

# 2017-2022年中国含乳饮料 市场竞争形势分析与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国含乳饮料市场竞争形势分析与投资战略研究报告》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/Z227199G22.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

含乳饮料是指以鲜乳或乳制品为原料，经发酵或未经发酵加工制成的制品。含乳饮料分为配制型含乳饮料和发酵型含乳饮料。配制型含乳饮料是以乳或乳制品为原料，加入水、白砂糖、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。

未来含乳饮料有四大发展趋势。

一、随着消费者越来越重视健康，这使得含乳饮料中选用健康优质原料成为含乳饮料有研发人员的首选。膳食纤维、卵磷脂、氨基酸系列、维生素族等等使得含乳饮料企业开发有了更多的选择机会。

二、牛奶汽水、含乳饮料加入谷物大米、果醋等等产品的出现表明了，含乳饮料市场混搭风愈演愈烈。食品配料的众多使在健康科学合理的基础上，其已经不在局限于“果汁+牛奶”，“果汁+果粒+牛奶”的局面，而是延伸到了蔬菜、谷类、醋、茶、汽水、酒的混合。

三、由于发酵的乳饮料风味会更独特，未来含乳饮料发酵元素将依旧会得到推崇。

四、随着市场的发展，竞争激烈是在所难免的。想要在白热化市场竞争中占有一席之地，差异化产品是最有效的手段，这就需要市场细分。市场细分可以产生丰富多彩的差异化含乳饮料产品。根据消费人群的不同及饮用时间及功效的涂通，可以划分成不同的产品类型。比如，可以划分成早餐型、午餐型、晚餐型、也可划分为运动员，白领、学生等等。

含乳饮料以风味独特等特点在软饮料行业中独树一帜。从80年代起步，如今已成为软饮料中的重要品种。含乳饮料是一种常见的营养型饮料，这种饮料的配料中除了牛奶以外，一般还有水、甜味剂、果味剂等。

2016年中国含乳饮料品牌排行榜TOP10 序列 公司名称 基本情况介绍

1 伊利 内蒙古伊利实业集团股份有限公司，始于1993年，上市公司，拥有国内规模较大的优质奶源基地，由液态奶、冷饮、奶粉、酸奶和原奶五大事业部组成。伊利，滋养生命活力内蒙古伊利实业集团股份有限公司一直为消费者提供健康、营养的乳制品，是目前中国规模最大、产品线最全的乳制品企业，也是国内唯一一家同时符合奥运及世博标准、先后为奥运会及世博会提供乳制品的企业。2014年，伊利股份实现营业总收入544.36亿元；净利润41.67亿元，扣非净利润同比增长71.19%，营收和净利润均位居行业第一。截至目前，伊利集团落子新西兰、结盟意大利乳业巨头斯嘉达、在荷兰成立中国乳业截止目前规格最高的海外研发中心——欧洲研发中心、和美国相关企业和科研院所在多个领域进行广泛合作。

2 蒙牛 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司，其酸酸乳/纯牛奶/冰淇淋/真果粒/酸奶家喻户晓，集奶源建设/乳品生产/销售/研发为一体的上市公司。蒙牛乳业（集团）股份有限公司成立于1999年8月

，总部设在内蒙古自治区呼和浩特市和林格尔盛乐经济园区，是国家农业产业化重点龙头企业、乳制品行业龙头企业。2009年7月，中国最大的粮油食品企业中粮集团入股蒙牛，成为“中国蒙牛”第一大股东。中粮的加入，推动了蒙牛“食品安全更趋国际化，战略资源配置更趋全球化，原料到产品更趋一体化”进程。

3 营养快线 杭州娃哈哈集团有限公司，营养快线，乳饮料十大品牌，创建于1987年，根据中国人独特膳食结构和营养状况而研制的牛奶果昔饮品，大型食品饮料企业集团。娃哈哈营养快线是娃哈哈集团根据中国人独特膳食结构和营养状况，精心研制而成的一种全新的牛奶果昔饮品。

4 银鹭 厦门银鹭食品集团有限公司，八宝粥-乳饮料十大品牌，始创于1985年，福建省名牌产品，以罐头食品、饮料生产经营为主的高新技术企业，致力于向消费者提供美味、营养、方便的食品和饮品。银鹭食品事业始创于1985年，主营业务为罐头食品、饮料生产经营，历经多年的艰苦创业，银鹭已成功跻身中国罐头和饮料行业十强企业，位居全国农业产业化领域的领军企业之一。银鹭食品集团总部位于福建省厦门市，目前拥有厦门、山东、湖北、安徽、四川五个生产基地，至2015年公司年设计产能将达600万吨。

5 养乐多 养乐多(中国)投资有限公司，广东及海南地区称为益力多，始于1935年日本，专门从事益生菌的研究与开发，在东京和比利时设有研究机构，全球较大的活性乳酸菌饮品制造公司。养乐多公司(Yakult)创业于1935年，是全球最大的活性乳酸菌饮品制造公司之一，至今已有70多年生产和销售发酵型乳制品的历史。

6 光明乳业 光明乳业股份有限公司，始于1949年，上海市著名商标，高端乳品引领者，主要从事乳/乳制品/营养保健食品开发/生产/销售的规模型企业，新鲜牛奶/酸奶市场占有率高。光明乳业股份有限公司是由国资、外资、民营资本组成的产权多元化股份制上市公司，从事乳和乳制品的开发、生产和销售，奶牛和公牛饲养、培育，物流配送，营养保健食品开发、生产和销售。公司有乳品研发中心、加工设备以及加工工艺，形成了消毒奶、保鲜奶、酸奶、超高温灭菌奶、奶粉、黄油干酪、果汁饮料等系列产品，是目前国内最大规模的乳制品生产、销售企业之一。

7 旺仔 中国旺旺控股有限公司，旺仔，牛奶-乳饮料十大品牌，以极富喜感的迷你卡通形象设计广受欢迎，包装轻便适合儿童随身携带，赠送亲朋好友的理想选择，大型上市公司，世界著名的跨国食品企业。旺仔牛奶富含人体每日必须的多种氨基酸、钙、脂肪、维生素等营养成分，亲切的迷你卡通形象的设计，雾面质感的礼盒包装，包装轻便适合儿童随身携带、适合儿童常备随时饮用之产品，是馈赠亲友的理想选择。

8 娃哈哈 杭州娃哈哈集团有限公司，始于1987年，全球大型食品饮料生产企业，在饮料界主动扛起了向国际大品牌挑战的民族工业大旗，AD钙奶/纯净水/营养快线/爽歪歪等产品家喻户晓。杭州娃哈哈集团有限公司成立于1987年，前身为杭州市上城区校办企业经销部，公司从3个人、14万元借款起家，现已发展成为中国规模最大、效益最好的饮料企业。

9 六个核桃 河北养元智汇饮品股份有限公司，六个核桃，植物蛋白饮料十大品牌，河

北省著名商标，河北省名牌产品，中国食品产业标杆品牌，中国核桃饮品行业先行者与知名企业，国内产销规模较大的集研发、生产、销售于一体的核桃饮品企业。 10 晨光乳业 深圳市晨光乳业有限公司，知名牛奶品牌，创建于1979年，光明集团旗下，广东省著名商标，国内较大的乳制品生产和销售企业。深圳市晨光乳业有限公司创建于1979年，是深圳市光明集团控股、重点骨干国有企业，固定资产达4亿元，简介.png员工约1500人，年产值近10亿元，是珠江三角洲地区最大的乳制品生产和销售企业之一。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国含乳饮料市场竞争形势分析与投资战略研究报告》共二十一章。首先介绍了含乳饮料相关概念及发展环境，接着分析了中国含乳饮料规模及消费需求，然后对中国含乳饮料市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国含乳饮料面临的机遇及发展前景。您若想对中国含乳饮料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：

第一部分 含乳饮料行业发展概述

第一章 含乳饮料行业界定和分类

第一节 行业定义、基本概念

第二节 行业基本特点

第三节 行业分类

第二章 2015年含乳饮料行业国内外发展概述

第一节 全球含乳饮料行业发展概况

一、全球含乳饮料行业发展现状

二、全球含乳饮料行业发展趋势

三、主要国家和地区发展状况

第二节 中国含乳饮料行业发展概况

一、中国含乳饮料行业发展历程与现状

二、中国含乳饮料行业发展中存在的问题

### 第三章 2015年中国含乳饮料行业发展环境分析

#### 第一节 宏观经济环境

#### 第二节 宏观政策环境

#### 第三节 国际贸易环境

#### 第四节 含乳饮料行业政策环境

#### 第五节 含乳饮料行业技术环境

### 第二部分 含乳饮料市场发展分析

#### 第四章 2015年含乳饮料行业市场分析

##### 第一节 市场规模

###### 一、2015年含乳饮料行业市场规模及增速

###### 二、含乳饮料行业市场饱和度

###### 三、影响含乳饮料行业市场规模的因素

###### 四、2017-2022年含乳饮料行业市场规模及增速预测

##### 第二节 市场结构

##### 第三节 市场特点

###### 一、含乳饮料行业所处生命周期

###### 二、技术变革与行业革新对含乳饮料行业的影响

###### 三、差异化分析

#### 第五章 2015年含乳饮料区域市场分析

##### 第一节 区域市场分布状况

###### 含乳饮料行业分省份市场统计

##### 第二节 重点区域市场需求分析

##### 第三节 区域市场需求变化趋势

#### 第六章 2015年含乳饮料行业生产分析

##### 第一节 产能产量分析

###### 一、2015年饮料行业生产总量及增速

###### 二、2015年含乳饮料行业生产总量及增速

### 三、影响含乳饮料行业产能产量的因素

### 四、2017-2022年含乳饮料行业生产总量及增速预测

#### 第二节 区域生产分析

##### 一、含乳饮料企业区域分布情况

##### 二、重点省市含乳饮料行业生产状况

#### 第三节 行业供需平衡分析

##### 一、行业供需平衡现状

##### 二、影响含乳饮料行业供需平衡的因素

##### 三、含乳饮料行业供需平衡趋势预测

### 第七章 2015年含乳饮料行业产品价格分析

#### 第一节 含乳饮料产品价格特征

#### 第二节 国内含乳饮料产品当前市场价格评述

#### 第三节 影响国内市场含乳饮料产品价格的因素

#### 第四节 主流厂商含乳饮料产品价位及价格策略

#### 第五节 含乳饮料产品未来价格变化趋势

### 第三部分 含乳饮料市场全景调研

### 第八章 2015年含乳饮料行业细分行业分析

#### 第一节 主要含乳饮料细分行业

#### 第二节 各细分行业需求与供给分析

目前，我国较多地将益生元作为食品配料应用于含乳饮料，少量用于糖果、酒类，有一部分作为保健品或保健品的配料上市，有很多食品还没有涉及。

#### 功能性低聚糖在食品领域的下游应用

#### 第三节 细分行业发展趋势

### 第九章 2015年含乳饮料行业下游用户分析

#### 第一节 用户结构（用户分类及占比）

#### 第二节 用户需求特征及需求趋势

#### 第三节 用户的其它特性

## 第十章 2015年含乳饮料行业替代品分析

### 第一节 替代品种类

### 第二节 替代品对含乳饮料行业的影响

### 第三节 替代品发展趋势

## 第十一章 2015年含乳饮料行业主导驱动因素分析

### 第一节 国家政策导向

### 第二节 关联行业发展

### 第三节 行业技术发展

### 第四节 行业竞争状况

### 第五节 社会需求的变化

## 第十二章 2015年含乳饮料行业渠道分析

### 第一节 含乳饮料产品主流渠道形式

### 第二节 各类渠道要素对比

### 第三节 行业销售渠道变化趋势

## 第四部分 含乳饮料行业运行分析

## 第十三章 2015年含乳饮料行业盈利能力分析

### 第一节 2015年含乳饮料行业销售毛利率

### 第二节 2015年含乳饮料行业销售利润率

### 第三节 2015年含乳饮料行业总资产收益率

### 第四节 2017-2022年含乳饮料行业盈利能力预测

## 第十四章 2015年含乳饮料行业成长性分析

### 第一节 2015年含乳饮料行业销售收入增长分析

### 第二节 2015年含乳饮料行业总资产增长分析

### 第三节 2015年含乳饮料行业利润增长分析

### 第四节 2017-2022年含乳饮料行业增长情况预测

## 第十五章 2015年含乳饮料行业偿债能力分析

### 第一节 2015年含乳饮料行业资产负债率分析

## 第二节 2015年含乳饮料行业亏损面分析

## 第三节 2015年含乳饮料行业利息保障倍数分析

## 第四节 2017-2022年含乳饮料行业偿债能力预测

## 第十六章 2015年含乳饮料行业营运能力分析

### 第一节 2015年含乳饮料行业流动资产周转率分析

### 第二节 2015年含乳饮料行业应收账款周转率分析

### 第三节 2017-2022年含乳饮料行业营运能力预测

## 第十七章 2015年含乳饮料行业进出口现状与趋势

### 第一节 出口分析

### 第二节 进口分析

## 第五部分 含乳饮料行业竞争格局分析

## 第十八章 2015年含乳饮料行业竞争分析

### 第一节 重点含乳饮料企业市场份额

### 第二节 含乳饮料行业市场集中度

### 第三节 行业竞争群组

### 第四节 潜在进入者

### 第五节 替代品威胁

### 第六节 供应商议价能力

### 第七节 下游用户议价能力

## 第十九章 2015年含乳饮料行业重点企业分析

### 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业经营优劣势分析

### 第二节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业经营优劣势分析

### 第三节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第四节 厦门银鹭集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第五节 养乐多（中国）投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第六节 光明乳业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第七节 中国旺旺控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第八节 深圳市晨光乳业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第九节 河北承德露露股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

### 第十节 河北养元智汇饮品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

## 第六部分 含乳饮料行业投资战略研究

### 第二十章 2017-2022年含乳饮料行业风险分析

#### 第一节 含乳饮料行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

#### 第二节 产业链上下游及各关联产业风险

#### 第三节 含乳饮料行业政策风险

#### 第四节 含乳饮料行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

### 第二十一章 2017-2022年含乳饮料行业发展前景及投资机会

#### 第一节 含乳饮料行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

#### 第二节 含乳饮料企业营销策略

一、产品策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

#### 第三节 含乳饮料企业投资机会

一、子行业投资机会

二、区域市场投资机会

三、产业链投资机会(ZY LT)

图表目录：

图表：含乳饮料感官指标

图表：含乳饮物理化指标

图表：乳酸菌活菌数指标

图表：欧盟乳业指标

图表：美国乳业指标

图表：澳新乳业指标

图表：中印乳业指标

图表：巴西乳业指标

图表：主要国家100%果汁、牛奶消费比（1kg牛奶消费量对应果汁消费量）

图表：2000-2015年1-8月中国软饮料行业累计产量及同比增速

图表：2000-2015年1-8月中国饮料行业累计收入及同比增速

图表：2005-2015年分季度GDP增长率

图表：2015-2016年三季度中国国内生产总值增长速度

图表：2015-2016年前三季度中国其他指标环比数据表

图表：2015-2016年三季度中国规模以上工业增加值增速

图表：2015-2016年三季度中国固定资产投资及房地产开发投资名义增速

图表：2015-2016年三季度中国社会消费品零售总额名义增速

图表：2015-2016年三季度中国居民消费价格上涨情况

图表：2015-2016年三季度中国工业生产者出厂价格涨跌情况

图表：饮料行业国家鼓励政策分析

图表：国内饮料行业标准列表

图表：2012-2015年中国含乳饮料行业市场规模及增速

图表：2015年含乳饮料行业市场饱和度分析

图表：2017-2022年含乳饮料行业市场规模及增速预测

图表：全国7大饮料品类零售终端销售额结构及变化

图表：行业所处生命周期特点及判断标准

图表：2015年中国果汁区域消费量结构

图表：2015年中国华北地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2015年中国东北地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2015年中国华东地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2015年中国华南地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2015年中国华中地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2015年中国西南地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2015年中国西北地区果蔬汁饮料行业市场规模

图表：2000-2015年1-8月中国软饮料行业累计产量及同比增速

图表：2015年含乳饮料行业生产总量及增速

图表：2017-2022年含乳饮料行业生产总量及增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yinliao/Z227199G22.html>