸菌和活性乳酸菌的区别 19

第四节 乳酸菌应用 20

第二章 世界乳酸菌制品行业整体运营状况分析 23

第一节 世界乳酸菌制品行业市场综述 23

一、世界乳酸菌制品市场特征分析 23

二、世界发酵型乳酸菌奶饮品已空前发达 25

三、世界乳酸菌制品市场动态分析 26

第二节 世界乳酸菌制品品牌主要国家分析 26

一、日本乳酸菌市场七十年历久不衰 26

二、美国品牌界乐乳酸菌饮品的中国行 28

三、欧洲最大乳企阿拉福兹携顶级婴儿奶粉亮相鹏城 29

第三节 世界乳酸菌制品行业发展趋势分析 31

第三章 世界品牌乳酸菌制品企业营运状况浅析 32

第一节 日本养乐多集团 32

一、企业概况 32

二、最新动态分析 32

三、在华市场投资运行情况 33

四、品牌竞争力分析 34

五、国际化发展战略分析 34

第二节 法国达能集团 35

一、企业概况 35

二、最新动态分析 35

- 三、在华市场投资运行情况 36
- 四、品牌竞争力分析 37
- 五、国际化发展战略分析 37

第四章 中国乳酸菌制品行业市场发展环境解析 39

第一节 中国宏观经济环境分析 39

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 39
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 41
- 三、全国居民收入情况（季度更新） 44
- 四、恩格尔系数（年度更新） 46
- 五、工业发展形势（季度更新） 47
- 六、固定资产投资情况（季度更新） 54
- 七、财政收支状况（年度更新） 56
- 八、社会消费品零售总额 57
- 九、对外贸易&进出口 60

第二节 中国乳酸菌制品市场政策环境分析 62

- 一、中国乳酸菌饮料行业呼唤更为科学的标准 62
- 二、活性乳酸菌数目标标准亟待更新 63
- 三、乳酸菌饮料国标修订势在必行 63

第三节 中国乳酸菌制品市场社会环境分析 65

- 一、人口环境分析 65
- 二、教育环境分析 66
- 三、文化环境分析 71
- 四、生态环境分析 74
- 五、中国城镇化率分析 74
- 六、居民的各种消费观念和习惯 74
- 七、2017年就业形势及趋势 77

第五章 中国乳酸菌制品行业运行态势剖析 78

第一节 中国乳酸菌制品产业现状综述 78

- 一、中国最大乳酸菌奶饮料基地分析 78
- 二、中国乳酸菌行业高速增长年产值达到二十五亿元 79

三、中国乳酸菌产业发展迎来“黄金时期” 80

第二节 中国乳酸菌产业市场分析 80

一、市场运行特点分析 80

二、技术最新进展 81

三、国外乳酸菌产业经验借鉴 82

第三节 中国乳酸菌产业存在的问题分析 83

一、乳酸菌功效被夸大 83

二、乳酸菌制品现行标准有三大缺陷 83

三、乳酸菌饮品市场三大乱象 83

四、乳酸菌产业低门槛引发混战 84

第六章 中国乳酸菌相关行业资料监测分析 85

第一节 中国液体乳及乳制品制造行业规模分析 85

一、企业数量增长分析 85

二、从业人数增长分析 86

三、资产规模增长分析 87

第二节 中国液体乳及乳制品制造行业结构分析 88

一、企业数量结构分析 88

1、不同类型分析 88

2、不同所有制分析 89

二、销售收入结构分析 89

1、不同类型分析 89

2、不同所有制分析 90

第三节 中国液体乳及乳制品制造行业产值分析 90

一、产成品增长分析 90

二、工业销售产值分析 91

三、工业总产值分析 92

第四节 中国液体乳及乳制品制造行业成本费用分析 93

一、销售成本统计 93

二、销售费用统计 94

第五节 中国液体乳及乳制品制造行业盈利能力分析 95

一、主要盈利指标分析 95

二、主要盈利能力指标分析 96

第七章 中国乳酸菌及制品业市场消费调研 97

第一节 中国乳酸菌制品消费市场状况分析 97

一、市场销售的乳酸菌产品 97

二、乳酸菌制品市场消费分析 100

三、活性乳酸菌饮料消费分析 101

第二节 中国乳酸菌重点需求应用领域分析 102

一、乳酸菌在食品中应用情况分析 102

二、乳酸菌在黄酒生产中应用分析 103

三、乳酸菌在水产养殖中应用分析 110

第八章 中国乳酸及其盐和酯进出口资料监测分析 115

第一节 中国乳酸及其盐和酯进口资料分析 115

一、进口数量分析 115

二、进口金额分析 115

第二节 中国乳酸及其盐和酯出口资料分析 116

一、出口数量分析 116

二、出口金额分析 116

第三节 中国乳酸及其盐和酯进出口平均单价分析 116

第四节 中国乳酸及其盐和酯进出口国家及地区分析 117

一、进口国家及地区分析 117

二、出口国家及地区分析 117

第九章 中国乳酸菌制品业热点产品市场剖析 118

第一节 乳酸菌饮品 118

一、乳酸菌奶市场产销分析 118

二、太子奶等乳酸菌奶将掀起新一轮乳业革命 122

三、乳酸菌饮品大品牌当家 126

四、酸奶市场标准先行 128

五、洋品牌全线撤退 129

六、乳酸菌奶引领中国乳业价值提升 129

第二节 干酪市场分析 130

一、干酪行业特征 130

二、干酪市场动态分析 131

四、中国奶酪业有望迎来增长期 131

第三节 酱油市场分析 132

一、乳酸菌在酱油酿造中的应用分析 132

二、中国酱油的种类和等级 133

三、中国酱油制造业总体运行分析 135

四、中国酱油技术发展展望 138

第四节 乳酸菌添加剂 140

一、天然乳酸菌饲料添加剂介绍 140

二、世界普遍关注绿色生物替代品天然乳酸菌饲料添加剂 141

三、天然乳酸菌饲料添加剂直接饲喂应用效果 142

四、乳酸菌添加剂应用前景展望 142

第十章 中国乳酸菌制品行业市场销售策略分析 143

第一节 产品策略分析 143

一、消费特征分析 143

1、乳酸菌制品产业用户认知程度 143

2、乳酸菌制品产业用户关注因素 144

二、国际化营销模式 146

三、产品策略分析 147

第二节 销售管道分析 148

一、乳品销售管道比较 148

二、促销策略 148

第三节 品牌策略分析 149

一、中国乳制品行业的品牌策略 149

二、蒙牛品牌攻防战的启示 150

第四节 太子奶乳酸菌饮品营销策略 152

一、差异化营销策略 152

二、建立庞大营销网络高利润回报 153

三、软硬结合着力品牌塑造 154

第十一章 中国乳酸菌制品市场竞争格局透析 155

第一节 中国乳酸菌制品市场竞争总况 155

一、乳酸菌成乳业竞争新焦点 155

二、乳酸菌饮料异军突起 155

三、乳酸菌饮料养乐多借三聚氰胺事件冲击国内乳企趁势扩张 156

第二节 国际巨头中国乳酸菌奶市场发力 157

第三节 中国乳酸菌制品市场竞争力探析 158

一、乳酸菌奶品开打品牌战 158

二、价格竞争分析 158

三、营销方式竞争分析 159

第四节 乳酸菌制品行业竞争结构分析 159

一、行业内现有企业的竞争 159

二、新进入者的威胁 161

三、替代品的威胁 162

四、供货商的讨价还价能力 162

五、购买者的讨价还价能力 162

第五节 中国乳酸菌产业集中度分析 163

一、市场集中度分析 163

二、生产企业集中度分析 164

第六节 中国乳酸菌及制品业市场竞争趋势分析 164

第十二章 中国乳酸菌制品优势企业竞争力及关键性资料分析 165

第一节 深圳市深宝实业股份有限公司 165

一、企业概况 165

二、企业主要经济指标分析 165

三、企业盈利能力分析 166

四、企业偿债能力分析 167

五、企业运营能力分析 168

六、企业成长能力分析 169

第二节 湖南太子奶集团生物科技股份有限公司 170

一、企业概况 170

二、企业主要经济指标分析 170

三、企业盈利能力分析 171

四、企业偿债能力分析 172

五、企业运营能力分析 173

六、企业成长能力分析 174

第三节 广州益力多乳品有限公司 174

一、企业概况 174

二、企业主要经济指标分析 175

三、企业盈利能力分析 176

四、企业偿债能力分析 176

五、企业运营能力分析 178

六、企业成长能力分析 179

第四节 内蒙古双娃乳业有限公司 179

一、企业概况 179

二、企业主要经济指标分析 180

三、企业盈利能力分析 181

四、企业偿债能力分析 181

五、企业运营能力分析 183

六、企业成长能力分析 184

第五节 南通红梅乳业有限公司 184

一、企业概况 184

二、企业主要经济指标分析 185

三、企业盈利能力分析 186

四、企业偿债能力分析 187

五、企业运营能力分析 188

六、企业成长能力分析 189

第六节 广西皇氏生物工程乳业有限公司 189

一、企业概况 189

二、企业主要经济指标分析 190

三、企业盈利能力分析 191

四、企业偿债能力分析 192

五、企业运营能力分析 193

六、企业成长能力分析 194

第七节 广州珠江美乐多饮品（香港）有限公司 194

一、企业概况 194

二、企业主要经济指标分析 195

三、企业盈利能力分析 195

四、企业偿债能力分析 196

五、企业运营能力分析 197

六、企业成长能力分析 197

第八节 呼伦贝尔康益药业有限公司 198

一、企业概况 198

二、企业主要经济指标分析 198

三、企业盈利能力分析 199

四、企业偿债能力分析 200

五、企业运营能力分析 201

六、企业成长能力分析 201

第九节 哈尔滨一洲制药有限公司 202

一、企业概况 202

二、企业主要经济指标分析 202

三、企业盈利能力分析 203

四、企业偿债能力分析 203

五、企业运营能力分析 204

六、企业成长能力分析 205

第十节 北京弗蒙特生物技术有限公司 205

一、企业概况 205

二、企业主要经济指标分析 205

三、企业盈利能力分析 206

四、企业偿债能力分析 207

五、企业运营能力分析 207

六、企业成长能力分析 208

第十三章 中国乳酸菌制品行业发展趋势与前景展望 209

第一节 中国乳酸菌制品行业发展前景分析 209

- 一、乳酸菌饮料明天更辉煌 209
- 二、国内外益生菌产品的发展普遍受到重视成为液态食品中的增长热点 209
- 三、发酵型乳酸菌奶饮品成为全球乳制品发展的新方向 210
- 四、乳酸菌饮料成奶品新宠 211
- 第二节 中国乳酸菌制品行业发展趋势分析 211
 - 一、新鲜发酵乳制品的最新发展及趋势 211
 - 二、乳酸菌制品管道的发展趋势分析 212
- 第三节 中国乳酸菌制品市场盈利预测分析 212
- 第四节 中国乳制品发展战略分析 213
 - 一、开拓市场及扩大乳制品消费 213
 - 二、加快科技步伐提高产品质量 213
 - 三、调整产品结构及开发新产品 214

第十四章 中国乳酸菌及其制品企业管理策略建议 215

第一节 市场策略分析 215

- 一、价格策略分析 215
- 二、产品定位策略分析 216
- 三、企业宣传策略分析 217

第二节 提高乳酸菌制品企业竞争力的策略 219

- 一、提高中国乳酸菌制品企业核心竞争力的对策 219
- 二、影响乳酸菌制品企业核心竞争力的因素及提升途径 222
- 三、提高乳酸菌制品企业竞争力的策略 226

第三节 对中国乳酸菌制品品牌的战略思考 228

- 一、乳酸菌制品实施品牌战略的意义 228
- 二、乳酸菌制品企业品牌的现状分析 232
- 三、我国乳酸菌制品企业的品牌战略 233
- 四、乳酸菌制品品牌战略管理的策略 235

第十五章 中国乳酸菌制品行业投资前景预测 237 (ZY ZM)

第一节 中国乳酸菌制品行业投资环境分析 237

第二节 中国乳酸菌及制品业投资特性分析 239

- 一、行业的周期性 239

- 二、行业进入壁垒 240
- 三、行业推动因素 242
- 四、行业预期与建议 242
- 第三节 中国乳酸菌制品行业投资机会分析 243
 - 一、投资潜力分析 243
 - 二、与产业链相关的投资机会分析 243
- 第四节 中国乳酸菌制品行业投资风险预警 243
 - 一、宏观调控政策风险 243
 - 二、市场竞争风险 244
 - 三、市场运营机制风险 244
- 第五节 权威专家投资战略指导 247
 - 一、技术开发战略 247
 - 二、产业战略规划 247
 - 三、业务组合战略 249
 - 四、营销战略规划 251
 - 五、区域战略规划 251

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/D04382SULV.html>