

2021-2027年中国酸奶饮品 市场发展态势与市场年度调研报告

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

《2021-2027年中国酸奶饮品市场发展态势与市场年度调研报告》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/yinliao/X05043MR35.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

酸奶是一种酸甜口味的牛奶饮品，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。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。

2018年中国酸奶产品销售量960万吨增长至2022年的1360万吨，年均复合增长率达9%；2018年酸奶产品销售额1400亿元增长至2022年的2205亿元，年复合增长率11.67%，中国酸奶产品市场规模将逐步扩大。2018-2022年中国酸奶产品销售额走势预测 智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国酸奶饮品市场发展态势与市场年度调研报告》共十章。首先介绍了中国酸奶饮品行业市场发展环境、酸奶饮品整体运行态势等，接着分析了中国酸奶饮品行业市场运行的现状，然后介绍了酸奶饮品市场竞争格局。随后，报告对酸奶饮品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酸奶饮品行业发展趋势与投资预测。您若想对酸奶饮品产业有个系统的了解或者想投资中国酸奶饮品行业，本报告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 酸奶饮品市场特征一、行业定义二、行业特征1、行业消费特征2、行业产品结构特征3、行业原材料供给特征4、行业产业集中度特征第三节 经济环境分析一、经济发展状况二、收入增长情况三、固定资产投资四、存贷款利率变化五、人民币汇率变化第四节 政策环境分析一、国家宏观调控政策分析二、酸奶饮品行业相关政策分析第五节 酸奶饮品行业发展的“波特五力模型”分析一、行业内竞争二、买方侃价能力三、卖方侃价能力四、进入威胁五、替代威胁 第二章 中国酸奶饮品行业产业链（上、下游及关联产业）状况分析第一节 上游产业发展状况分析第二节 下游产业发展状况分析第三节 关联产业发展状况分析 第三章 中国酸奶饮品市场规模分析第一节 2015-2019年中国酸奶饮品市场规模分析第二节 2019年我国酸奶饮品区域结构分析第三节 中国酸奶饮品区域市场规模分析一、2015-2019年东北地区市场规模分析二、2015-2019年华北地区市场规模分析三、2015-2019年华东地区市场规模分析四、2015-2019年华中地区市场规模分析五、2015-2019年华南地区市场规模分析六、2015-2019年西部地区市场规模分析 第四章 中国酸奶饮品国内市场综述第一节 中国酸奶饮品产品产量分析及预测一、酸奶饮品产业总体产能规模2016-2018年中国常温酸奶市场规模走势二、酸奶饮品生产区域分布三、2015-2019年产量四、2015-2019年消费情况第二节 中国酸奶饮品市场需求分析及预测一、中国酸奶饮品需求特点二、主要地域分布第三节 2015-2019年中国酸奶饮品供需平衡预测（回归预测模型）第四节 中国酸奶饮品价格

趋势分析一、中国酸奶饮品2015-2019年价格趋势二、中国酸奶饮品当前市场价格及分析三、影响酸奶饮品价格因素分析四、2015-2019年中国酸奶饮品价格走势预测（回归预测模型）第五章 中国酸奶饮品所属行业进出口市场情况分析第一节 2015-2019年中国酸奶饮品所属行业进出口量分析一、2015-2019年中国酸奶饮品行业进口分析二、2015-2019年中国酸奶饮品行业出口分析第二节 2015-2019年中国酸奶饮品所属行业进出口市场预测分析一、2015-2019年中国酸奶饮品行业进口预测二、2015-2019年中国酸奶饮品行业出口预测第三节 影响进出口变化的主要原因分析第六章 全国酸奶饮品所属行业财务状况分析第一节 2015-2019年酸奶饮品所属行业规模分析一、2015-2019年酸奶饮品行业总资产对比分析二、2015-2019年酸奶饮品行业企业单位数对比分析三、2015-2019年酸奶饮品行业从业人员平均人数对比分析第二节 2015-2019年酸奶饮品所属行业经济效益分析一、2015-2019年酸奶饮品行业产值利税率对比分析二、2015-2019年酸奶饮品行业资金利润率对比分析三、2015-2019年酸奶饮品行业成本费用利润率对比分析第三节 2015-2019年酸奶饮品所属行业效率分析一、2015-2019年酸奶饮品行业资产负债率对比分析二、2015-2019年酸奶饮品行业流动资产周转次数对比分析第四节 2015-2019年酸奶饮品所属行业结构分析一、2015-2019年酸奶饮品行业地区结构分析二、2015-2019年酸奶饮品行业所有制结构分析三、2015-2019年酸奶饮品行业不同规模企业结构分析第五节 2015-2019年酸奶饮品所属行业不同规模企业财务状况分析一、2015-2019年酸奶饮品行业不同规模企业人均指标分析二、2015-2019年酸奶饮品行业不同规模企业盈利能力分析三、2015-2019年酸奶饮品行业不同规模企业营运能力分析三、2015-2019年酸奶饮品行业不同规模企业偿债能力分析第七章 国内外酸奶饮品重点企业分析第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第二节 光明乳业股份有限公司（600597）经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第三节 北京三元食品股份有限公司（600429）经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第四节 乐百氏（广东）食品饮料有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第五节 西安银桥生物科技有限责任公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第六节 吉林省乳业集团广泽有限公司经营情况分析一、企业发展简况分析二、企业产

品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第七节 山东兔巴哥食品有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第八节 南京光明乳品有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第九节 禹城东君乳业（禹城）有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析第十节 杭州祐康达美食品有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品结构及新产品动向三、企业销售渠道与网络三、企业主要经济指标四、企业盈利能力分析五、企业偿债能力分析六、企业经营能力分析 第八章 中国酸奶饮品行业发展预测第一节 2015-2019年我国酸奶饮品行业产量预测第二节 2015-2019年我国酸奶饮品行业消费量预测第三节 2015-2019年我国酸奶饮品行业产值预测第四节 2015-2019年我国酸奶饮品行业销售收入预测第九章 酸奶饮品行业投资前景与投资策略分析第一节 行业SWOT模型分析一、优势分析二、劣势分析三、机会分析四、风险分析第二节 酸奶饮品行业发展的PEST分析一、政治和法律环境分析二、经济发展环境分析三、社会、文化与自然环境分析四、技术发展环境分析第三节 酸奶饮品行业投资价值分析一、酸奶饮品行业发展前景分析二、酸奶饮品行业盈利能力预测三、投资机会分析第四节 酸奶饮品行业投资风险分析一、政策风险二、竞争风险三、经营风险四、其他风险第五节 酸奶饮品行业投资策略分析一、重点投资品种分析二、重点投资地区分析第十章 中国酸奶饮品行业总结及企业重点客户管理建议第一节 酸奶饮品行业企业问题总结（）第二节 酸奶饮品企业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略第三节 酸奶饮品市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第四节 酸奶饮品项目投资建议一、技术应用注意事项二、项目投资注意事项（）三、生产开发注意事项四、销售注意事项 图表目录：图表 2019 年中国人口数及其构成 单位：万人 -图表 2015-2019年我国人口年龄结构分析图图表 2015-2019年我国酸奶饮品行业职工学历结构图图表 2015-2019年我国酸奶饮品行业管理人员学历结构图图表 2015-2019年中国酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年中国酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年中国酸奶饮品市场销售收入区域分布图图表 2015-2019年东北地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年东北地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年华北地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年华北地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年华东地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年华东地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年华中地区酸奶饮

品市场规模变化图表 2015-2019年华中地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年华南地区酸奶饮品市场规模变化图表 2015-2019年华南地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年西部地区酸奶饮品市场规模变化图表 2015-2019年西部地区酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年中国酸奶饮品市场规模变化表图表 2015-2019年中国酸奶饮品市场规模变化图图表 2015-2019年我国酸奶饮品产量比较分析图表 2015-2019年我国酸奶饮品产量及增长率变化图图表 2015-2019年我国酸奶饮品消费量比较分析图表 2015-2019年我国酸奶饮品消费量及增长率变化图图表 2015-2019年不同收入水平的消费者偏好分析图表 2015-2019年酸奶饮品消费区域分布比率图图表 2015-2019年消费者对酸奶饮品产品的品牌满意度调查

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/X05043MR35.html>