

2021-2027年中国乳酸菌制 品行业前景展望与前景趋势报告

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

《2021-2027年中国乳酸菌制品行业前景展望与前景趋势报告》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/202108/235403.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

2014年中国大陆的常温乳酸菌饮品市场仅为57.0亿，至2018年达到137.7亿，复合增长率为24.7%。2014-2018年中国乳酸菌行业市场规模走势

中企顾问网发布的《2021-2027年中国乳酸菌制品行业前景展望与前景趋势报告》共十四章。首先介绍了中国乳酸菌制品行业市场发展环境、乳酸菌制品整体运行态势等，接着分析了中国乳酸菌制品行业市场运行的现状，然后介绍了乳酸菌制品市场竞争格局。随后，报告对乳酸菌制品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国乳酸菌制品行业发展趋势与投资预测。您若想对乳酸菌制品产业有个系统的了解或者想投资中国乳酸菌制品行业，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 乳酸菌总论

第一节 乳酸菌行业定义及分类

一、乳酸菌定义

二、乳酸菌分类

三、国家药监局准许在食品中添加的乳酸菌种类

第二节 乳酸菌使用及功能

一、非活性乳酸菌和活性乳酸菌的区别

二、非活性乳酸菌的使用规定

三、乳酸菌十大生理功能

第三节 双歧杆菌类使用及功能

一、双歧杆菌的使用规定

二、双歧杆菌生理功能

第四节 其他乳酸菌使用及功能

一、其他乳酸菌的使用规定

二、其他乳酸菌生理功能

第二章 乳酸菌所属行业发展概况及应用分析

第一节 中国乳酸菌行业现状概述

- 一、中国乳酸菌行业现状概述
- 二、中国双歧杆菌行业现状概述
- 三、其他乳酸菌行业现状概述

第二节 中国乳酸菌应用领域分析

- 一、中国乳酸菌应用领域分析
- 二、中国双歧杆菌应用领域分析
- 三、中国其他乳酸菌应用领域分析

第三章 乳酸菌技术最新发展趋势分析

第一节 国外同类技术重点研发方向

第二节 国内乳酸菌研发技术路径分析

第三节 国内最新研发动向

第四节 技术走势预测

第五节 技术进步对企业发展影响

第四章 中国乳酸菌保健品消费市场调研

第一节 中国乳酸菌保健品消费市场调研

- 一、乳酸菌健康保健品行业特征
- 二、目前中国市面上的乳酸菌保健品的种类与品牌
- 三、主要消费群特点
- 四、乳酸菌健康保健品市场规模及在中国的市场现状

第二节 中国双歧杆菌保健品消费市场调研

- 一、双歧杆菌健康保健品行业特征
- 二、目前中国市面上的双歧杆菌保健品的种类与品牌
- 三、主要消费群特点
- 四、双歧杆菌保健品市场规模及在中国的市场现状

第三节 中国其他乳酸菌保健品消费市场调研

- 一、其他乳酸菌健康保健品行业特征
- 二、目前中国市面上的其他乳酸菌保健品的种类与品牌
- 三、主要消费群特点

四、其他乳酸菌健康保健品市场规模及在中国的市场现状

第五章 中国乳酸菌保健品竞争力分析

第一节 乳酸菌保健品的竞争力分析

一、乳酸菌保健品的经营企业

二、乳酸菌保健品的主要品牌

三、乳酸菌保健品各品牌产品的销售额、市场规模与投资前景调研

第二节 双歧杆菌保健品的竞争力分析

一、双歧杆菌保健品的经营企业

二、双歧杆菌保健品的主要品牌

三、双歧杆菌保健品各品牌产品的销售额、市场规模与投资前景调研

第三节 其他乳酸菌保健品的竞争力分析

一、其他乳酸菌保健品的经营企业

二、其他乳酸菌保健品的主要品牌

三、其他乳酸菌保健品各品牌产品的销售额、市场规模与投资前景调研

第四节 利用乳酸菌生产的能提高免疫力的产品的销售额

第六章 中国乳酸菌保健品营销特点

第一节 乳酸菌类保健品的营销特点

一、产品策略

二、渠道分析

三、定价分析

四、促销分析

第二节 双歧杆菌类保健品的竞争力分析

一、产品策略

二、渠道分析

三、定价分析

四、促销分析

第三节 其他乳酸菌类保健品的竞争力分析

一、产品策略

二、渠道分析

三、定价分析

四、促销分析

第七章 中国乳酸菌保健品发展现状分析

第一节 乳酸菌类保健品发展现状分析

一、产销分析

二、盈利分析

第二节 双歧杆菌类保健品发展现状分析

一、产销分析

二、盈利分析

第三节 其他乳酸菌类保健品发展现状分析

一、产销分析

二、盈利分析

第八章 中国乳酸菌健康保健品优势企业竞争力分析

第一节 北京同仁堂健康药业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长能力分析

第二节 青岛东海药业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长能力分析

第三节 广州市合生元生物制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长能力分析

第四节 上海交大昂立股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长能力分析

第五节 北京时间生物科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长能力分析

第六节 广东健力宝药业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长能力分析

第九章 2021-2027年中国乳酸菌保健品前景分析及建议

第一节 中国乳酸菌保健品注册办法及政策趋势分析

第二节 中国乳酸菌健康保健品行业趋势预测分析

一、2021-2027年乳酸菌保健品行业趋势预测分析 预计至2023年，常温乳酸菌饮品市场有望继续增加到209.5亿。2019-2023年中国常温乳酸菌饮品市场规模走势预测

二、2021-2027年双歧杆菌保健品行业趋势预测分析

三、2021-2027年其他乳酸菌保健品行业趋势预测分析

第三节 中国乳酸菌保健品行业发展建议

图表目录：

图表 列入可用于食品的菌种有悠久使用历史

图表 我国可用于生产保健食品的益生菌

图表 中国乳酸菌产业发展历程

图表 2013-2019年中国乳酸菌行业市场规模分析

图表 2013-2019年我国益生菌行业销售额分析

图表 2013-2019年我国双歧杆菌行业市场规模分析

图表 2013-2019年我国双歧杆菌行业销售额分析

图表 2013-2019年我国益生菌行业市场规模分析

图表 2013-2019年我国益生菌行业销售额分析

图表 2019年中国乳酸菌应用比例

图表 2019年中国双歧杆菌应用比例

图表 2019年中国益生菌应用比例

图表 2019年中国乳酸菌保健品市场占有率

图表 2019年中国乳酸菌保健品行业不同消费者分析

图表 2013-2019年中国乳酸菌保健品市场规模分析

图表 2019年中国双歧杆菌保健品市场占有率
图表 2019年中国双歧杆菌保健品行业不同消费者分析
图表 2013-2019年中国双歧杆菌保健品市场规模分析
图表 2019年中国益生菌保健品市场占有率
图表 2019年中国益生菌保健品行业不同消费者分析
图表 2013-2019年中国益生菌保健品市场规模分析
图表 我国乳酸菌保健品主要企业
图表 2019年中国乳酸菌保健品不同品牌市场份额分析
图表 2013-2019年中国乳酸菌保健品不同品牌销售额分析
图表 2013-2019年中国乳酸菌保健品不同品牌市场规模分析
图表 2021-2027年中国乳酸菌保健品不同品牌市场规模预测分析
图表 2019年中国双歧杆菌保健品不同品牌市场份额分析
图表 2013-2019年中国双歧杆菌保健品不同品牌销售额分析
图表 2013-2019年中国双歧杆菌保健品不同品牌市场规模分析
图表 2021-2027年中国双歧杆菌保健品不同品牌市场规模预测分析
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235403.html>