

2022-2028年中国酸奶市场 全景调查与投资战略报告

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

《2022-2028年中国酸奶市场全景调查与投资战略报告》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/202209/318224.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

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。目前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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国酸奶市场全景调查与投资战略报告》共十八章。首先介绍了酸奶行业市场发展环境、酸奶整体运行态势等，接着分析了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 酸奶行业特性研究

第一章 酸奶行业概述

第一节 酸奶行业概述

一、酸奶行业定义

二、酸奶行业产品分类

三、酸奶行业产品特性

第二节 酸奶行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、酸奶行业国民经济地位分析

第三节 酸奶行业特征研究

一、2016-2020年酸奶行业规模

二、2016-2020年酸奶行业成长性分析

三、2016-2020年酸奶行业盈利性分析

四、2016-2020年酸奶行业竞争强度分析

五、2016-2020年酸奶行业所处的生命周期

第四节 酸奶行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、酸奶行业产业链模型分析

第二章 2020年世界酸奶所属行业整体运营状况分析

第一节 2020年世界酸奶行业运行综述

一、世界酸奶行业发展历程

二、国外酸奶深加工

三、国外酸奶生产情况分析

四、国外酸奶贸易综述

五、国外酸奶消费情况分析

第二节 2020年美国酸奶行业动态分析

一、美国市场的冷冻酸奶再度流行

二、美国修订酸奶标准

第三节 2020年世界其它国家酸奶行业发展现状分析

一、德国

二、法国

三、日本

四、意大利

第四节 2022-2028年世界酸奶产业趋势探析

第三章 2016-2020年我国酸奶行业发展环境分析

第一节 2016-2020年酸奶行业经济环境分析

第二节 中国酸奶政策环境分析

一、《国务院关于促进奶业持续健康发展的意见》

二、《乳品质量安全监督管理条例》

三、《奶业整顿和振兴规划纲要》

四、酸奶益生菌标准出台

第三节 相关事件对酸奶行业的影响分析

第四节 2016-2020年中国酸奶行业产业社会环境分析

一、2016-2020年我国人口结构分析

二、2016-2020年教育环境分析

三、2016-2020年文化环境分析

四、2016-2020年生态环境分析

五、2016-2020年中国城镇化率分析

第五节 2016-2020年酸奶行业消费环境分析

一、人们的饮食结构分析

二、人们的健康消费观念

第二部分 酸奶行业发展现状研究

第四章 2016-2020年中国饮料所属行业运行新形势透析

第一节 2016-2020年中国饮料行业总体概述

一、中国饮料行业的发展历程回顾

二、饮料行业已步入多元化格局

三、中国发展饮料工业的优势

第二节 2016-2020年中国饮料行业运行状况

一、饮料市场百花齐放，逆势增长

二、我国饮料市场三足鼎立之势

第三节 2020年我国饮料市场热点关注

第四节 2016-2020年中国饮料行业品牌分析

一、中国饮料新品牌层出不穷

二、国内饮料市场大众品牌分析

三、中国饮料品牌的沉浮

四、中国饮料行业品牌集中度上升

五、国内饮料品牌的发展战略解析

第五节 2016-2020年中国饮料行业存在的问题及策略

一、我国饮料生产企业面临八大挑战

二、新国标出台饮料业又遇新门槛

三、国内饮料企业制胜策略

四、饮料行业产品和渠道创新是关键

第五章 2016-2020年我国酸奶行业发展分析

第一节 2016-2020年我国酸奶行业发展综述

第二节 中国酸奶产品供给分析

一、酸奶行业总体产能规模

二、酸奶行业生产区域分布

三、2016-2020年中国酸奶产量分析

四、供给影响因素分析

第三节 中国酸奶行业市场需求分析

一、2016-2020年中国酸奶行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、酸奶行业市场需求热点

第四节 2016-2020年中国酸奶产品重点在建、拟建项目

一、在建项目

二、拟建项目

第五节 2016-2020年酸奶行业市场价格走势分析

一、酸奶行业市场价格走势影响因素

二、2016-2020年酸奶行业价格走势

第六节 2020年中国酸奶产业发展存在的问题分析

一、乳酸菌饮品标准滞后

二、酸奶冷链管理的瓶颈

三、经济危机下的中国酸奶行业危机分析

第六章 2016-2020年中国酸奶所属行业数据监测分析

第一节 2016-2020年中国酸奶所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2016-2020年中国酸奶所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2016-2020年中国酸奶所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2020年中国酸奶所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2016-2020年中国酸奶所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 2016-2020年中国酸奶所属行业产量数据统计分析

第一节 2016-2020年中国乳制品所属行业产量数据统计分析

一、2016-2020年中国乳制品所属行业产量数据分析

二、2020年中国乳制品所属行业产量数据分析

三、2020年中国乳制品产量增长性分析

第二节 2016-2020年中国液体乳所属行业产量数据统计分析

一、2016-2020年中国液体乳所属行业产量数据分析

二、2020年中国液体乳所属行业产量数据分析

三、2020年中国液体乳产量增长性分析

第八章 2020年中国酸奶市场运行走势分析

第一节 2020年中国酸奶市场运行环境分析

一、酸奶材料上涨

二、蒙牛、伊利、光明、三元乳业巨头纷纷提价

三、达能、雀巢、蒙牛相继进行酸奶领域的收购

第二节 2020年中国酸奶市场综述

一、酸奶市场益生菌概念模糊

二、酸奶的市场增长趋势明显

三、全国酸奶市场的销售数据分析

四、全国酸奶市场的价格状况

第三节 2020年全国酸奶的品种结构状况

一、凝固型酸奶

- 1、原味联杯
- 2、原味新鲜壶以及调味料联杯
- 3、新鲜壶（爱克林）普通玻璃瓶装酸奶及佐餐调味酸奶。

二、搅拌型酸奶

- 1、果酱酸奶
- 2、果粒酸奶
- 3、大果块和果粒酸奶

第四节 2020年中国品牌酸奶市场份额同比分析

- 一、中国酸奶年增长率及占整个液体乳市场份额
- 二、蒙牛
- 三、君乐宝
- 四、伊利
- 五、达能

第五节 2020年中国酸奶市场存在的问题分析

- 一、酸奶饮料品牌战拉开
- 二、酸奶功效被夸大
- 三、酸奶现行标准有三大缺陷
- 四、酸奶饮品市场三大乱现象
- 五、酸奶产业低门槛引发混战

第九章 2016-2020年我国酸奶所属行业进出口市场分析

第一节 2016-2020年中国酸奶所属行业进口数据分析

- 一、进口数量分析
- 二、进口金额分析

第二节 2016-2020年中国酸奶所属行业出口数据分析

- 一、出口数量分析
- 二、出口金额分析

第三节 2016-2020年中国酸奶所属行业进出口产品结构分析

- 一、酸奶行业进口产品结构
- 二、酸奶行业出口产品结构

第三节 2016-2020年中国酸奶所属行业进出口平均单价分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

第十章 中国酸奶区域行业市场分析

第一节 东北地区

一、2016-2020年东北地区在酸奶行业中的地位变化

二、2016-2020年东北地区酸奶行业规模情况分析

三、2016-2020年东北地区酸奶行业企业分析

四、2022-2028年东北地区酸奶行业发展趋势预测

第二节 华北地区

一、2016-2020年华北地区在酸奶行业中的地位变化

二、2016-2020年华北地区酸奶行业规模情况分析

三、2016-2020年华北地区酸奶行业企业分析

四、2022-2028年华北地区酸奶行业发展趋势预测

第三节 华东地区

一、2016-2020年华东地区在酸奶行业中的地位变化

二、2016-2020年华东地区酸奶行业规模情况分析

三、2016-2020年华东地区酸奶行业企业分析

四、2022-2028年华东地区酸奶行业发展趋势预测

第四节 华中地区

一、2016-2020年华中地区在酸奶行业中的地位变化

二、2016-2020年华中地区酸奶行业规模情况分析

三、2016-2020年华中地区酸奶行业企业分析

四、2022-2028年华中地区酸奶行业发展趋势预测

第五节 华南地区

一、2016-2020年华南地区在酸奶行业中的地位变化

二、2016-2020年华南地区酸奶行业规模情况分析

三、2016-2020年华南地区酸奶行业企业分析

四、2022-2028年华南地区酸奶行业发展趋势预测

第六节 西部地区

一、2016-2020年西部地区在酸奶行业中的地位变化

- 二、2016-2020年西部地区酸奶行业规模情况分析
- 三、2016-2020年西部地区酸奶行业企业分析
- 四、2022-2028年西部地区酸奶行业发展趋势预测

第十一章 中国酸奶行业竞争状况分析

第一节 2016-2020年中国酸奶行业竞争力分析

- 一、中国酸奶行业要素成本分析
- 二、品牌竞争分析
- 三、技术竞争分析

第二节 2016-2020年中国酸奶行业市场区域格局分析

- 一、重点生产区域竞争力分析
- 二、市场销售集中分布
- 三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2016-2020年中国酸奶行业市场集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、企业集中度分析

第四节 中国酸奶行业五力竞争分析

- 一、“波特五力模型”介绍
- 二、酸奶“波特五力模型”分析
 - (1) 行业内竞争
 - (2) 潜在进入者威胁
 - (3) 替代品威胁
 - (4) 供应商议价能力分析
 - (5) 买方侃价能力分析

第五节 2016-2020年中国酸奶行业竞争的因素分析

第三部分 酸奶行业产业链分析

第十二章 2016-2020年中国酸奶上游行业研究分析

第一节 2016-2020年中国酸奶上游行业一研究分析

- 一、上游行业一产销状分析
- 二、上游行业一市场价格情况分析
- 三、上游行业一生产商情况

四、上游行业一市场发展前景预测

第二节 2016-2020年中国酸奶上游二行业研究分析

一、上游二行业产销状分析

二、上游二行业市场价格情况分析

三、上游二行业生产商情况

四、上游一行业市场发展前景预测

第三节 上游行业发展对酸奶影响因素分析

第十三章 2016-2020年中国酸奶市场消费调查

第一节 消费者基本情况分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、职业

四、对酸奶认知情况

第二节 2016-2020年中国消费者购买酸奶行为调研

一、消费者选用酸奶的目的

二、消费者最常喝酸奶品牌

三、消费者对酸奶价格敏感度分析

第三节 影响消费者选择运动型饮料因素分析

第十四章 2016-2020年中国酸奶市场营销解析

第一节 2016-2020年中国饮料行业营销现状分析

一、国内饮料营销的五大派系

二、饮料行业销售渠道探讨

三、饮料业网络营销战略分析

第二节 2016-2020年中国酸奶卖点解析

第三节 2016-2020年中国酸奶市场营销策略剖析

一、酸奶市场产品定位

二、品类名解决消费者的口感障碍与亲近感问题

三、确核心消费群定位与果醋饮的诉求方向问题

四、相应的产品包装进行配套

五、以实际行动解决市场推广问题

第四节 2016-2020年中国酸奶市场营销策略分析

一、酸奶概念营销

二、酸奶精细营销分析

第四部分 酸奶行业企业竞争力分析

第十五章 酸奶行业优势企业分析

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

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

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

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

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

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、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 南京光明乳品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 禹城东君乳业（禹城）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 杭州祐康达美食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五部分 酸奶行业未来市场前景展望、投资策略研究

第十六章 2022-2028年中国酸奶产业发展趋势预测分析

第一节 2022-2028年国内酸奶包装发展趋势预测

一、安全卫生的包装

二、信息化和功能型包装

三、绿色化的包装

第二节 2022-2028年中国酸奶行业市场预测分析

一、酸奶消费——乳业市场崛起的金山

二、酸奶市场供给情况预测分析

三、酸奶市场需求消费预测分析

四、酸奶市场进出口贸易预测分析

第三节 2022-2028年中国酸奶市场盈利预测分析

第十七章 2022-2028年中国酸奶行业投资机会与风险分析

第一节 2022-2028年中国酸奶行业投资前景分析

第二节 2022-2028年中国酸奶行业投资特性分析

一、2022-2028年中国酸奶行业进入壁垒分析

二、2022-2028年中国酸奶行业盈利模式分析

三、2022-2028年中国酸奶行业盈利因素分析

第三节 2022-2028年中国酸奶行业投资机会分析

一、2022-2028年中国酸奶行业细分市场投资机会分析

二、2022-2028年中国酸奶行业区域市场投资潜力分析

第四节 2022-2028年中国酸奶行业投资风险分析

一、2022-2028年中国酸奶行业市场竞争风险

二、2022-2028年中国酸奶行业技术风险

三、2022-2028年中国酸奶行业政策风险

四、2022-2028年中国酸奶行业进入退出风险

第十八章 2022-2028年中国酸奶行业发展策略及投资建议（）

第一节 酸奶行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 酸奶行业市场的关键客户战略实施

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

第三章 结论及建议

部分图表目录：

图表 酸奶行业产业链模型图

图表 2016-2020年中国GDP增长变化趋势图

图表 2016-2020年中国消费价格指数变化趋势图

图表 2016-2020年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表 2016-2020年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表 2016-2020年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表 2016-2020年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表 2016-2020年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2016-2020年中国酸奶产量情况

图表 2020年我国酸奶消费结构表

图表 2020年我国酸奶消费结构图

图表 2016-2020年中国酸奶需求量情况

图表 2016-2020年中国酸奶进口量情况表

图表 2016-2020年中国酸奶进口量变化趋势图

图表 2016-2020年中国酸奶进口金额情况表

图表 2016-2020年中国酸奶进口平均价格情况表

图表 2020年中国酸奶分国家进口情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202209/318224.html>