

# 2017-2022年中国酸奶行业市场发展现状及十三五 发展策略分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国酸奶行业市场发展现状及十三五发展策略分析报告》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/rupin/279120279120.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

酸奶是以牛奶为原料，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。酸奶不但保留了牛奶的所有优点，而且某些方面经加工过程还扬长避短，成为更加适合于人类的营养保健品。

近年来我国酸奶产量逐年增加，且呈直线上升趋势。虽然酸奶在我国整个乳制品中的比重仅为7%到8%左右，但近两年其产销量增长速度均高达40%以上，大大超过白奶30%左右的增长率。生产酸奶的主要厂商是光明、蒙牛、伊利，同时三元、三岛、妙士等也占据了一部分市场，而光明以其良好的品牌和较宽的产品线在这个市场上占据了主导地位。目前蒙牛及伊利已分别在马鞍山、无锡等地建立了大规模的酸奶生产线。目前也有一些国外品牌，但是品种和数量有限，其中蒙牛、伊利和光明是上海酸奶市场的三大巨头，占据了绝大市场份额。90%以上的酸奶是走零售渠道，大约8%的酸奶通过餐饮渠道销售，剩余的通过机构、奶站等渠道销售。目前通过餐饮渠道销售酸奶的企业主要是妙士。妙士在中国酸奶市场上排名约在第十位。妙士酸奶通过零售渠道销售的产品小于1%。目前该企业产品的定位是走高端市场，以后可能会向大纵市场发展，也进入零售渠道。而排在中国酸奶第一位的光明集团，其酸奶销量占全国酸奶市场的18%，占其公司液态奶销量的10%。

酸奶目前是我国乳制品中增长最快的品种。从酸奶消费对收入的弹性来看，酸奶消费对收入的敏感性最强，也即收入越高，酸奶消费量将快速增长。过去5年来，城镇居民的年均酸奶消费量复合增长速度为23%。近些年，全球酸奶的增长率为23%左右，在中国更加明显，酸奶每年以30%以上的增长在高速发展，部分品项的酸奶达到40%以上（如粒酸奶）。而酸奶则不同，酸奶的行业毛利率可以达到35%至40%，经营稍好的企业此项指标一般都在40%以上，某些品项的酸奶毛利率会更高。随着中国市场酸奶消费意识的提高，未来中国酸奶行业盈利前景看好。

酸奶需求快速增长是液态乳产品升级的主要表现之一

中国酸奶消费增长快于白奶

中国酸奶市场增长空间仍很大

2020年中国酸奶占液态奶占比货到50%

中国报告网发布的《2017-2022年中国酸奶行业市场发展现状及十三五发展策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

## 第一章酸奶行业相关概述

### 1.1 酸奶的定义及分类

#### 1.1.1 酸奶的定义

#### 1.1.2 酸奶的分类

##### 1、凝固型酸奶

##### 2、搅拌型酸奶

##### 3、果味型酸奶

### 1.2 酸奶的营养价值和品种开发

#### 1.2.1 酸奶的营养价值

##### 1、营养成分

##### 2、营养功效

#### 1.2.2 多品种酸奶的开发

### 1.3 酸奶的生产工艺和发展历程

#### 1.3.1 酸奶的生产工艺

#### 1.3.2 酸奶的发展历程

## 第二章2014-2016年世界酸奶行业整体运营状况分析

### 2.1 2014-2016年世界酸奶行业运行综述

#### 2.1.1 世界酸奶行业发展历程

#### 2.1.2 国外酸奶深加工

#### 2.1.3 国外酸奶生产情况分析

#### 2.1.4 国外酸奶贸易综述

#### 2.1.5 国外酸奶消费情况分析

### 2.2 2014-2016年美国酸奶行业动态分析

#### 2.2.1 美国市场的冷冻酸奶再度流行

#### 2.2.2 美国修订酸奶标准

### 2.3 2014-2016年世界其它国家酸奶行业发展现状分析

#### 2.3.1 德国

#### 2.3.2 法国

#### 2.3.3 日本

## 2.3.4意大利

### 2.42017-2022年世界酸奶产业趋势探析

## 第三章2014-2016年中国酸奶行业发展环境分析

### 3.12014-2016年中国酸奶政策环境分析

#### 3.1.1《国务院关于促进奶业持续健康发展的意见》

#### 3.1.2《乳品质量安全监督管理条例》

#### 3.1.3《奶业整顿和振兴规划纲要》

#### 3.1.4《奶业整顿和振兴规划纲要》

### 3.2酸奶行业经济环境分析

#### 3.2.1国民经济运行情况与GDP

#### 3.2.2消费价格指数CPI、PPI

#### 3.2.3固定资产投资情况

#### 3.2.4全国居民收入情况

#### 3.2.5财政收支状况

### 3.3酸奶行业社会环境分析

#### 3.3.1人们的饮食结构分析

#### 3.3.2人们的健康消费观念

### 3.4相关事件对酸奶行业的影响分析

#### 3.4.1“禁鲜令”引发的酸奶行业地震

#### 3.4.2质检风暴使酸奶危机四伏

#### 3.4.3“三聚氰胺”事件对行业深度影响

## 第四章中国酸奶行业运行态势分析

### 4.12014-2016年中国酸奶市场现状分析

#### 4.1.1中国酸奶产业特点分析

#### 4.1.2中国酸奶产业发展迎来“黄金时期”

#### 4.1.3中国酸奶发酵剂使用现状

#### 4.1.4中国新鲜酸奶的现状和走势

#### 4.1.5酸奶提高免疫力冠益乳获批“国食健字”

#### 4.1.6乳酸菌产业成为推进中国乳业发展的活跃板块

### 4.2酸奶行业供需平衡分析

#### 4.2.1酸奶行业供给状况分析

##### 1、全国酸奶行业总产值分析

##### 2、全国酸奶行业产成品分析

#### 4.2.2酸奶行业需求状况分析

##### 1、全国酸奶行业销售产值分析

## 2、全国酸奶行业销售收入分析

### 4.2.3酸奶行业产销率分析

### 4.32014-2016年中国酸奶进出口数据统计情况

#### 4.3.12014-2016年中国酸奶出口统计

##### 1、2014-2016年中国酸奶出口量统计

##### 2、2014-2016年中国酸奶出口金额统计

#### 4.3.22014-2016年中国酸奶进口统计

##### 1、2014-2016年中国酸奶进口量统计

##### 2、2014-2016年中国酸奶进口金额统计

#### 4.3.32014-2016年中国酸奶进出口价格分析

### 4.4酸奶行业经营情况

#### 4.4.1酸奶行业特征分析

#### 4.4.2酸奶行业经营情况分析

##### 1、酸奶行业经营效益分析

##### 2、酸奶行业盈利能力分析

##### 3、酸奶行业运营能力分析

##### 4、酸奶行业偿债能力分析

##### 5、酸奶行业发展能力分析

#### 4.52014-2016年中国酸奶产业发展存在的问题分析

##### 4.5.1乳酸菌饮品标准滞后

##### 4.5.2酸奶冷链管理的瓶颈

##### 4.5.3经济危机下的中国酸奶行业危机分析

#### 4.62014-2016年中国酸奶产业发展对策分析

## 第五章中国酸奶行业消费市场分析

### 5.1中国酸奶消费者分析

#### 5.1.1酸奶主要消费群体分析

#### 5.1.2消费者信心指数分析

### 5.2酸奶消费市场状况分析

#### 5.2.1市场销售的酸奶产品

#### 5.2.2酸奶产品市场消费分析

### 5.3酸奶市场消费需求分析

#### 5.3.1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

##### 5.3.2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

##### 5.3.3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

##### 5.3.4消费者购买意愿分析

#### 5.4消费者购买意愿分析

#### 5.5促进乳制品消费的措施建议

### 第六章2014-2016年中国酸奶市场营销深度剖析

#### 6.12014-2016年国内酸奶产量和人均消费水平的变化态势

#### 6.22014-2016年国内酸奶市场发展态势

##### 6.2.1酸奶市场各区域市场容量推估

##### 6.2.2酸奶消费的重点城市分析

#### 6.32014-2016年国内酸奶市场变化特征

##### 6.3.1产品种类变化特征分析

##### 6.3.2产品价格变化特征分析

##### 6.3.3酸奶产品渠道特征分析

##### 6.3.4酸奶包装形态变化特征分析

#### 6.42014-2016年国内酸奶市场竞争格局的变化

##### 6.4.1酸奶不同品牌发展态势

##### 6.4.2主要酸奶品牌市场销售量和市场占有率

#### 6.52014-2016年中国主要城市不同品牌的市场占有率

##### 6.5.1北京不同品牌酸奶市场占有率分析

##### 6.5.2上海不同品牌酸奶市场占有率分析

##### 6.5.3沈阳不同品牌酸奶市场占有率分析

##### 6.5.4广州不同品牌酸奶市场占有率分析

#### 6.6不同品牌的市场定位

##### 6.6.1三元酸奶市场定位

##### 6.6.2光明酸奶市场定位

##### 6.6.3伊利酸奶市场定位

##### 6.6.4蒙牛酸奶市场定位

## 6.72017-2022年国内酸奶和酸奶饮料市场发展趋势

### 第七章中国酸奶行业产业链分析

#### 7.1酸奶行业产业链简介

#### 7.2酸奶行业供应链分析

##### 7.2.1原料饲料行业市场分析

###### 1、玉米市场分析

(1) 玉米供给状况分析

(2) 玉米需求规模分析

(3) 玉米价格走势分析

(4) 玉米市场发展趋势

###### 2、豆粕市场分析

(1) 豆粕供给规模分析

(2) 豆粕需求规模分析

(3) 豆粕价格走势分析

(4) 豆粕市场发展趋势

###### 3、小麦市场分析

(1) 小麦供给规模分析

(2) 小麦需求规模分析

(3) 小麦价格走势分析

(4) 小麦市场发展趋势

###### 4、饲料市场分析

(1) 饲料供给规模分析

(2) 饲料供给区域结构

(3) 饲料需求规模分析

(4) 饲料市场发展趋势

###### 5、食品添加剂市场分析

##### 7.2.2奶牛养殖业市场分析

###### 1、奶牛存栏量分析

###### 2、奶牛单产情况

###### 3、原奶产量情况

###### 4、原奶价格变动情况

###### 5、奶牛养殖业发展趋势

##### 7.2.3挤奶设备行业市场分析

###### 1、我国挤奶设备发展状况

###### 2、挤奶设备行业对酸奶行业的影响

#### 7.2.4 酸奶包装行业市场分析

- 1、酸奶包装发展状况
- 2、包装材料对酸奶行业的影响

#### 7.2.5 冷链物流行业市场分析

- 1、冷链物流行业发展状况分析
- 2、冷链物流对酸奶行业的影响

### 第八章 中国酸奶行业市场竞争格局分析

#### 8.1 中国酸奶行业竞争格局分析

##### 8.1.1 酸奶行业主要企业

##### 8.1.2 我国酸奶企业市场份额

##### 8.1.3 我国酸奶行业竞争格局

##### 8.1.4 酸奶行业竞争形势分析

#### 8.2 中国酸奶行业竞争五力分析

##### 8.2.1 酸奶行业上游议价能力

##### 8.2.2 酸奶行业下游议价能力

##### 8.2.3 酸奶行业新进入者威胁

##### 8.2.4 酸奶行业替代产品威胁

##### 8.2.5 酸奶行业现有企业竞争

#### 8.3 酸奶行业集中度分析

##### 8.3.1 酸奶行业集中度

##### 8.3.2 酸奶集中度预测

##### 8.3.3 国外乳业巨头的竞争影响

##### 8.3.4 国内企业竞争力

#### 8.4 中国酸奶行业投资兼并重组整合分析

##### 8.4.1 投资兼并重组现状

##### 8.4.2 投资兼并重组案例

#### 8.5 中国酸奶行业重点企业竞争策略分析

### 第九章 中国酸奶行业领先企业竞争力分析

#### 9.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

##### (1) 企业概况

##### (2) 主营产品概况

##### (3) 公司运营情况

##### (4) 公司优劣势分析

#### 9.2 光明乳业股份有限公司

##### (1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.3北京三元食品股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.4乐百氏(广东)食品饮料有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.5西安银桥生物科技有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.6吉林省乳业集团广泽有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.7山东兔巴哥食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.8南京光明乳品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 9.9禹城东君乳业(禹城)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

#### 9.10杭州祐康达美食品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

### 第十章2017-2022年中国酸奶行业发展趋势与前景分析

#### 10.1国内酸奶产品发展趋势

10.1.1产品多元化

10.1.2安全和高品质

10.1.3功能性食品

#### 10.2中国酸奶行业发展趋势展望

10.2.1快速增长因素

10.2.2发展驱动力

10.2.3发展潜力

10.2.4发展趋势分析

#### 10.3中国酸奶行业市场预测分析

10.3.1市场预测

10.3.2消费需求预测

10.3.32017-2022年中国酸奶供需平衡预测

10.3.42017-2022年酸奶市场进出口贸易预测分析

#### 10.42017-2022年国内酸奶包装发展趋势预测

10.4.1安全卫生的包装

10.4.2信息化和功能型包装

10.4.3绿色化的包装

#### 10.5中国酸奶乳制品行业内生动力仍需增强

### 第十一章2017-2022年中国酸奶行业投资前景

#### 11.12017-2022年中国酸奶行业投资概况

11.1.1酸奶行业投资特性

11.1.2酸奶行业投资政策解读

#### 11.22017-2022年中国酸奶投资机会分析

11.2.1功能性酸奶成为乳制品行业开发的热点

11.2.2“酸奶”成我国乳品行业开采的“金矿”

## 11.32017-2022年中国酸奶行业投资风险预警

### 11.3.1政策监管日益加强

### 11.3.2质量安全风险预警

### 11.3.3行业竞争风险预警

## 11.4酸奶行业投资潜力与建议

### 11.4.1酸奶行业投资潜力分析

### 11.4.2酸奶行业最新投资动态

### 11.4.3酸奶行业投资机会与建议

## 第十二章酸奶企业管理策略建议

### 12.1市场策略分析

#### 12.1.1价格策略分析

#### 12.1.2产品定位策略分析

#### 12.1.3企业宣传策略分析

### 12.2销售策略分析

#### 12.2.1酸奶营销分析

#### 12.2.2酸奶创新营销案例

#### 12.2.3未来趋势和营销建议

### 12.3提高酸奶企业竞争力的策略

#### 12.3.1提高中国酸奶企业核心竞争力的对策

#### 12.3.2提高中国酸奶企业核心竞争力的对策

##### 1、核心竞争力的构成因素

##### 2、核心竞争力形成的影响因素

#### 12.3.3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

### 12.4对我国酸奶品牌的战略思考

#### 12.4.1酸奶品牌的特性和作用

#### 12.4.2酸奶品牌价值战略研究

#### 12.4.3我国酸奶品牌竞争趋势

#### 12.4.4酸奶企业品牌发展战略

## 第十三章研究结论及建议

### 13.1研究结论

### 13.2建议

#### 13.2.1行业发展策略建议

### 13.2.2行业投资方向建议

### 13.2.3行业投资方式建议

图表目录：

图表：酸奶行业特点

图表：酸奶行业生命周期

图表：2014-2016年各季度我国城镇居民人均可支配收入

图表：2014-2016年我国消费者信心指数情况

图表：2014-2016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：2014-2016年我国各省市液体乳和乳制品产品生产情况

( GYZX )

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/rupin/279120279120.html>