

# 2020-2026年中国酸奶市场 深度分析与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国酸奶市场深度分析与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202007/174459.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

随着海外文化和餐饮理念的传入，中国年轻一代很可能快速追赶上全球酸奶的步伐，继续提高酸奶在中国的市场份额。各国酸奶品类占液体乳比例情况分析2019年1月中国各酸奶品牌市场销售额占比

中企顾问网发布的《2020-2026年中国酸奶市场深度分析与投资潜力分析报告》共十五章。首先介绍了中国酸奶行业市场发展环境、酸奶整体运行态势等，接着分析了中国酸奶行业市场运行的现状，然后介绍了酸奶市场竞争格局。随后，报告对酸奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酸奶行业发展趋势与投资预测。您若想对酸奶产业有个系统的了解或者想投资中国酸奶行业，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：

第一部分行业发展现状

第一章 酸奶概述

第一节 酸奶的定义

第二节 酸奶的营养价值

第三节 酸奶的分类

第四节 酸奶的发展和生产工艺

一、酸奶的发展过程

二、酸奶发酵剂应用和发展

第二章世界酸奶行业整体发展现状分析

第一节 全球酸奶市场分析

第二节 世界酸奶行业动态分析

一、美国酸奶行业发展分析

1、美国酸奶行业特点

2、美国乳制品行业的发展概述

二、欧洲酸奶行业发展分析

### 三、日本酸奶市场发展分析

#### 第三节 世界酸奶产业趋势探析

#### 第四节 国际酸奶市场监测

### 第三章我国酸奶行业发展现状

#### 第一节 中国酸奶政策环境分析

#### 第二节 中国酸奶行业现状

##### 一、我国酸奶行业发展潜力分析

##### 二、我国酸奶市场形态分析

##### 三、我国酸奶现有市场规模分析

2016年中国酸奶行业市场规模达到1010.17亿元，市场首次突破千亿元。2017年牛奶销售额同比增长4%；而酸奶销售额首次超过牛奶，约为1192亿元，同比增长18%，增速远快于牛奶。

预测2019年中国酸奶行业市场规模将突破1400亿元。2013-2019年中国酸奶行业市场规模及同比增长走势

#### 第三节 我国酸奶行业发展

##### 一、中国酸奶行业发展趋势

##### 二、酸奶行业发展情况分析

#### 第四节 中国酸奶行业供需分析

##### 一、中国酸奶市场需求空间

##### 二、中国酸奶市场供需情况

##### 三、乳制品市场的供需分析

###### 1、乳制品消费趋势

###### 2、乳制品市场运行

##### 四、中国酸奶市场需求态势

### 第四章中国酸奶行业消费市场分析

#### 第一节 中国酸奶消费者分析

##### 一、酸奶主要消费群体分析

##### 二、消费者信心指数分析

#### 第二节 酸奶消费市场状况分析

##### 一、市场销售的酸奶产品

##### 二、酸奶产品市场消费分析

### 第三节 酸奶市场消费需求分析

#### 一、消费市场状况分析

- 1、乳制品消费现状分析
- 2、乳制品消费趋势分析
- 3、乳制品产品结构分析
- 4、市场需求分析

#### 二、行业消费者调查分析

- 1、乳制品消费者消费态度分析
- 2、乳制品消费者消费心理分析
- 3、杭州乳制品消费者调查分析

#### 三、消费者购买行为分析

- 1、消费者人口统计变量分析
- 2、消费者购买行为变量分析
- 3、主要对策

#### 四、消费者购买意愿分析

### 第四节 酸奶市场消费需求的影响因素分析

### 第五节 促进乳制品消费的措施建议

## 第五章 中国酸奶行业营销渠道分析

### 第一节 营销渠道

### 第二节 纵向一体化的渠道模式

### 第三节 通过纵向约束建立的渠道模式

### 第四节 企业类型划分及市场营销方法

#### 一、地型企业

#### 二、城市型企业

- 1、稳固核心市场
- 2、建立新鲜壁垒
- 3、开放型终端的建设

#### 三、市场营销策略

- 1、产品决策
- 2、价格决策
- 3、分销渠道决策

## 4、广告决策

## 第六章中国酸奶行业发展状况

### 第一节 酸奶行业市场情况分析

#### 一、酸奶行业市场发展分析

#### 二、酸奶市场存在的问题

#### 三、酸奶市场规模分析

### 第二节 中国酸奶行业发展趋势分析

#### 一、行业结构的

#### 二、产品的差异化

#### 三、市场的变化

#### 四、竞争焦点的变化

### 第三节 酸奶行业发展形势分析

## 第七章中国酸奶进出口数据统计及分析

### 第一节 2013-2019年中国酸奶及乳制品进口分析

#### 一、中国酸奶及乳制品进口现状

##### 1、液态奶进口

##### 2、其他乳制品进口

##### 3、进口分析

#### 二、乳制品贸易格局的成因分析

#### 三、进口乳制品造成的主要影响

#### 四、中国乳制品进口的结论及政策建议

##### 1、主要结论

##### 2、政策建议

### 第二节 2013-2019年中国酸奶及乳制品出口分析

#### 一、中国乳制品出口现状分析

##### 1、液态奶出口

##### 2、其他奶制品出口

##### 3、出口分析

#### 二、中国乳制品在国际市场的竞争力分析

##### 1、中国原料奶价格竞争力分析

- 2、中国全脂奶粉在国际市场上的竞争力分析
- 3、中国其它乳制品在国际市场上的竞争力分析

### 三、中国乳制品出口分析

### 四、中国乳制品出口趋势分析

## 第三节 我国乳制品的国际竞争力及影响因素分析

- 一、我国乳制品国际贸易的特点
- 二、我国乳制品的国际竞争力分析
  - 1、生产价格和出口价格分析
  - 2、国际市场占有率分析
  - 3、显示性比较优势
- 三、我国乳制品国际竞争力分析

## 第八章中国酸奶行业整体运所属行业经济指标分析

### 第一节 2013-2019年中国酸奶所属行业总体规模分析

- 一、企业数量和结构分析
- 二、2013-2019年中国酸奶所属行业产销分析
  - 1、产成品情况总体分析
  - 2、产品销售收入总体分析
- 三、2013-2019年中国酸奶所属行业财务指标总体分析
  - 1、行业盈利水平分析
  - 2、行业偿债能力分析
  - 3、行业营运能力分析
  - 4、行业发展能力分析

### 第二节 2013-2019年中国酸奶所属行业区域市场分析

- 一、华北地区酸奶行业分析
- 二、东北地区酸奶行业分析
- 三、华东地区酸奶行业分析
- 四、华南地区酸奶行业分析
- 五、华中地区酸奶行业分析
- 六、西南地区酸奶行业分析
- 七、西北地区酸奶行业分析

### 第三节 2013-2019年中国酸奶行业企业经济规模经济指标分析

#### 第四节 我国酸奶行业不同经济类型企业分析

#### 第五节 乳制品行业景气指数分析

##### 一、企业景气指数分析

##### 二、企业家信心指数分析

#### 第二部分 赢利水平分析

#### 第九章 2013-2019年酸奶行业赢利水平分析

##### 第一节 利润情况分析

##### 一、整体分析

##### 二、成本分析

##### 三、政府支持情况

##### 四、酸奶原材料价格预测

##### 五、酸奶行业人工成本分析

##### 第二节 产销运存分析

##### 一、酸奶行业产销情况

##### 二、酸奶行业库存情况

##### 第三节 盈利水平分析

##### 一、酸奶行业价格走势

##### 二、2019年酸奶行业营业收入情况

##### 三、2019年酸奶行业毛利率情况

##### 四、2019年酸奶行业赢利能力

#### 第十章 2013-2019年酸奶行业盈利能力分析

##### 第一节 2019年中国酸奶行业利润总额分析

##### 一、利润总额分析

##### 二、不同规模企业利润总额比较分析

##### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

##### 第二节 2019年中国酸奶行业资产负债率

##### 一、资产负债率分析

##### 二、不同规模企业资产负债率比较分析

##### 三、不同所有制企业资产负债率比较分析

##### 第三节 2019年中国酸奶行业产值利税率

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第四节 2019年中国酸奶行业资金利税率

一、资金利税率分析

二、不同规模企业资金利税率比较分析

三、不同所有制企业资金利税率比较分析

第五节 酸奶及乳制品业盈利水平变化及分析

第三部分 竞争格局分析

第十一章 酸奶行业竞争格局分析

第一节 酸奶行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第二节 酸奶行业集中度分析

一、酸奶行业集中度

二、酸奶集中度预测

三、国外乳业巨头的竞争影响

四、国内企业竞争力

第三节 酸奶行业竞争格局分析

一、酸奶行业主要企业

二、我国酸奶企业市场份额

三、我国酸奶行业竞争格局

四、酸奶行业竞争形势分析

第十二章 酸奶重点企业发展分析

第一节 内蒙古蒙牛乳业集团)股份有限公司

一、企业概况

二、企业实力

### 三、2019年经营状况

#### 1、主要财务指标

#### 2、盈利情况

#### 3、资产负债情况

### 四、竞争能力分析

## 第二节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、经营状况

### 三、竞争能力分析

### 四、发展战略

### 五、伊利液态奶用户满意度情况

## 第三节 光明乳业股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、经营状况

### 三、竞争能力分析

#### 1、优势分析

#### 2、劣势分析

#### 3、机遇

#### 4、挑战

### 四、发展战略

#### 1、产品策略的优化

#### 2、价格策略的优化

#### 3、渠道策略的优化

#### 4、促销策略的优化

## 第四节 北京三元食品股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、经营状况

### 三、竞争能力分析

### 四、发展战略

## 第五节 广州益力多乳品有限公司

### 一、企业概况

### 二、经营范围

三、亚洲市场情况

四、中国市场布局

第六节 石家庄君乐宝乳业有限公司

一、企业概况

二、品质创新分析

三、经营状况

四、销售状况

第七节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业概况

二、经营状况

三、竞争能力分析

四、发展战略

第八节 辽宁辉山控股集团)有限公司

一、企业概况

二、经营状况

三、竞争能力分析

四、发展战略

第九节 重庆市天友乳业股份有限公司

一、公司概况

二、经营状况

三、竞争能力分析

四、发展战略

第十节 广东燕塘乳业股份有限公司

一、企业概况

二、发展状况

三、竞争能力分析

第四部分 发展趋势预测与投资建议

第十三章 酸奶行业趋势和趋势分析

第一节 国内酸奶产品发展趋势

一、产品多元化

二、安全和高品质

### 三、功能性食品

#### 第二节 中国酸奶行业发展趋势展望

##### 一、快速增长因素

##### 二、发展驱动力

##### 三、发展潜力

##### 四、发展趋势分析

#### 第三节 中国酸奶行业市场预测分析

##### 一、市场预测

##### 二、消费需求分析

###### 1、总体分析

###### 2、细分市场需求分析

#### 第四节 中国酸奶乳制品行业内生动力仍需增强

### 第十四章 酸奶行业整体分析和投资建议

#### 第一节 乳制品质量安全分析

##### 一、乳品质量安全的重要意义

##### 二、我国乳品质量安全现状

###### 1、我国乳制品的品质现状

###### 2、我国与奶业发达国家乳制品质量安全比较

##### 三、影响乳制品质量安全的因素分析

###### 1、影响乳制品质量安全的主观因素

###### 2、影响乳制品质量安全的客观因素

###### 3、影响乳制品质量安全的宏观因素

###### 4、影响乳制品质量安全的微观因素

##### 四、提高乳品质量安全的战略对策

#### 第二节 开发功能性酸奶

##### 一、外添加型酸奶现状

###### 1、益生菌乳制品

###### 2、添加功能性成分添加剂、配料)制作的乳制品

###### 3、用酶制剂分解牛乳中的乳糖

###### 4、生物学方法生产的功能性乳

##### 二、天然功能性乳制品现状

- 1、牛初乳制品
- 2、以营养调控为手段生产的天然功能奶
- 三、未来功能性牛奶的发展趋势

### 第三节 对我国酸奶市场的整体分析

- 一、市场格局
- 二、渠道发展模式
- 三、产品结构
- 四、产品质量

### 第四节 区域性酸奶及乳制品企业商业模式分析

#### 一、行业典型商业模式分析

- 1、全产业链模式
  - 2、原料100%海外采购+国内生产
  - 3、海外收购+本土营销
  - 4、区域特色资源性
  - 5、牧业运营
- 二、商业模式设计
  - 三、商业模式策略建议

## 第十五章 酸奶企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

- 一、价格策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

### 第二节 销售策略分析

- 一、酸奶营销分析
- 二、酸奶创新营销案例
- 三、投资前景调研和营销建议

### 第三节 提高酸奶企业竞争力的策略

- 一、提高中国酸奶企业核心竞争力的对策
  - 二、影响酸奶企业核心竞争力的因素及提升途径
- 1、核心竞争力的构成因素
  - 2、核心竞争力形成的影响因素

### 三、提高酸奶企业竞争力的策略

#### 1、战略成本管理的涵义

#### 2、战略成本管理的本特点

#### 3、战略成本管理与企业核心竞争力的关系

### 第四节我国酸奶品牌的战略思考

#### 一、酸奶品牌的特性和作用

#### 二、酸奶品牌价值战略研究

#### 三、我国酸奶品牌竞争趋势

#### 四、酸奶企业品牌发展战略

### 图表目录：

图表 2019年乳制品产量情况

图表 2013-2019年各季度我国城镇居民人均可支配收入

图表 2013-2019年我国消费者信心指数情况

图表 2013-2019年我国消费者信心指数分析

图表 中国市场销售的酸奶名单

图表 调查样本的人口特征分布

图表 消费者购买品牌的情况

图表 消费者购买乳制品的动机调查

图表 消费者购买乳制品的频率

图表 消费者最常购买的乳品规格

图表 消费者购买乳制品的类型

图表 消费者购买乳制品的地点

图表 消费者对品牌的忠诚度

图表 消费者对乳品知识的掌握情况

图表 消费者获得乳品知识的渠道

图表 消费者拒绝购买乳制品的原因

图表 品牌和乳品类型的交叉分析

图表 消费者最关心的乳制品安全问题

图表 消费者对乳制品的满意程度调查

图表 消费者对市面上可识别的乳制品的购买意愿调查

图表 可识别安全乳制品的选择与消费者收入的相关结果分析

图表 2013-2019年我国乳制品市场规模及增长情况分析  
图表 2013-2019年我国各省市液体乳和乳制品产品生产情况  
图表 2013-2019年我国鲜奶月度进口数量及价格  
图表 2013-2019年我国酸奶月度进口数量及价格  
图表 2013-2019年我国工业奶粉月度进口数量及价格  
图表 2013-2019年我国小包装奶粉月度进口数量及价格  
图表 2013-2019年我国乳清月度进口数量及价格  
图表 2013-2019年我国炼乳月度进口数量及价格  
图表 2013-2019年我国液态奶月度出口数量及价格  
图表 2013-2019年我国鲜奶月度出口数量及价格  
图表 2013-2019年我国酸奶月度出口数量及价格  
图表 2013-2019年我国干乳制品月度出口数量及价格  
图表 2013-2019年我国奶粉月度出口数量及价格  
图表 2013-2019年酸奶及乳制品行业企业单位数  
图表 2013-2019年酸奶及乳制品行业企业类型情况  
图表 2019年酸奶及乳制品行业企业经济类型情况  
图表 2019年酸奶及乳制品行业企业经济类型情况  
图表 2019年各季度酸奶及乳制品行业从业人员人数  
图表 2019年各季度酸奶及乳制品行业从业人员人数  
图表 2019年各季度酸奶及乳制品销售产值分析  
图表 2019年各季度酸奶及乳制品主营业务收入分析  
图表 2013-2019年酸奶及乳制品行业产成品及增长  
图表 2013-2019年酸奶及乳制品行业产成品及增长  
图表 2013-2019年酸奶及乳制品行业出口交货值  
图表 2019年酸奶及乳制品行业利润总额

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174459.html>