

2024-2030年中国酸奶市场 深度分析与投资可行性报告

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

《2024-2030年中国酸奶市场深度分析与投资可行性报告》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/202404/453754.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国酸奶市场深度分析与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：酸奶行业界定及发展环境剖析

1.1 酸奶行业的界定及统计说明

1.1.1 乳制品界定（1）乳制品的定义（2）乳制品的分类

1.1.2 酸奶界定（1）酸奶的界定（2）酸奶的分类

1.1.3 所属国民经济行业分类与代码

1.1.4 本报告的数据来源及统计标准说明

1.2 中国酸奶行业政策环境

1.2.1 行业监管体系及机构介绍

1.2.2 行业标准体系建设现状

1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及解读

1.2.4 政策环境对行业发展的影响分析、

1.3 中国酸奶行业经济环境

1.3.1 宏观经济发展现状（1）全球经济发展现状及趋势（2）中国经济发展现状及趋势

1.3.2 宏观经济发展展望（1）疫情发生前预测（2）疫情发生后预测

1.4 中国酸奶行业社会环境

1.4.1 中国人口规模及结构（1）人口规模（2）人口结构

1.4.2 中国居民收支水平及结构（1）居民收入水平（2）居民消费支出水平

1.4.3 城镇化水平分析

1.4.4 “健康中国”推行对于乳制品需求的影响

1.4.5 社会环境变化对乳制品行业发展的影响分析

1.5 中国酸奶行业技术环境

1.5.1 专利申请数量变化情况

1.5.2 专利公开数量变化情况

1.5.3 行业热门技术分析

1.5.4 行业技术申请人分布

第2章：全球酸奶行业发展现状及趋势前景预测

2.1 全球酸奶行业发展现状分析

2.1.1 全球乳制品行业发展概况

2.1.2 全球酸奶市场规模分析

2.1.3 全球酸奶行业产品对比分析

2.1.4 全球酸奶竞争格局分析

2.2 主要国家酸奶行业发展分析

2.2.1 美国酸奶行业发展分析（1）美国酸奶市场发展概况（2）美国酸奶市场规模分析（3）美国酸奶市场竞争格局（4）美国乳制品行业发展趋势及需求前景

2.2.2 新西兰酸奶行业发展分析（1）新西兰乳制品市场发展概况（2）新西兰乳制品市场规模分析（3）新西兰乳制品市场竞争格局（4）新西兰酸奶行业发展趋势及需求前景

2.2.3 澳大利亚酸奶行业发展分析（1）澳大利亚奶牛市场发展概况（2）澳大利亚酸奶市场规模分析（3）澳大利亚乳制品消费机构（4）澳大利亚酸奶行业发展趋势及需求前景

2.3 全球主要酸奶企业发展分析

2.3.1 Danone达能（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务结构分析（4）企业销售网络分布（5）企业在华业务布局

2.3.2 Fonterra恒天然（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务结构分析（4）企业销售网络分布（5）企业在华业务布局

2.3.3 Nestle雀巢（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务结构分析（4）企业销售网络分布（5）企业在华业务布局

2.3.4 Arla Foods爱氏晨曦（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业业务结构分析（4）企业销售网络分布（5）企业在华业务布局

2.4 全球酸奶行业发展趋势与

前景预测 2.4.1 全球酸奶行业发展趋势 (1) 技术创新提高生产效率 (2) 发酵乳制品拥有巨大增长势头 (3) 产品类型多样化 2.4.2 全球酸奶市场前景预测 第3章：中国酸奶行业发展现状与市场痛点分析 3.1 中国酸奶行业发展概况 3.1.1 中国酸奶行业发展历程分析 (1) 启蒙阶段 (2) 探索阶段 (3) 初步发展阶段 (4) 快速发展阶段 3.1.2 中国酸奶行业状态描述总结 3.2 中国酸奶行业供给现状分析 3.2.1 中国酸奶行业参与者类型 3.2.2 中国酸奶行业产量分析 3.3 中国酸奶行业消费现状分析 3.3.1 中国酸奶消费群体分析 3.3.2 中国酸奶消费结构分析 3.3.3 中国酸奶消费区域分析 3.3.4 中国酸奶触及率分析 3.4 中国酸奶行业经营现状分析 3.4.1 中国酸奶行业市场规模分析 3.4.2 中国酸奶行业价格走势分析 3.5 中国酸奶行业发展痛点分析

第4章：中国酸奶行业竞争状态及市场格局分析 4.1 酸奶行业波特五力模型分析 4.1.1 行业现有竞争者分析 4.1.2 行业上游议价能力分析 4.1.3 行业下游议价能力分析 4.1.4 行业替代者威胁分析 4.1.5 行业潜在进入者威胁分析 4.1.6 行业竞争状况总结 4.2 酸奶行业投融资、兼并与重组分析 4.2.1 酸奶行业投资现状 4.2.2 酸奶行业兼并与重组 4.3 酸奶行业市场格局及集中度分析 4.3.1 中国酸奶行业市场竞争格局 4.3.2 中国酸奶行业市场集中度分析 第5章：中国酸奶产业链梳理及全景深度解析 5.1 酸奶产业链介绍 5.2 酸奶行业上游原材料市场分析 5.2.1 中国奶牛养殖市场概况 5.2.2 中国奶牛养殖市场规模 (1) 奶牛总存栏量 (2) 牛奶产量 5.2.3 奶牛价格水平分析 5.2.4 奶牛养殖对乳制品行业发展的影响 5.3 酸奶行业上游生产加工设备市场分析 5.3.1 酸奶加工设备类型介绍 5.3.2 酸奶所涉及的生产设备的供应对酸奶行业发展的影响 5.4 酸奶行业下游营销市场分析 5.4.1 酸奶行业营销渠道分析 (1) 纵向一体化的渠道模式 (2) 纵向约束建立的渠道模式 (3) 酸奶行业主要销售渠道要素对比 (4) 部分企业渠道策略的研究 5.4.2 酸奶行业营销策略分析 (1) 商超零售营销策略分析 (2) 广告营销策略分析 (3) 展会营销策略分析 第6章：酸奶行业细分产品现状与趋势前景分析 6.1 低温酸奶市场现状与趋势前景分析 6.1.1 低温酸奶发展历程 6.1.2 低温酸奶市场规模分析 6.1.3 低温酸奶市场发展存在的问题分析 (1) 产品导购门槛低，人员水平参差不齐 (2) 产品营销策略守旧，消费者购买力低 (3) 产品销售渠道单一，抵御风险能力差 6.1.4 低温酸奶品牌布局及竞争格局分析 6.1.5 低温酸奶产品类别及价格对比分析 6.1.6 低温酸奶发展走势分析 (1) 产品零食化 (2) 口感极味化 (3) 消费场景化 6.1.7 低温酸奶市场前景预测 6.2 常温酸奶市场现状与趋势前景分析 6.2.1 常温酸奶的类型分布 6.2.2 常温酸奶市场规模分析 6.2.3 常温酸奶品牌布局及竞争格局分析 6.2.4 常温酸奶产品类别及价格对比分析 6.2.5 常温酸奶发展走势分析 (1) 口味多元化 (2) 渠道由大城市下沉至村镇 6.2.6 常温酸奶市场前景预测 第7章：中国酸奶产业链代表性企业案例研究 7.1 中国酸奶产业链代表性企业发展布局对比 7.2 中国酸奶产业链代表性企业案例研究 7.2.1 蒙牛乳业(02319.HK)：蒙牛乳业(集团)股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业技术优势分析 (5)

企业销售渠道与网络 (6) 企业优劣势分析 (7) 企业最新发展动向分析 7.2.2 伊利股份 (600887) : 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业竞争优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析 7.2.3 光明乳业 (600597) : 光明乳业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业竞争优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析 7.2.4 三元食品 (600429) : 北京三元食品股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业竞争优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析 7.2.5 新乳业 (002946) : 新希望乳业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析 7.2.6 天润乳业 (600419) : 新疆天润乳业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营现状分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业销售网络分析 (5) 企业经营发展优劣势分析 7.2.7 石家庄君乐宝乳业有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业质量标准分析 (6) 企业发展历程 (7) 企业竞争优劣势分析 7.2.8 济南佳宝乳业有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务分析 (3) 企业组织架构分析 (4) 企业经营业绩分析 (5) 企业销售渠道与网络分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 7.2.9 燕塘乳业 (002732) : 广东燕塘乳业股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营现状分析 (3) 企业主营业务分析 (4) 企业销售网络分析 (5) 企业经营发展优劣势分析 第8章：中国酸奶行业市场及投资策略建议 8.1 中国酸奶行业发展潜力评估 8.1.1 行业所处生命周期阶段识别 8.1.2 行业发展驱动与制约因素总结 (1) 行业发展驱动因素分析 (2) 行业发展制约因素分析 8.2 中国酸奶行业发展趋势与前景预测 8.2.1 中国酸奶行业发展趋势 (1) 酸奶代餐的普及度提升 (2) 消费升级推动酸奶高端化 8.2.2 中国酸奶行业发展前景分析 8.3 中国酸奶行业投资特性分析 8.3.1 行业投资主体分析 (1) 行业投资主体构成 (2) 各主体投资切入方式 (3) 各主体投资优势分析 8.3.2 行业进入壁垒分析 (1) 奶源壁垒 (2) 渠道壁垒 (3) 品牌壁垒 8.3.3 行业投资风险预警 (1) 市场风险 (2) 政策风险 (3) 宏观经济风险 (4) 其他风险 8.4 中国酸奶行业投资价值与投资机会分析 8.4.1 行业投资价值分析 8.4.2 行业投资机会分析 (1) 产业链投资机会分析 (2) 重点区域投资机会分析 (3) 确保产品品质，恢复消费者信心 8.5 中国酸奶行业投资策略与可持续发展建议 8.5.1 行业投资策略分析 (1) 强化奶源基地建设，打造和谐产业链 (2) 发展三四线城市销售市场 (3) 进一步优化产品结构 8.5.2 行业可持续发展建议 (1) 严格实施跨境电商监管 (2) 强化液态奶监管，整顿品牌杂乱现象。 (3) 加强食品安全的谣言治理，促进消费信心恢复 图表目录 图表1：乳制品分类列表 图表2：酸奶的分类（按

成分划分) 图表3: 酸奶行业所属的国民经济分类 图表4: 报告的研究方法及数据来源说明 图表5: 中国酸奶行业主要监管部门及其职能介绍 图表6: 2016-2021年乳制品行业现行国家标准汇总 图表7: 2014-2021年乳制品行业发展政策汇总 图表8: 2014-2021年美国生产总值变化趋势图(单位: 万亿美元, %) 图表9: 2014-2021年欧元区GDP变化情况(单位: 万亿欧元, %) 图表10: 2014-2021年日本GDP变化情况(单位: 万亿日元, %) 图表11: 2020-2021年全球部分国家/地区经济预测(单位: %) 图表12: 2011-2021年中国GDP增长走势图(单位: 万亿元, %) 图表13: 2014-2021年中国固定资产投资额及增长情况(单位: 万亿元, %) 图表14: 2021年中国主要经济指标增长及预测(单位: %) 图表15: 2011-2021年中国人口数量增长趋势图(单位: 亿人) 图表16: 2021年末中国大陆人口数及其构成(单位: 万人, %) 图表17: 2014-2021年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均可支配收入变动图(单位: 元) 图表18: 2014-2021年中国居民人均消费支出额(单位: 元) 图表19: 2012-2021年中国城镇人口及增速(单位: 亿人, %) 图表20: 2012-2021年中国城镇化率(单位: %) 图表21: 2011-2021年酸奶行业相关专利申请数量变化图(单位: 件) 图表22: 2012-2021年酸奶行业相关专利公开数量变化图(单位: 件) 图表23: 2021年中国酸奶制造行业相关专利分布领域(前十位)(单位: 件, %) 图表24: 2021年中国酸奶行业累计专利申请数量排名前十申请人(单位: 件, %) 图表25: 2019-2021年全球乳制品市场规模变化情况(单位: 亿美元) 图表26: 2019-2021年全球酸奶市场规模变化情况(单位: 亿美元) 图表27: 全球主要酸奶产品对比 图表28: 2016-2021年美国牛奶消耗量及同比增速(单位: 万吨, %) 图表29: 2016-2021年美国乳制品生产行业收入(单位: 亿美元) 图表30: 2021年美国酸奶行业结构(单位: %) 图表31: 美国酸奶行业主要参与企业 图表32: 2021年新西兰乳制品总产量(单位: 千吨) 图表33: 新西兰乳制品行业主要参与企业 图表34: 2012-2021年澳大利亚奶牛数量(单位: 千头) 图表35: 2016-2021年澳大利亚黄油和乳制品制造业市场规模(单位: 亿美元) 图表36: 2021年澳大利亚牛奶制品结构分析(单位: %) 图表37: Danone达能简况 图表38: 2017-2021年Danone达能经营情况(单位: 亿欧元, %) 图表39: 2021年Danone达能业务结构(单位: %) 图表40: 2021年Danone达能销售区域分布(单位: %) 图表41: Danone达能在华业务布局分析 图表42: Fonterra恒天然简况 图表43: 2016-2021年财年Fonterra恒天然经营情况(单位: 亿美元, %) 图表44: Fonterra恒天然在华品牌一览表 图表45: Nestle雀巢基本信息表 图表46: 2021年雀巢全球经营情况(单位: 百万瑞郎, %) 图表47: 2021年Nestle雀巢业务结构(单位: 百万瑞郎, %) 图表48: 2021年Nestle雀巢乳制品产品介绍 图表49: 2021年Nestle雀巢销售区域分布(单位: 百万瑞郎, %) 图表50: Nestle雀巢在华业务布局分析 图表51: Arla Foods爱氏晨曦简况 图表52: 2017-2021年Arla Foods爱氏晨曦经营情况(单位: 百万欧元, %) 图表53: 2021年Arla Foods爱氏晨曦业务结构(单位: %)

图表54：2021年Arla Foods爱氏晨曦销售区域分布（单位：%） 图表55：2022-2027年全球酸奶市场规模预测（单位：亿美元） 图表56：中国酸奶行业发展状态 图表57：2017-2021年中国规模以上乳制品企业数量及增长率（单位：家，%） 图表58：2016-2021年我国乳制品产量及同比增速（单位：万吨，%） 图表59：对于不同消费群体的市场细分产品及其要求 图表60：2016-2021年中国酸奶需求结构（单位：%） 图表61：2021年中国分地区居民家庭人均奶类消费量（单位：kg/人/年） 图表62：酸奶消费人群分析简图 图表63：2015-2021年中国酸奶市场规模变化趋势（单位：亿元） 图表64：2017-2021年中国酸奶零售价（单位：元/千克） 图表65：中国酸奶行业发展痛点分析 图表66：中国酸奶行业现有企业的竞争分析 图表67：中国酸奶行业对上游供应商的议价能力分析 图表68：中国酸奶行业对下游客户议价能力分析 图表69：中国酸奶行业潜在进入者威胁分析 图表70：中国酸奶行业五力分析结论 图表71：中国主要酸奶企业国际间合作动向 图表72：2020-2021年中国酸奶行业龙头企业投资兼并与重组案例 图表73：中国酸奶行业竞争层次分析 图表74：2021年中国酸奶行业市场竞争情况（单位：%） 图表75：酸奶行业产业链示意图 图表76：我国奶牛规模化养殖比例（单位：%） 图表77：2017-2021年我国奶牛存栏数量情况（单位：万头） 图表78：2017-2021年我国牛奶产量情况（单位：万吨） 图表79：酸奶加工关键设备分析 图表80：我国酸奶行业主要销售渠道要素对比 图表81：2015-2021年中国低温酸奶市场规模变化趋势（单位：亿元） 图表82：中国低温酸奶行业不同类型企业发展布局对比 图表83：中国常温酸奶行业各主要企业旗下代表品牌对比 图表84：2022-2027年中国低温酸奶市场规模预测（单位：亿元） 图表85：2015-2021年中国常温酸奶市场规模变化趋势（单位：亿元） 图表86：中国常温酸奶行业各主要企业旗下代表品牌对比 图表87：2022-2027年中国常温酸奶市场规模预测（单位：亿元） 图表88：中国酸奶行业代表性企业发展布局对比 图表89：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司基本信息表 图表90：2016-2021年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表91：2016-2021年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司企业盈利能力分析（单位：%） 图表92：2016-2021年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司企业运营能力分析（单位：次） 图表93：2016-2021年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司企业偿债能力分析（单位：%） 图表94：2016-2021年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司企业发展能力分析（单位：%） 图表95：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司液态奶业务主要产品分类介绍 图表96：2021年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司产品营收结构图（单位：%） 图表97：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司优劣势分析 图表98：内蒙古伊利实业集团股份有限公司基本信息 图表99：2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司产品收入结构（单位：%） 图表100：2016-2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表101：2016-2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表102：2016-2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次） 图表103：2016-2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 图表104：2016-2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%） 图表105：2021年内蒙古伊利实业集团股份有限公司区域收入结构（单位：%） 图表106：内蒙古伊利实业集团股份有限公司竞争优劣势分析 图表107：光明乳业股份有限公司基本信息 图表108：2021年光明乳业股份有限公司产品收入结构（单位：%） 图表109：2016-2021年光明乳业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表110：2016-2021年光明乳业股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 图表111：2016-2021年光明乳业股份有限公司运营能力分析（单位：次） 图表112：2016-2021年光明乳业股份有限公司偿债能力分析（单位：% ， 倍） 图表113：2016-2021年光明乳业股份有限公司发展能力分析（单位：%） 图表114：2021年光明乳业股份有限公司区域收入结构（单位：%） 图表115：光明乳业股份有限公司竞争优劣势分析 图表116：北京三元食品股份有限公司基本信息 图表117：2021年北京三元食品股份有限公司产品收入结构（单位：%） 图表118：2016-2021年北京三元食品股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表119：2016-2021年北京三元食品股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 图表120：2016-2021年北京三元食品股份有限公司运营能力分析（单位：次）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/453754.html>