2020年中国酸奶行业分析报告-行业供需现状与发展潜力评估

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《2020年中国酸奶行业分析报告-行业供需现状与发展潜力评估》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：https://baogao.chinabaogao.com/yinliao/440491440491.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: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

酸奶是一种牛奶饮品，口味酸甜，主要以牛奶为原料，经过巴氏杀菌后再添加有益菌（发酵剂）发酵，最后再冷却灌装。根据我国的国家标准，酸奶大致可分为酸乳、发酵乳、风味酸乳和风味发酵乳四类。

酸奶分类

数据来源：公开资料整理

酸奶营养价值较高，具有丰富的蛋白质、脂质、利于吸收的糖类以及部分维生素和矿物质。酸奶要有三点生理功能，分别是促进人体对蛋白质的吸收、降低乳糖不耐症以及提供合适的钙和B族维生素来源。

酸奶的生理功能

数据来源：公开资料整理

近年来，我国乳制品行业市场蓬勃发展，其中酸奶在整体乳制品销售额中占比较高，在2019年达到36%，远超其他主要乳制产品，如饮用奶-UHT奶（22%）、饮用奶-其他（17%）、饮用奶-风味乳饮料（14%）、饮用奶-巴氏奶（8%）等。

2019年中国乳制品分类销售额占比

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，中国酸奶市场规模从2014年至今持续上升，到2018年中国酸奶市场规模达到679.8亿元，同比增长10.3%；2019年中国酸奶市场规模为841.6亿元，同比增长23.8%。

2014-2019年中国酸奶市场规模

数据来源：公开资料整理

目前我国的酸奶市场主要可以分为常温与低温酸奶两个品类，两种品类的酸奶在制作方式、出巡条件与保质期上都有所不同。其中低温酸奶中包含更多“活的乳酸菌”，需要在低温冷风柜中储存和销售，保质期较短，一般为30天左右；常温酸奶又被称为“灭菌型酸奶”，不含活性乳酸菌，可以再常温环境下销售，保质期较长。

常温酸奶和低温酸奶的对比

酸奶种类

常温酸奶

低温酸奶

制作方式

在发酵后需要进行“巴氏杀菌热处理”，这种处理方式会杀灾乳酸菌

在生牛乳状态时经过一道杀菌处理，然后加入发酵菌种发酵,发酵后不再进行茶菌处理，使乳酸菌可以存活其中，发酵完成后进行低温储藏运输

储存条件

一般都在常温环境下销售
在低温冷风柜中储存和销售，不能长时间放在常温下销售
保质期
保质期的时间较长，一般为3-6个月
保质期相对较短,一般为30天左右数据来源：公开资料整理

在我国酸奶整体市场规模中，常温酸奶市场规模增速较快，从2014年的81.3亿元增长至2019年的419.6亿元，复合年增长率达35%；中国低温酸奶市场发展速度相比较慢，市场规模从2014年的202亿元增长至2019年的422亿元，复合年增长率为15.88%。

2014-2019年中国常温与低温酸奶市场规模
数据来源：公开资料整理

据统计，目前我国酸奶市场主要被蒙牛、伊利等大型乳企所占据，其中伊利市场份额占比达到27%，市占率最高；蒙牛紧随其后，占比达到21%，排名第二；然后是光明，占比为15%；天润、君乐宝、三元、味全占比分别为3%、3%、1%、1%，近年来也逐渐在酸奶市场占据一席之地。

我国酸奶品牌市场占有率
数据来源：公开资料整理

延伸阅读：

在2020年中国酸奶品牌力指数排行榜中，蒙牛、伊利排名不变，仍位居1、2名，C-BPI得分均在500以上；光明排名较去年上升一位，位居第三，品牌力指数为405.8；安慕希排名第四，较上年下降一位，品牌力指数与冠益乳一样为343.4。

2020年中国酸奶品牌力指数排行榜TOP10
品牌
C-BPI得分
排名
变化
蒙牛
551.1
1
-
伊利
513.3
2
-
光明
405.8

3
+1
安慕希
343.4
4
-1
冠益乳
343.4
5
+2
蒙牛纯甄
314.2
6
-
畅优
311.3
7
-2
达能碧悠
301.1
8
-
三元
300.7
9
-
莫斯利安
279.2
10
-
数据来源：公开资料整理（LJ）　　中国报告网是观研天下集团旗下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。《2021年中国酸奶行业分析报告-行业供需现状与发展潜力评估》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国酸奶行业发展概述
第一节 酸奶行业发展情况概述
一、酸奶行业相关定义
二、酸奶行业基本情况介绍
三、酸奶行业发展特点分析
四、酸奶行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售模式
五、酸奶行业需求主体分析
第二节 中国酸奶行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、酸奶行业产业链条分析
三、产业链运行机制
（1）沟通协调机制

（2）风险分配机制
（3）竞争协调机制
四、中国酸奶行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国酸奶行业生命周期分析
一、酸奶行业生命周期理论概述
二、酸奶行业所属的生命周期分析
第四节 酸奶行业经济指标分析
一、酸奶行业的赢利性分析
二、酸奶行业的经济周期分析
三、酸奶行业附加值的提升空间分析
第五节 中国酸奶行业进入壁垒分析
一、酸奶行业资金壁垒分析
二、酸奶行业技术壁垒分析
三、酸奶行业人才壁垒分析
四、酸奶行业品牌壁垒分析
五、酸奶行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球酸奶行业市场发展现状分析
第一节 全球酸奶行业发展历程回顾
第二节 全球酸奶行业市场区域分布情况
第三节 亚洲酸奶行业地区市场分析
一、亚洲酸奶行业市场现状分析
二、亚洲酸奶行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲酸奶行业市场前景分析
第四节 北美酸奶行业地区市场分析
一、北美酸奶行业市场现状分析
二、北美酸奶行业市场规模与市场需求分析
三、北美酸奶行业市场前景分析
第五节 欧洲酸奶行业地区市场分析
一、欧洲酸奶行业市场现状分析
二、欧洲酸奶行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲酸奶行业市场前景分析
第六节 2021-2026年世界酸奶行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球酸奶行业市场规模预测

第三章 中国酸奶产业发展环境分析
第一节 我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品酸奶总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节 中国酸奶行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国酸奶产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析

第四章 中国酸奶行业运行情况
第一节 中国酸奶行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节 中国酸奶行业市场规模分析
第三节 中国酸奶行业供应情况分析
第四节 中国酸奶行业需求情况分析
第五节 我国酸奶行业细分市场分析
1、细分市场一
2、细分市场二
3、其它细分市场
第六节 中国酸奶行业供需平衡分析
第七节 中国酸奶行业发展趋势分析

第五章 中国酸奶所属行业运行数据监测
第一节 中国酸奶所属行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业资产规模分析
第二节 中国酸奶所属行业产销与费用分析
一、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
第三节 中国酸奶所属行业财务指标分析
一、行业盈利能力分析
二、行业偿债能力分析
三、行业营运能力分析
四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国酸奶市场格局分析
第一节 中国酸奶行业竞争现状分析
一、中国酸奶行业竞争情况分析
二、中国酸奶行业主要品牌分析
第二节 中国酸奶行业集中度分析
一、中国酸奶行业市场集中度影响因素分析
二、中国酸奶行业市场集中度分析
第三节 中国酸奶行业存在的问题
第四节 中国酸奶行业解决问题的策略分析
第五节 中国酸奶行业钻石模型分析
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国酸奶行业需求特点与动态分析
第一节 中国酸奶行业消费市场动态情况

第二节 中国酸奶行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 酸奶行业成本结构分析
第四节 酸奶行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、渠道因素
四、其他因素
第五节 中国酸奶行业价格现状分析
第六节 中国酸奶行业平均价格走势预测
一、中国酸奶行业价格影响因素
二、中国酸奶行业平均价格走势预测
三、中国酸奶行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国酸奶行业区域市场现状分析
第一节 中国酸奶行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区酸奶市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区酸奶市场规模分析
四、华东地区酸奶市场规模预测
第三节 华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区酸奶市场规模分析
四、华中地区酸奶市场规模预测
第四节 华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区酸奶市场规模分析
四、华南地区酸奶市场规模预测

第九章 2017-2020年中国酸奶行业竞争情况
第一节 中国酸奶行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 中国酸奶行业SCP分析
一、理论介绍
二、SCP范式
三、SCP分析框架
第三节 中国酸奶行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章 酸奶行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节 企业
一、企业概况

二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国酸奶行业发展前景分析与预测
第一节 中国酸奶行业未来发展前景分析
一、酸奶行业国内投资环境分析
二、中国酸奶行业市场机会分析
三、中国酸奶行业投资增速预测
第二节 中国酸奶行业未来发展趋势预测
第三节 中国酸奶行业市场发展预测
一、中国酸奶行业市场规模预测
二、中国酸奶行业市场规模增速预测
三、中国酸奶行业产值规模预测
四、中国酸奶行业产值增速预测
五、中国酸奶行业供需情况预测
第四节 中国酸奶行业盈利走势预测
一、中国酸奶行业毛利润同比增速预测
二、中国酸奶行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国酸奶行业投资风险与营销分析
第一节 酸奶行业投资风险分析
一、酸奶行业政策风险分析
二、酸奶行业技术风险分析
三、酸奶行业竞争风险分析

四、酸奶行业其他风险分析
第二节 酸奶行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国酸奶行业发展战略及规划建议
第一节 中国酸奶行业品牌战略分析
一、酸奶企业品牌的重要性
二、酸奶企业实施品牌战略的意义
三、酸奶企业品牌的现状分析
四、酸奶企业的品牌战略
五、酸奶品牌战略管理的策略
第二节 中国酸奶行业市场的重点客户战略实施
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
第三节 中国酸奶行业战略综合规划分析
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第四节 酸奶行业竞争力提升策略
一、酸奶行业产品差异性策略
二、酸奶行业个性化服务策略
三、酸奶行业的促销宣传策略
四、酸奶行业信息智能化策略
五、酸奶行业品牌化建设策略
六、酸奶行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国酸奶行业发展策略及投资建议
第一节 中国酸奶行业产品策略分析
一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节 中国酸奶行业营销渠道策略
一、酸奶行业渠道选择策略
二、酸奶行业营销策略
第三节 中国酸奶行业价格策略
第四节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国酸奶行业重点投资区域分析
二、中国酸奶行业重点投资产品分析
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/yinliao/440491440491.html