2020-2026年中国乳酸菌饮料行业前景展望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

一、报告报价

《2020-2026年中国乳酸菌饮料行业前景展望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/202006/170214.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

乳酸菌饮料可分为发酵型和调配型两种。其中，乳酸菌饮料都是牛奶经过乳酸菌发酵后制成的，属于发酵型乳酸菌饮料，而除此以外的乳酸菌饮料则属于调配型产品，是用牛奶、水、白糖、柠檬酸或乳酸配制而成的，不经过发酵，产品中没有乳酸菌及乳酸菌的代谢物。

我国乳酸菌饮料市场起步较晚，消费者认知不充分，市场培育还在继续。相比于传统乳饮料，乳酸菌饮料生产工艺、冷链配送要求高，考量企业的研发和推广能力。国内乳酸菌行业起步较晚，加上技术工艺极为落后，导致国内企业数量相对较少。与国外相比，我国在乳酸菌新菌种的技术、研究、筛选等方面还有很大的距离。国外的乳酸菌广泛应用在食品、膳食补充剂、药品、化妆品、饲料等多个领域，菌制品种类繁多，已经形成了产业规模，而我国乳酸菌更多应用在乳制品中，产业发展面临技术瓶颈。对于企业来说，应最大限度利用乳酸菌发酵产品的优势，通过不断提高企业研发投入来开发更多的新型品种，使之投放市场，从而获得较多的市场份额。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国乳酸菌饮料产业深度调研与投资前景分析报告》分析了乳酸菌饮料行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国乳酸菌饮料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 乳酸菌饮料行业相关基础概述及研究机构

1.1 乳酸菌饮料产品概述

1.1.1 乳酸菌饮料的界定

1.1.2 乳酸菌饮料的分类

1、活性乳酸菌饮料

2、非活性乳酸菌饮料

1.1.3 乳酸菌饮料营养价值分析

1.1.4 乳酸菌饮料与乳酸饮料的区别

1.1.5 酸奶和乳酸菌饮料的区别

1.2 乳酸菌饮料行业特点分析

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
1.3 乳酸菌饮料行业研究机构
1.3.1 乳酸菌饮料行业介绍
1.3.2 乳酸菌饮料行业研究优势
1.3.3 乳酸菌饮料行业研究范围
第二章 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业市场发展环境分析
2.1 中国乳酸菌饮料行业经济环境分析
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 中国乳酸菌饮料行业政策环境分析
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、《乳酸菌饮料卫生标准（GB 16321-2003）》
2、乳酸菌饮料新国标
2.2.3 政策环境对行业的影响分析
2.3 中国乳酸菌饮料行业社会环境分析
2.3.1 行业社会环境
1、人口规模分析
2、教育环境分析
3、文化环境分析
4、生态环境分析
5、中国城镇化率

6、健康营养消费观念深入人心
7、消费升级发展趋势
2.3.2 社会环境对行业的影响分析
2.4 中国乳酸菌饮料行业技术环境分析
2.4.1 乳酸菌饮料生产技术分析
1、乳酸菌饮料生产工艺流程
2、乳酸菌饮料生产注意事项
2.4.2 行业主要技术发展趋势
2.4.3 技术环境对行业的影响
第三章 中国乳酸菌饮料行业上、下游产业链分析
3.1 乳酸菌饮料行业产业链概述
3.1.1 产业链定义
3.1.2 乳酸菌饮料行业产业链
3.2 乳酸菌饮料行业上游-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 牛奶供给价格分析
3.2.4 牛奶供给企业分析
3.2.5 牛奶供给区域分布
3.3 乳酸菌饮料行业下游-经销商情况分析
3.3.1 乳酸菌饮料经销商发展现状
3.3.2 乳酸菌饮料经销商规模情况
3.3.3 乳酸菌饮料经销商区域分布
3.4 乳酸菌饮料行业终端消费者消费情况分析
3.4.1 中国人均乳酸菌饮料消费情况
3.4.2 乳酸菌饮料消费者地域分布情况
3.4.3 健康绿色消费观念下的乳酸菌饮料消费市场
3.4.4 乳酸菌饮料消费者品牌忠诚度分析
第四章 国际乳酸菌饮料行业市场发展分析
4.1 2015-2019年国际乳酸菌饮料行业发展现状
4.1.1 国际乳酸菌饮料行业发展现状
4.1.2 国际乳酸菌饮料行业发展规模

4.1.3 国际乳酸菌饮料主要技术水平
4.2 2015-2019年国际乳酸菌饮料市场需求研究
4.2.1 国际乳酸菌饮料市场需求特点
4.2.2 国际乳酸菌饮料市场需求结构
4.2.3 国际乳酸菌饮料市场需求规模
4.3 2015-2019年国际区域乳酸菌饮料行业研究
4.3.1 欧洲乳酸菌饮料市场概述
1、欧洲乳酸菌饮料市场发展现状
2、欧洲乳酸菌饮料市场发展规模
3、欧洲乳酸菌饮料市场发展前景
4.3.2 美国乳酸菌饮料市场概述
1、美国乳酸菌饮料市场发展现状
2、美国乳酸菌饮料市场发展规模
3、美国乳酸菌饮料市场发展前景
4.3.3 日韩乳酸菌饮料市场概述
1、日韩乳酸菌饮料市场发展现状
2、日韩乳酸菌饮料市场发展规模
3、日韩乳酸菌饮料市场发展前景
4.4 国际乳酸菌饮料著名品牌企业分析
4.4.1 雀巢
4.4.2 达能
4.4.3 拉克塔利斯集团
4.4.4 菲仕兰坎皮纳
4.4.5 恒天然
4.4.6 明治乳业
4.5 2020-2026年国际乳酸菌饮料行业发展展望
4.5.1 国际乳酸菌饮料行业发展趋势
4.5.2 国际乳酸菌饮料行业规模预测
4.5.3 国际乳酸菌饮料行业发展机会
第五章 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业发展概述
5.1 中国乳酸菌饮料行业发展状况分析
5.1.1 中国乳酸菌饮料行业发展阶段

5.1.2 中国乳酸菌饮料行业发展总体概况
5.1.3 中国乳酸菌饮料行业发展特点分析
1、行业发展进入低谷期
2、行业市场规模增速显著下滑
3、行业进入洗牌期
4、产品升级成为发展趋势
5.2 2015-2019年乳酸菌饮料行业发展现状
5.2.1 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业发展热点
5.2.2 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业发展现状
5.2.3 2015-2019年中国乳酸菌饮料企业发展分析
5.3 乳酸菌饮料行业替代品及互补产品分析
5.3.1 乳酸菌饮料行业替代品分析
1、替代品种类
2、主要替代品对乳酸菌饮料行业的影响
3、替代品发展趋势分析
5.3.2 乳酸菌饮料行业互补产品分析
1、行业互补产品种类
2、主要互补产品对乳酸菌饮料行业的影响
3、互补产品发展趋势分析
5.4 乳酸菌饮料行业渠道与行业品牌分析
5.4.1 乳酸菌饮料行业渠道分析
1、渠道形式
2、渠道要素对比
3、各区域主要代理商情况
5.4.2 乳酸菌饮料行业品牌分析
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
5.4.3 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乳酸菌饮料市场
5.5 中国乳酸菌饮料行业发展问题及对策建议
5.5.1 中国乳酸菌饮料行业发展制约因素
5.5.2 中国乳酸菌饮料行业存在问题分析
5.5.3 中国乳酸菌饮料行业发展对策建议
第六章 中国乳酸菌饮料行业运行指标分析及预测
6.1 中国乳酸菌饮料行业企业数量分析
6.1.1 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业企业数量情况
6.1.2 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业企业竞争结构
6.2 2015-2019年中国乳酸菌饮料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 中国乳酸菌饮料行业市场规模分析及预测
6.3.1 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业市场规模分析
6.3.2 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业市场规模预测
6.4 2015-2019年中国乳酸菌饮料区域市场规模分析
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 中国乳酸菌饮料行业市场供需分析及预测
6.5.1 中国乳酸菌饮料行业市场供给分析
1、2015-2019年中国乳酸菌饮料行业供给规模分析
2、2020-2026年中国乳酸菌饮料行业供给规模预测
6.5.2 中国乳酸菌饮料行业市场需求分析
1、2015-2019年中国乳酸菌饮料行业需求规模分析
2、2020-2026年中国乳酸菌饮料行业需求规模预测
6.6 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业产品价格分析

6.6.1 2015-2019年中国乳酸菌饮料行业产品价格回顾
6.6.2 2015-2019年中国乳酸菌饮料产品当前市场价格统计分析
6.6.3 2015-2019年中国乳酸菌饮料产品价格影响因素分析
6.6.4 2020-2026年中国乳酸菌饮料产品价格预测
6.7 乳酸菌饮料行业进出口分析
6.7.1 出口分析
1、2015-2019年乳酸菌饮料出口总况分析
2、2015-2019年乳酸菌饮料出口量及增长情况
3、2015-2019年乳酸菌饮料细分行业出口情况
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、2015-2019年乳酸菌饮料进口总况分析
2、2015-2019年乳酸菌饮料进口量及增长情况
3、2015-2019年乳酸菌饮料细分行业进口情况
4、国家进口结构分析
5、进口产品结构分析
6、进口产品价格分析
第七章 中国互联网+乳酸菌饮料行业发展现状及前景
7.1 互联网给乳酸菌饮料行业带来的冲击和变革分析
7.1.1 互联网时代乳酸菌饮料行业大环境变化分析
7.1.2 互联网给乳酸菌饮料行业带来的突破机遇分析
7.1.3 互联网给乳酸菌饮料行业带来的挑战分析
7.1.4 互联网+乳酸菌饮料行业渠道形势变革分析
7.1.5 互联网+乳酸菌饮料行业营销模式变革分析
7.2 中国互联网+乳酸菌饮料行业市场发展现状分析
7.2.1 中国互联网+乳酸菌饮料行业投资布局分析
1、中国互联网+乳酸菌饮料行业投资切入方式
2、中国互联网+乳酸菌饮料行业投资规模分析
3、中国互联网+乳酸菌饮料行业投资业务布局

7.2.2 乳酸菌饮料行业目标客户互联网渗透率分析
7.2.3 中国互联网+乳酸菌饮料行业市场规模分析
7.2.4 中国互联网+乳酸菌饮料行业竞争格局分析
1、中国互联网+乳酸菌饮料行业参与者结构
2、中国互联网+乳酸菌饮料行业竞争者类型
3、中国互联网+乳酸菌饮料行业市场占有率
7.2.5 中国乳酸菌饮料行业电商平台分析
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 中国乳酸菌饮料企业互联网战略案例分析
7.3 中国互联网+乳酸菌饮料行业市场发展前景分析
7.3.1 中国互联网+乳酸菌饮料行业市场增长动力分析
7.3.2 中国互联网+乳酸菌饮料行业市场发展瓶颈剖析
7.3.3 中国互联网+乳酸菌饮料行业市场发展趋势分析
第八章 中国乳酸菌饮料行业消费市场调查
8.1 乳酸菌饮料市场消费需求分析
8.1.1 乳酸菌饮料市场的消费需求变化
8.1.2 乳酸菌饮料行业的需求情况分析
8.1.3 乳酸菌饮料品牌市场消费需求分析
8.2 乳酸菌饮料消费市场状况分析
8.2.1 乳酸菌饮料行业消费特点
8.2.2 乳酸菌饮料行业消费结构分析
8.2.3 乳酸菌饮料行业消费的市场变化
8.2.4 乳酸菌饮料市场的消费方向
8.3 乳酸菌饮料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 乳酸菌饮料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 中国乳酸菌饮料行业市场竞争格局分析
9.1 中国乳酸菌饮料行业竞争格局分析
9.1.1 乳酸菌饮料行业区域分布格局
9.1.2 乳酸菌饮料行业企业规模格局
9.1.3 乳酸菌饮料行业企业性质格局
9.1.4 乳酸菌饮料国际竞争格局分析
1、国际乳酸菌饮料品牌格局
2、国际乳酸菌饮料区域格局
3、国际乳酸菌饮料市场集中度分析
4、中国乳酸菌饮料市场国产品牌占比分析
9.2 中国乳酸菌饮料行业竞争五力分析
9.2.1 乳酸菌饮料行业上游议价能力
9.2.2 乳酸菌饮料行业下游议价能力
9.2.3 乳酸菌饮料行业新进入者威胁
9.2.4 乳酸菌饮料行业替代产品威胁
9.2.5 乳酸菌饮料行业现有企业竞争
9.3 中国乳酸菌饮料行业竞争SWOT分析
9.3.1 乳酸菌饮料行业优势分析（S）
9.3.2 乳酸菌饮料行业劣势分析（W）
9.3.3 乳酸菌饮料行业机会分析（O）
9.3.4 乳酸菌饮料行业威胁分析（T）
9.4 中国乳酸菌饮料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
9.5 中国乳酸菌饮料行业竞争策略建议 第十章 中国乳酸菌饮料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 中国旺旺控股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 现代牧业（集团）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 广东燕塘乳业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 内蒙古圣牧高科牧业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 明治乳业贸易（上海）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 深圳市晨光乳业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 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业发展趋势与投资机会研究
11.1 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业市场发展潜力分析
11.1.1 中国乳酸菌饮料行业市场空间分析
11.1.2 中国乳酸菌饮料行业竞争格局变化
11.1.3 中国乳酸菌饮料行业互联网+前景
11.2 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业发展趋势分析
11.2.1 中国乳酸菌饮料行业品牌格局趋势
11.2.2 中国乳酸菌饮料行业渠道分布趋势
11.2.3 中国乳酸菌饮料行业市场趋势分析
11.3 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业投资机会与建议
11.3.1 中国乳酸菌饮料行业投资前景展望
11.3.2 中国乳酸菌饮料行业投资机会分析
11.3.3 中国乳酸菌饮料行业投资建议
第十二章 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业投资分析与风险规避
12.1 中国乳酸菌饮料行业关键成功要素分析
12.2 中国乳酸菌饮料行业投资壁垒分析
12.3 中国乳酸菌饮料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 中国乳酸菌饮料行业融资渠道与策略
12.4.1 乳酸菌饮料行业融资渠道分析
12.4.2 乳酸菌饮料行业融资策略分析
第十三章 2020-2026年中国乳酸菌饮料行业盈利模式与投资战略规划分析
13.1 国外乳酸菌饮料行业投资现状及经营模式分析
13.1.1 境外乳酸菌饮料行业成长情况调查
13.1.2 经营模式借鉴
13.1.3 国外投资新趋势动向
13.2 中国乳酸菌饮料行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式分析
1、传统经销商模式分析
2、电商模式分析
13.2.2 乳酸菌饮料行业商业模式创新分析
13.3 中国乳酸菌饮料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 行业投资可行性评估分析
14.3 建议
14.3.1 行业投资结构调整
14.3.2 行业投资方向建议
14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：http://www.cction.com/report/202006/170214.html