

2018-2024年中国酸奶行业 市场运营态势与投资决策分析报告

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年中国酸奶行业市场运营态势与投资决策分析报告》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/T61651XOW3.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。

中国酸奶业市场价值已超百亿美元。短期内，酸奶的增长速度将继续领跑各类奶制品，复合年增长率达14%。这样的数据势必吸引更多的生产投资。中国最大的乳品生产商之一光明乳业最近向武汉乳制品厂投资12亿人民币（1.79亿美元），生产植物活力益生元/益生菌酸奶饮料。该工厂的64条生产线预计年产360,000吨饮品。

中国消费者更加青睐酸奶产品。虽然过去三年里世界各地的酸奶需求均出现了增长，但中国的增幅遥遥领先。在中国，67%的受访消费者表示目前食用酸奶的数量多于三年前，而其他国家这一比例仅为50%（巴西、法国、波兰、土耳其和美国）。酸奶仍是食品行业的增长驱动力之一。这背后的主要因素是，中国人越来越注重健康的生活方式，并将酸奶与健康生活方式相联系。

全球来看，中国酸奶人均消费量仍有接近翻倍空间。2016年中国人均酸奶消费量（包括发酵乳和乳酸菌饮料）为人均4.9千克，离发达国家和地区相比有30%-160%的成长空间。中国人均酸奶消费量将于2020年赶上英美两国，达到人均8.4千克，增长空间75%。

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国酸奶行业市场运营态势与投资决策分析报告》共十三章。首先介绍了酸奶产业相关概念及发展环境，接着分析了中国酸奶行业规模及消费需求，然后对中国酸奶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国酸奶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国酸奶行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数

数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 2014-2016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GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 Chobani
 - 4.4.2 Fage
 - 4.4.3 Stonyfield
 - 4.4.4 莫斯利安
- 4.5 2018-2024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 2014-2016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
 - 5.1.3 中国酸奶行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年酸奶行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国酸奶行业发展热点
 - 5.2.2 2014-2016年中国酸奶行业发展现状
 - 5.2.3 2014-2016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 2014-2016年中国酸奶行业企业数量情况

6.1.2 2014-2016年中国酸奶行业企业竞争结构

6.2 2014-2016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 2014-2016年中国酸奶行业市场规模分析

6.3.2 2018-2024年中国酸奶行业市场规模预测

6.4 2014-2016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、2014-2016年中国酸奶行业供给规模分析

2、2018-2024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、2014-2016年中国酸奶行业需求规模分析

2、2018-2024年中国酸奶行业需求规模预测

6.6 2014-2016年中国酸奶行业产品价格分析

6.6.1 2014-2016年中国酸奶行业产品价格回顾

6.6.2 2014-2016年中国酸奶产品当前市场价格统计分析

6.6.3 2014-2016年中国酸奶产品价格影响因素分析

6.6.4 2018-2024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、2014-2016年酸奶出口总况分析
- 2、2014-2016年酸奶出口量及增长情况
- 3、2014-2016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、2014-2016年酸奶进口总况分析
- 2、2014-2016年酸奶进口量及增长情况
- 3、2014-2016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 中国酸奶行业投资兼并重组整合分析

9.4.1 投资兼并重组现状

9.4.2 投资兼并重组案例

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竞争力分析

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业主要产品分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.1.4 企业经营状况分析

- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 内蒙古圣牧高科牧业有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析
 - 10.3.3 企业竞争优势分析
 - 10.3.4 企业经营状况分析
 - 10.3.5 企业最新发展动态
 - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 上海光明乳业股份有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 品渥食品有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 河南科迪乳业股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况

- 10.6.2 企业主要产品分析
- 10.6.3 企业竞争优势分析
- 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 北京三元食品股份有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 现代牧业（集团）有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 企业发展基本情况
 - 10.8.2 企业主要产品分析
 - 10.8.3 企业竞争优势分析
 - 10.8.4 企业经营状况分析
 - 10.8.5 企业最新发展动态
 - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 杭州味全食品有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 企业发展基本情况
 - 10.9.2 企业主要产品分析
 - 10.9.3 企业竞争优势分析
 - 10.9.4 企业经营状况分析
 - 10.9.5 企业最新发展动态
 - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 新疆天润乳业股份有限公司竞争力分析
 - 10.10.1 企业发展基本情况
 - 10.10.2 企业主要产品分析
 - 10.10.3 企业竞争优势分析
 - 10.10.4 企业经营状况分析
 - 10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2018-2024年中国酸奶行业发展趋势与投资机​​会研究

11.1 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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

第十二章 2018-2024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 2018-2024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 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

图表：国际酸奶区域市场分布情况

图表：2014-2016年中国酸奶行业进口规模分析

图表：2014-2016年中国酸奶行业出口规模分析

图表：中国酸奶各个渠道销售占比分析

图表：中国酸奶行业互联网渠道占比分析

图表：2014-2016年酸奶行业市场规模分析

图表：2018-2024年酸奶行业市场规模预测

图表：2014-2016年中国酸奶行业供给规模分析

图表：2018-2024年中国酸奶行业供给规模预测

图表：2014-2016年中国酸奶行业需求规模分析

图表：2018-2024年中国酸奶行业需求规模预测

图表：2014-2016年中国酸奶行业企业数量情况

图表：2014-2016年中国酸奶行业企业竞争结构

图表：中国酸奶行业盈利能力分析

图表：中国酸奶行业运营能力分析

图表：中国酸奶行业偿债能力分析

图表：中国酸奶行业发展能力分析

图表：中国酸奶行业经营效益分析

图表：2014-2016年酸奶行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国酸奶行业竞争力分析

图表：2018-2024年中国酸奶行业产能预测

图表：2018-2024年中国酸奶行业消费量预测

图表：2018-2024年中国酸奶市场价格走势预测

图表：2018-2024年中国酸奶行业发展趋势预测

图表：区域发展战略规划

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/T61651XOW3.html>