

2019年中国含乳饮料行业分析报告- 行业调查与未来前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国含乳饮料行业分析报告-行业调查与未来前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/427888427888.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

含乳饮料是指以鲜乳或乳制品为原料，经发酵或未经发酵加工制成的制品。含乳饮料分为配制型含乳饮料和发酵型含乳饮料。配制型含乳饮料是以乳或乳制品为原料，加入水、白砂糖、甜味剂、酸味剂、果汁、茶、咖啡、植物提取液等的一种或几种调制而成的饮料。

中国饮料行业是改革开放以来发展起来的新兴行业，是中国消费品中的发展热点和新增增长点。自改革开放以来，我国的GDP呈现持续增长态势。在此背景下我国的食品饮料工业也同样快速发展。目前，我国宏观经济处于新常态时期，GDP从高速增长进入高质量增长时期。我国经济从传统的投资拉动型向消费驱动型转变，推动了包括食品饮料工业在内的传统消费领域升级。而消费结构升级将成为我国食品饮料未来主要增长来源之一。

近年我国GDP增长情况 数据来源：国家统计局

另外，居民收入决定了包括食品支出在内的消费结构。自1979年以来，我国居民人均可支配收入伴随着GDP的增长而不断提升。根据数据显示，2018年我国居民人均可支配收入28228元，实际增长6.5%。其中城镇居民人均可支配收入39251元，实际增长5.6%；农村居民人均可支配收入14617元，实际增长6.6%。

2014-2018年我国居民人均可支配收入情况 数据来源：国家统计局

此外，城市化率提升带来城乡居民消费总量增加。城市化率的提升在两个方面对食品饮料消费提供了支撑：一方面，城市中产及富裕阶层扩大，中高收入人群成为消费主流，新生代包括80后、90后、00后成为消费主力，包括食品饮料在内的消费观念在改变；另一方面，城市化率也促进了农村经济的发展，农村人口不断转换为城镇人口，随着这些人群消费能力提升和消费理念转变，食品饮料消费的群体范围明显扩大。

同时，近年来城镇居民消费支出/农村居民消费支出比值逐渐下降；农村消费基础的扩大，也带动了食品饮料消费量的提升。

我国城镇化率发展情况 数据来源：国家统计局

从消费趋势看，常温乳酸菌饮品已进入发展的黄金时期，近年维持较高的增长态势，是乳品企业争夺市场的关键。2014-2018年五年间，国内常温乳酸菌饮品市场规模从57.0亿元增长至137.7亿元，复合增长率为24.7%。预计至2023年，国内常温乳酸菌饮品市场有望达209.5亿元。

2014-2023年中国常温乳酸菌饮品行业市场规模分析 数据来源：中国饮料工业协会

根据农业部《全国奶业“十一五”发展规划和2020年远景目标规划》，预计2020年奶类产量将达到6,000万吨，人均占有奶量将达到42千克/年以上。因此，受益于乳制品需求的增加，含乳饮料未来发展空间广阔。（GYWWJP）

【报告大纲】

第一章 含乳饮料行业概述 第一节 含乳饮料的相关概念一、含乳饮料的定义二、含乳饮料的功能三、含乳饮料的营养成分四、含乳饮料的来源 第二节 含乳饮料的分类一、中性乳饮料

二、酸性乳饮料

第二章2016-2019年国际含乳饮料的行业市场概况分析第一节2016-2019年国际含乳饮料的市场总体概况一、全球含乳饮料的市场特点分析二、全球含乳饮料的市场消费情况三、金融危机对全球含乳饮料的市场的冲击四、全球含乳饮料的产品发展趋势分析第二节2016-2019年世界部分国家含乳饮料的市场分析一、美国二、法国三、德国四、越南第三节2019-2025年国际含乳饮料市场发展趋势分析第四节 国际含乳饮料的部分企业发展现状分析一、可口可乐二、达能三、雀巢 nestle四、九珍果汁 9livesjuice五、联合利华六、维珍 Virgin七、立顿 Lipton

第三章2016-2019年中国含乳饮料行业市场发展环境解析第一节2016-2019年中国宏观经济环境分析一、中国GDP分析二、消费价格指数分析三、城乡居民收入分析四、社会消费品零售总额五、全社会固定资产投资分析六、进出口总额及增长率分析第二节2016-2019年中国含乳饮料行业发展政策环境分析一、《含乳饮料国家标准》二、《预包装食品营养标签通则》三、《含乳饮料卫生标准》四、含乳饮料产品质量监督抽查实施规范第三节2016-2019年中国含乳饮料市场社会环境分析第四节 2016-2019年中国含乳饮料市场消费境分析

第四章2016-2019年中国含乳饮料行业发展现状分析第一节2016-2019年中国含乳饮料行业发展现状分析一、2016-2019年中国含乳饮料行业市场发展分析二、乳饮料市场发展空间巨大三、中国乳饮料市场需求旺盛四、中国乳饮料行业产量上升较快五、中国乳饮料行业发展方向分析第二节 中国含乳饮料行业运行现状分析一、国内含乳饮料市场增长空间大二、含乳饮料市场前景非常喜人三、国内外含乳饮料竞争激烈四、国内含乳饮料产品最新研究进展第三节2016-2019年中国含乳饮料发展面临的问题分析一、含乳饮料质量令人忧二、含乳饮料市场混乱的原因三、准入门槛过低 产业发展混乱四、添加剂超标对含乳饮料行业带来严重的影响第四节 中国含乳饮料行业市场的出路一、呼唤标准出台二、加强市场管理三、提高产品质量 不断技术进步

第五章2016-2019年中国含乳饮料市场现状分析第一节2016-2019年中国含乳饮料市场规模分析一、2016-2019年中国含乳饮料行业市场规模及增速二、含乳饮料行业市场饱和度三、国内外经济形势对含乳饮料行业市场规模的影响四、2019-2025年中国含乳饮料行业市场规模及增速预测第二节2016-2019年中国含乳饮料市场结构分析第三节2016-2019年中国含乳饮料市场特点分析一、含乳饮料行业所处生命周期二、技术变革与行业革新对含乳饮料行业的影响三、2016-2019年中国含乳饮料差异化分析第四节 2016-2019年中国含乳饮料行业投资运行动态分析一、蒙牛PET含乳饮料项目投产二、穗宝饮用水又不合格 含乳饮料只有30%牛奶三、安徽质监抽查含乳饮料 两批次蛋白质含量不达标四、力源乳业两款力源含乳饮料被检不合格五、伊利乳饮料项目将落户惠州市东江高新区六、娃哈哈贵阳生产基地再增投资项目 力争纳税3200万元七、长河集团含乳饮料二期扩建项目将于今年投产

第六章2016-2019年中国含乳饮料地区销售分析第一节2016-2019年中国含乳饮料区域销售市场结构变化第二节 含乳饮料“东北地区”销售分析一、2016-2019年东北地区销售规模二、

东北地区“品牌”销售分析三、2016-2019年东北地区“品牌”销售规模分析
第三节 含乳饮料“华北地区”销售分析一、2016-2019年华北地区销售规模二、华北地区“品牌”销售分析三、2016-2019年华北地区“品牌”销售规模分析
第四节 含乳饮料“中南地区”销售分析一、2016-2019年中南地区销售规模二、中南地区“品牌”销售分析三、2016-2019年中南地区“品牌”销售规模分析
第五节 含乳饮料“华东地区”销售分析一、2016-2019年华东地区销售规模二、华东地区“品牌”销售分析三、2016-2019年华东地区“品牌”销售规模分析

第七章 2016-2019年中国含乳饮料行业营销策略分析
第一节 2016-2019年中国含乳饮料行业营销策略分析一、中国含乳饮料行业的主要营销策略二、我国含乳饮料企业营销的关键点分析三、中国含乳饮料行业网络营销战略分析四、含乳饮料企业的淡旺季营销思路探索
第二节 2016-2019年中国含乳饮料品牌营销思路分析一、中国含乳饮料品牌快速成长的策略探讨二、含乳饮料品牌有效营销需建立创新营销模式三、含乳饮料品牌有效营销要注重产品的性能四、含乳饮料新品牌的市场培育路径分析
第三节 2016-2019年中国含乳饮料市场营销策略专家测评一、品牌制胜二、重点上市，整合营销三、地面推广，引爆话题四、渠道跟进，培养消费

第八章 2016-2019年中国含乳饮料品牌需求与消费者偏好调查
第一节 中国含乳饮料目标客户群体调查一、不同收入水平消费者偏好调查二、不同年龄的消费者偏好调查三、不同地区的消费者偏好调查
第二节 含乳饮料品牌市场调查一、消费者对含乳饮料品牌认知度宏观调查二、消费者对含乳饮料产品的品牌偏好调查三、消费者对含乳饮料品牌的首要认知渠道四、消费者经常购买的品牌调查五、含乳饮料品牌忠诚度调查六、含乳饮料品牌市场占有率调查七、消费者的消费理念调研
第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析一、价格敏感程度二、品牌的影响三、购买方便的影响四、广告的影响程度五、包装的影响程度

第九章 中国含乳饮料进出口情况分析
第一节 中国含乳饮料进口情况分析
第二节 中国含乳饮料出口情况分析
第三节 中国含乳饮料进出口平均单价监测
第四节 中国含乳饮料进出口国家及地区分析一、进口国家及地区分析二、出口国家及地区分析

第十章 2016-2019年中国含乳饮料行业生产分析
第一节 2016-2019年中国含乳饮料生产总量分析一、2016-2019年含乳饮料行业生产总量及增速二、2016-2019年含乳饮料行业产能及增速三、国内外经济形势对含乳饮料行业生产的影响四、2019-2025年含乳饮料行业生产总量及增速预测
第二节 2016-2019年中国含乳饮料子行业生产分析
第三节 2016-2019年中国含乳饮料细分区域生产分析
第四节 2016-2019年中国含乳饮料行业供需平衡分析一、含乳饮料行业供需平衡现状二、国内外经济形势对含乳饮料行业供需平衡的影响三、含乳饮料行业供需平衡趋势预测

第十一章 2016-2019年中国含乳饮料行业竞争格局分析
第一节 2016-2019年中国含乳饮料行业集中度分析一、含乳饮料市场集中度分析二、含乳饮料企业集中度分析三、含乳饮料区域集中度分析
第二节 2016-2019年中国含乳饮料行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企

业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析第三节2016-2019年中国含乳饮料行业竞争格局分析

第十二章 中国含乳饮料部分企业发展现状分析第一节 伊利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、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第二节 杭州娃哈哈集团有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第三节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第四节 厦门银鹭食品有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第五节 河北小洋人生物乳业集团有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第六节 湖南太子奶集团生物科技有限责任公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第七节 河北承德露露股份有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第八节 中国汇源果汁集团有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析第九节 中国旺旺控股有限公司一、企业发展简况分析二、企业产品服务分析三、企业经营状况分析1、企业偿债能力分析2、企业运营能力分析3、企业盈利能力分析四、企业竞争优势分析

第十三章 2019-2025年中国含乳饮料行业发展趋势分析第一节 2019-2025年中国含乳饮料市场趋势分析一、2016-2019年中国含乳饮料市场趋势总结二、2019-2025年中国含乳饮料发展趋势分析第二节 2019-2025年中国含乳饮料产品发展趋势分析一、2019-2025年中国含乳饮料产品技术趋势分析二、2019-2025年中国含乳饮料产品价格趋势分析第三节 2019-2025年中国含乳饮料行业供需预测一、2019-2025年中国含乳饮料供给预测二、2019-2025年中国含乳饮料需求预测第四节 2019-2025年中国含乳饮料行业规划建设

第十四章 2019-2025年中国含乳饮料行业投资风险预警第一节 2019-2025年中国影响含乳饮料行业发展的主要因素一、影响含乳饮料行业运行的有利因素二、影响含乳饮料行业运行的稳定因素三、影响含乳饮料行业运行的不利因素四、我国含乳饮料行业发展面临的挑战五、我国含乳饮料行业发展面临的机遇第二节 含乳饮料行业发展特征一、行业的周期性二、行业的区域性三、行业的上下游四、行业经营模式第三节 含乳饮料行业投资形势分析一、行业发展格局二、行业进入壁垒三、行业SWOT 分析四、行业五力模型分析

图表目录：图表：2016-2019年全球含乳饮料产业市场规模图表：2016-2019年美国含乳饮

料市场销售规模图表：2019-2025年美国含乳饮料市场销售规模预测图表：2016-2019年英国含乳饮料市场规模图表：2019-2025年英国含乳饮料市场规模预测图表：2016-2019年德国含乳饮料市场规模图表：2019-2025年德国含乳饮料市场规模预测图表：2016-2019年日本含乳饮料市场规模图表：2016-2019年日本含乳饮料市场占全球和亚洲份额比较图表：2019-2025年日本含乳饮料市场规模预测图表：2016-2019年中国含乳饮料市场供需平衡分析图表：2019-2025年中国含乳饮料产品产量预测图表：2019-2025年中国含乳饮料进出口态势展望图表：2016-2019年投资规模情况图表：2016-2019年投资增速情况图表：2016-2019年分地区投资份额图表：中国含乳饮料企业集中度分析图表：2016-2019年中国含乳饮料区域集中度分析

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国含乳饮料行业分析报告-行业调查与未来前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/427888427888.html>