

2020年中国酸奶行业分析报告- 产业供需现状与投资商机研究

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《2020年中国酸奶行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/473037473037.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

【报告大纲】

第一部分 奶制品行业发展现状

第一章 酸奶概述

第一节 酸奶的定义

第二节 酸奶的营养价值

第三节 酸奶的分类

第四节 酸奶的发展和生产工艺

一、酸奶的发展过程

二、酸奶发酵剂应用和发展

第二章 世界酸奶行业整体运营状况分析

第一节 全球酸奶市场分析

第二节 世界酸奶行业动态分析

一、美国酸奶行业发展分析

1、美国酸奶行业特点

2、美国乳制品行业的发展概述

二、欧洲酸奶行业发展分析

三、日本酸奶市场发展分析

第三节 世界酸奶产业趋势探析

第四节 国际酸奶市场分析预测

第三章 我国酸奶行业发展现状

第一节 中国酸奶政策环境分析

第二节 中国酸奶行业现状

一、我国酸奶行业发展潜力分析

二、我国酸奶市场形态分析

三、我国酸奶现有市场规模分析

第三节 我国酸奶行业发展

一、中国酸奶行业发展趋势

二、酸奶行业发展情况分析

第四节 中国酸奶行业供需分析

一、中国酸奶市场需求空间

二、中国酸奶市场供需情况

三、乳制品市场的供需分析

1、乳制品消费趋势

2、乳制品市场运行

四、中国酸奶市场需求态势

第四章 中国酸奶行业消费市场分析

第一节 中国酸奶消费者分析

一、酸奶主要消费群体分析

二、消费者信心指数分析

第二节 酸奶消费市场状况分析

一、市场销售的酸奶产品

二、酸奶产品市场消费分析

第三节 酸奶市场消费需求分析

一、消费市场状况分析

1、乳制品消费现状分析

2、乳制品消费趋势分析

3、乳制品产品结构分析

4、市场需求分析

二、行业消费者调查分析

1、乳制品消费者消费态度分析

2、乳制品消费者消费心理分析

3、杭州乳制品消费者调查分析

三、消费者购买行为分析

1、消费者人口统计变量分析

2、消费者购买行为变量分析

3、主要对策建议

四、消费者购买意愿分析

第四节 酸奶市场消费需求的影响因素分析

第五节 促进乳制品消费的措施建议

第五章 中国酸奶行业营销渠道分析

第一节 营销渠道

第二节 纵向一体化的渠道模式

第三节 通过纵向约束建立的渠道模式

第四节 企业类型划分及市场营销方法

一、基地型企业

二、城市型企业

1、稳固核心市场

2、建立新鲜壁垒

3、开放型终端的建设

三、市场营销策略

1、产品决策

2、价格决策

3、分销渠道决策

4、广告决策

第六章 中国酸奶行业发展状况

第一节 酸奶行业市场情况分析

一、酸奶行业市场发展分析

二、酸奶市场存在的问题

三、酸奶市场规模分析

第二节 中国酸奶行业发展趋势分析

一、行业结构的变化

二、产品的差异化

三、市场的变化

四、竞争焦点的变化

第三节 酸奶行业发展形势分析

第七章 中国酸奶进出口数据统计及分析

第一节 中国酸奶及乳制品进口分析

一、中国酸奶及乳制品进口现状

1、液态奶进口

2、其他乳制品进口

3、进口分析

二、乳制品贸易格局的成因分析

三、进口乳制品造成的主要影响

四、中国乳制品进口的结论及政策建议

1、主要结论

2、政策建议

第二节 中国酸奶及乳制品出口分析

一、中国乳制品出口现状分析

1、液态奶出口

2、其他奶制品出口

3、出口分析

二、中国乳制品在国际市场的竞争力分析

1、中国原料奶价格竞争力分析

2、中国全脂奶粉在国际市场上的竞争力分析

3、中国其它乳制品在国际市场上的竞争力分析

三、中国乳制品出口分析

四、中国乳制品出口前景预测

第三节 我国乳制品的国际竞争力及影响因素分析

一、我国乳制品国际贸易的特点

二、我国乳制品的国际竞争力分析

1、生产价格和出口价格分析

2、国际市场占有率分析

3、显示性比较优势

三、我国乳制品国际竞争力分析

第八章 中国酸奶行业整体运行经济指标分析

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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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

第二部分 赢利水平分析

第九章 2017-2020年酸奶行业赢利水平分析

第一节 利润情况分析

- 一、整体分析
- 二、成本分析
- 三、政府支持情况
- 四、酸奶原材料价格预测
- 五、酸奶行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、酸奶行业产销情况
- 二、酸奶行业库存情况

第三节 盈利水平分析

- 一、酸奶行业价格走势
- 二、2017-2020年酸奶行业营业收入情况
- 三、2017-2020年酸奶行业毛利率情况
- 四、2017-2020年酸奶行业赢利能力

第三部分 竞争格局分析

第十章 酸奶行业竞争格局分析

第一节 酸奶行业竞争结构分析

- 一、行业内现有企业的竞争
- 二、新进入者的威胁
- 三、替代品的威胁
- 四、供应商的讨价还价能力
- 五、购买者的讨价还价能力

第二节 酸奶行业集中度分析

- 一、酸奶行业集中度
- 二、酸奶集中度预测
- 三、国外乳业巨头的竞争影响
- 四、国内企业竞争力

第三节 酸奶行业竞争格局分析

- 一、酸奶行业主要企业
- 二、我国酸奶企业市场份额
- 三、我国酸奶行业竞争格局
- 四、酸奶行业竞争形势分析

第十一章 酸奶重点企业发展分析

第一节 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、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 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、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 光明乳业股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 北京三元食品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第五节 广州益力多乳品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第六节 石家庄君乐宝乳业有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 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、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 辽宁辉山控股（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、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节 重庆市天友乳业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十节 广东燕塘乳业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 发展趋势预测与投资建议

第十三章 酸奶行业趋势和前景预测

第一节 国内酸奶产品发展趋势

一、产品多元化

二、安全和高品质

三、功能性食品

第二节 中国酸奶行业发展趋势展望

一、快速增长因素

二、发展驱动力

三、发展潜力

四、发展趋势分析

第三节 中国酸奶行业市场预测分析

一、市场预测

二、消费需求分析

1、总体分析

2、细分市场需求分析

第四节 中国酸奶乳制品行业内生动力仍需增强

第十四章 酸奶行业整体分析和投资建议

第一节 乳制品质量安全分析

一、乳品质量安全的重要意义

二、我国乳品质量安全现状

1、我国乳制品的品质现状

2、我国与奶业发达国家乳制品质量安全比较

三、影响乳制品质量安全的因素分析

1、影响乳制品质量安全的主观因素

2、影响乳制品质量安全的客观因素

3、影响乳制品质量安全的宏观因素

4、影响乳制品质量安全的微观因素

四、提高乳品质量安全的战略对策

第二节 开发功能性酸奶

一、外添加型酸奶现状

1、益生菌乳制品

2、添加功能性成分(添加剂、配料)制作的乳制品

3、用酶制剂分解牛乳中的乳糖

4、生物学方法生产的功能性乳

二、天然功能性乳制品现状

1、牛初乳制品

2、以营养调控为手段生产的天然功能奶

三、未来功能性牛奶的发展趋势

第三节 对我国酸奶市场的整体分析

一、市场格局

二、渠道发展模式

三、产品结构

四、产品质量

第四节 区域性酸奶及乳制品企业商业模式分析

一、行业典型商业模式分析

- 1、全产业链模式
- 2、原料100%海外采购+国内生产
- 3、海外收购+本土营销
- 4、区域特色资源性
- 5、牧业运营
- 二、商业模式设计
- 三、商业模式策略建议

第十五章 酸奶企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、价格策略分析
- 二、产品定位策略分析
- 三、企业宣传策略分析

第二节 销售策略分析

- 一、酸奶营销分析
- 二、酸奶创新营销案例
- 三、未来趋势和营销建议

第三节 提高酸奶企业竞争力的策略

- 一、提高中国酸奶企业核心竞争力的对策
- 二、影响酸奶企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 1、核心竞争力的构成因素
 - 2、核心竞争力形成的影响因素
 - 三、提高酸奶企业竞争力的策略
 - 1、战略成本管理的涵义
 - 2、战略成本管理的基本特点：
 - 3、战略成本管理与企业核心竞争力的关系

第四节 对我国酸奶品牌的战略思考

- 一、酸奶品牌的特性和作用
- 二、酸奶品牌价值战略研究
- 三、我国酸奶品牌竞争趋势
- 四、酸奶企业品牌发展战略

图表目录

图表：2020年乳制品产量情况

图表：2017-2020年各季度我国城镇居民人均可支配收入

图表：2017-2020年我国消费者信心指数情况
图表：2017-2020年我国消费者信心指数分析
图表：中国市场销售的酸奶名单
图表：调查样本的人口特征分布
图表：消费者购买品牌的情况
图表：消费者购买乳制品的动机调查
图表：消费者购买乳制品的频率
图表：消费者最常购买的乳品规格
图表：消费者购买乳制品的类型
图表：消费者购买乳制品的地点
图表：消费者对品牌的忠诚度
图表：消费者对乳品知识的掌握情况
图表：消费者获得乳品知识的渠道
图表：消费者拒绝购买乳制品的原因
图表：品牌和乳品类型的交叉分析
图表：消费者最关心的乳制品安全问题
图表：消费者对乳制品的满意程度调查
图表：消费者对市面上可识别的乳制品的购买意愿调查
图表：可识别安全乳制品的选择与消费者收入的相关结果分析
图表：2017-2020年我国乳制品市场规模及增长情况分析
图表：2017-2020年我国各省市液体乳和乳制品产品生产情况
图表：2017-2020年我国鲜奶月度进口数量及价格

图表详见报告正文.....（GY YX）

【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。《2020年中国酸奶行业分析报告-产业供需现状与投资商机研究》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/473037473037.html>