

2017-2022年中国酸奶产业专项调查及运营管理深度分析报告

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《2017-2022年中国酸奶产业专项调查及运营管理深度分析报告》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/289648289648.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

1 酸奶定义、分类及主要加工工艺

1.1 酸奶定义

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），经发酵后的一种牛奶制品。

1.2 酸奶分类

酸奶的分类方法很多，但通常是按加工工艺和生产配方来分类，酸奶按加工工艺可以分为凝固型酸奶和搅拌型酸奶，按照加工配方又可以纯酸奶和风味酸奶。

1.3 酸奶主要加工工艺

酸奶作为食品至少有4500多年的历史了，最早期的酸奶可能是游牧民族装在羊皮袋里的奶受到依附在袋的细菌自然发酵，而成为奶酪。这可能是最早的酸奶。随着生活水平的逐渐提高，对酸奶需求也越来越多，经过多年的发展与沉淀，现在酸奶加工形式也多种多样，但酸奶主要的加工工艺并没有太大的变化。酸奶加工工艺主要分为凝固型酸奶加工工艺和搅拌型酸奶加工工艺。酸奶的生产主要工艺流程：

1.3.1 凝固型酸奶生产工艺流程

鲜牛奶→标准化→均质→杀菌→冷却→接种→搅拌→灌装封口→发酵→冷却→后熟

1.3.2 搅拌型酸奶生产工艺流程

鲜牛奶→标准化→均质→杀菌→冷却→发酵→搅拌→灌装封口→冷藏后熟→酸乳 果料、香精前者先冷却分装，后培养发酵。后者先冷却接种发酵，后分装。

图：2010-2015 年我国酸奶的市场规模（亿元）

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：健康消费的八大卖点 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：乳酸菌的益处 资料来源：公开资料，中国报告网整理

2 酸奶新产品的开发现状及展望

2.1 酸奶市场现状

酸奶最新报告显示，2009—2014年，酸奶总市场销售量实现翻倍，增长了111%。零售额从2009年的145亿元增加到2014年的351亿元，年均复合增长率为19%。未来5年酸奶零售市场将持续增长，销售量可达412.8万t，销售额达到605亿元。从传统上来讲，酸奶大致包括基础酸牛奶、益生菌酸牛奶、高级益生菌酸牛奶和零食化酸奶；从产品功能上来看，酸奶以调理肠胃为主，又包括谷粒食刻、轻食风尚和0添加等品类。然而，近两年来，传统订饮酸奶产品的销量不断下降产品诞生的契机多以充分挖掘新人类的消费习惯、从消费者的需求场景出发，设计互动感十足、产品定位更时尚的产品，使零售产品销量不断攀升。目前市场出现酸奶

2.2 近年酸奶新产品开发及发展趋势

近年来，酸奶新产品诞生的契机多以充分挖掘新人类的消费习惯、从消费者的需求场景出发，设计互动感十足、产品定位更时尚的产品。近年酸奶新品的开发及发展趋势为：

2.2.1 洋气风尚——产品“洋气”化

酸奶产品逐渐洋气化并不是乳业市场的新现象，早些年市场上就出现了法式布丁、意式布丁和欧式酸奶等产品，但是酸奶表现洋气的手法却越来越“地道”、“品牌化”、“个性化”，具体表现在以下几个方面：

2.2.1.1 产品名称洋气

（1）外文谐音用外文谐音给产品命名是最常用的“洋气起名法”之一。除了包装设计更具有欧式风格以外，很多乳品企业选择用英文谐音名，如：安慕希，来源于希腊语“Ambrosial”，用来形容特别的美味；布朗凝，来源于英文单词“Browning”，用来形容褐色的酸奶。

（2）“洋式”+酸奶早些年市场上就已出现一些欧式酸奶、希腊酸奶、法式酸奶，近两年来“洋式酸奶”呈现从欧洲大国向小众国家发展的趋势。

（3）冰川山峰+酸奶“外国地名+酸奶”命名方法的灵感应该说是来源于矿泉水行业。新希望双峰推出阿尔卑斯酸奶，虽然产品仅包装设计有阿尔卑斯山的轮廓、卖点定位于意大利专利菌种（阿尔卑斯山覆盖了意大利北部边界），从其它方面看不出这款酸奶与阿尔卑斯山有任何联系，这款产品却大胆命名“阿尔卑斯酸奶”。

2.2.1.2西式食材

(1) 配料西式，最典型的当属新希望乳业味蕾游记，该产品诉求“甄选全球各地进口食材，体验异域风情，畅享惊艳口感”，如丹麦神奇菌种群、巴西橙晶球果酱、波兰葡萄干谷物果酱、德国巧克力。

(2) 菌种西式在菌种方面，目前最受欢迎的当属丹麦菌种、保加利亚菌种和意大利菌种等，如前文所提到的阿尔卑斯酸奶即采用意大利专利菌种。消费者是否知道这些特定国家菌种有哪些好处尚待评估，但这些特殊菌种、专利菌种却是厂商提高产品零售价位的支撑点之一。

2.2.2自然出色——自然褐变，无人工添加

褐色酸奶是近两年新兴起的酸奶品类，与普通酸奶相比，此种酸奶最大的特点在于酸奶颜色是褐色，而非自然白色。目前褐色酸奶处于萌芽状态，仅部分乳品企业推出了褐色酸奶，代表企业有云南欧亚乳业、丹东升泰乳业、北京三元。

2.2.3药食同源——传承古法，中华养生

药食同源是中国老百姓的传统认知，老百姓相信食疗是最好的滋补方式，因此以“高级食材选择”、“传统滋补配方”、“增精力抗疲劳”、“提高免疫力”等诉求为产品卖点的产品火热了起来，如固元膏、六个核桃和参命力等产品。近两年，“药食同源”走入乳品市场，渐成养生概念新风尚。

在早些年，部分乳品企业就已推出药食同源、中华养生类的酸奶产品，如北京各润推出茯苓酸牛奶、佳宝2013年推出每日两盒（白天杯添加胶原蛋白、晚上杯添加卵磷脂），然而并没有取得较好的市场反应。但随着人们生活水平的提高、养生意识的增强，相信市场上将会出现越来越多的药食同源类酸奶产品。

2.2.4原生有机——原生态

健康100%消费者最为关心的购买因素是“安全”、“健康”，因此酸奶市场出现了很多以0添加为概念的产品，如：新希望0+酸牛奶、光明如实酸牛奶、辉山十天酸牛奶，并成为当时0添加酸奶的代表产品，甚至现在仍是这些乳品企业的主推产品。2015年上半年，在伊利的带领下，酸奶纯净的概念从“无添加”升华到“原生有机”。

2.2.5 酸奶口感和包装的零食化

酸奶零食化，不是乳品企业自话自说的营销策略，而是消费者潜在的消费需求。

首先，口感零食化。酸奶零食化指进行零食化产品的设计，产品口感就一定要零食化，体现年轻人的特点。其次，包装时尚、方便化酸奶零食化，包装不可小觑。包装的时尚、个性、趣味、便携等都是为了迎合消费者的“零食”包装需求。包装时尚化，是让消费者从包装上就能识别该产品就是“零食”，方便携带，从而能够促成消费者购买。最后，营销娱乐化。传播上，不再仅传播其功能，而是着重于其时尚和趣味性。

从总的趋势上来讲，中国乳业立足“健康”、“安全”，走向更高端、更纯净、更自然，时尚、养生、好吃、好玩逐渐成为酸奶市场的发展方向。

纵观全国乳业酸奶市场发展现状与趋势，继“调理肠胃”、“谷粒食刻”、“轻食风尚”、“0添加”之后，“洋气风尚”、“自然出色”、“药食同源”、“原生有机”或将成为中国乳业酸奶市场的新风尚。

然而，主流消费人群在“变”、市场沟通方式在“变”、竞争对手在“变”，没有永恒不变的高价高值产品，乳品企业只有时刻关注市场动态，才能在产品创新的道路上领先。

3 小结

随着中国新一代人的成长，人民生活水平的提高，人们的消费需求也发生了很大的变化，对食品营养、保健和口味的要求超过了以往的任何时期。未来酸奶产品多样性和功能酸奶作为健康食品，被越来越多人们所喜爱。酸奶加工技术也将伴随着食品加工技术的发展而不断发展。

中国报告网发布的《2017-2022年中国酸奶产业专项调查及运营管理深度分析报告》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。

目录

第一章：中国酸奶行业发展综述

1.1酸奶行业基本情况

1.1.1酸奶行业的定义

1.1.2酸奶的营养价值

1.1.3酸奶的分类

1.1.4行业生命周期分析

1.1.5酸奶的生产工艺

1.1.6酸奶行业在国民经济中的地位

1.2酸奶行业统计标准

1.2.1酸奶行业统计口径

1.2.2酸奶行业统计方法

1.2.3酸奶行业数据种类

1.3酸奶行业市场环境分析

1.3.1酸奶行业经济环境分析

（1）GDP增长情况

（2）居民收入水平

（3）经济环境对行业发展的影响

1.3.2酸奶行业政策环境分析

（1）行业标准

（2）行业政策

（3）行业发展规划

（4）政策环境对行业发展的影响

1.3.3酸奶行业社会环境分析

（1）人口年龄结构变化

（2）城乡人口结构变化

（3）人口性别结构变化

（4）行业社会环境对行业发展的影响

1.3.4酸奶行业技术环境分析

- (1) 酸奶行业专利申请数分析
- (2) 酸奶行业专利申请人构成分析
- (3) 酸奶行业专利类型分析
- (4) 酸奶行业热门专利技术分析

1.3.5 酸奶行业PEST总结

第二章：中国酸奶行业市场发展现状分析

2.1 酸奶行业经营情况

2.1.1 酸奶行业特征分析

2.1.2 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

2.2 酸奶行业发展现状

2.2.1 酸奶产销量分析

2.2.2 酸奶消费区域分析

2.2.3 酸奶触及率分析

2.3 酸奶行业供需平衡分析

2.3.1 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

2.3.2 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

2.3.3 酸奶行业产销率分析

第三章：中国酸奶行业产业链上下游分析

3.1 酸奶行业产业链简介

3.1.1 酸奶产业链上游行业分布

3.1.2 酸奶产业链中游行业分布

3.1.3 酸奶产业链下游行业分布

3.2 酸奶产业链上游行业分析

3.2.1 酸奶产业上游发展现状

(1) 原奶发展现状

(2) 饲料发展现状

3.2.2 酸奶产业上游竞争格局

第四章：中国酸奶行业市场竞争格局分析

4.1 酸奶行业竞争格局分析

4.1.1 酸奶行业区域分布格局

(1) 不同区域企业数量分布情况

(2) 不同区域企业资产分布情况

(3) 不同区域企业销售收入分布情况

4.1.2 酸奶行业企业规模格局

(1) 不同规模企业数量分布情况

(2) 不同规模企业资产分布情况

(3) 不同规模企业销售收入分布情况

4.1.3 酸奶行业企业性质格局

(1) 不同性质企业数量分布情况

(2) 不同性质企业资产分布情况

(3) 不同性质企业销售收入分布情况

4.2 酸奶行业竞争状况分析

4.2.1 酸奶行业上游议价能力

4.2.2 酸奶行业下游议价能力

4.2.3 酸奶行业新进入者威胁

4.2.4 酸奶行业替代产品威胁

4.2.5 酸奶行业行业内部竞争

4.3 酸奶行业投资兼并重组整合分析

4.3.1 投资兼并重组现状

4.3.2 投资兼并重组案例

4.3.3 投资兼并重组趋势

(1) 政策倾向更加明显

(2) 重组领域更加细化

第五章：酸奶行业市场营销分析

5.1 酸奶行业营销渠道分析

5.1.1 行业主要销售渠道模式分析

(1) 纵向一体化的渠道模式

(2) 纵向约束建立的渠道模式

5.1.2 行业主要销售渠道要素对比

5.1.3 部分企业渠道策略的研究

5.2 酸奶行业营销策略分析

5.2.1 商超零售营销策略分析

5.2.2 广告营销策略分析

5.2.3 展会营销策略分析

5.3 酸奶营销成功案例——美国Chobani的社交营销

第六章：中国酸奶行业重点省市投资机会分析

6.1 酸奶行业区域投资环境分析

6.1.1 行业区域结构总体特征

6.1.2 行业区域集中度分析

6.1.3 行业区域分布特点分析

6.2 行业重点区域运营情况分析

6.2.1 华北地区酸奶行业运营情况分析

(1) 北京市酸奶行业运营情况分析

(2) 天津市酸奶行业运营情况分析

(3) 河北省酸奶行业运营情况分析

(4) 山西省酸奶行业运营情况分析

(5) 内蒙古酸奶行业运营情况分析

6.2.2 华南地区酸奶行业运营情况分析

(1) 广东省酸奶行业运营情况分析

(2) 广西酸奶行业运营情况分析

(3) 海南省酸奶行业运营情况分析

6.2.3 华东地区酸奶行业运营情况分析

(1) 上海市酸奶行业运营情况分析

(2) 江苏省酸奶行业运营情况分析

(3) 浙江省酸奶行业运营情况分析

(4) 山东省酸奶行业运营情况分析

(5) 福建省酸奶行业运营情况分析

(6) 江西省酸奶行业运营情况分析

(7) 安徽省酸奶行业运营情况分析

6.2.4 华中地区酸奶行业运营情况分析

(1) 湖南省酸奶行业运营情况分析

(2) 湖北省酸奶行业运营情况分析

(3) 河南省酸奶行业运营情况分析

6.2.5 西北地区酸奶行业运营情况分析

(1) 陕西省酸奶行业运营情况分析

(2) 甘肃省酸奶行业运营情况分析

(3) 宁夏酸奶行业运营情况分析

6.2.6 西南地区酸奶行业运营情况分析

(1) 重庆市酸奶行业运营情况分析

(2) 四川省酸奶行业运营情况分析

(3) 贵州省酸奶行业运营情况分析

(4) 云南省酸奶行业运营情况分析

6.2.7 东北地区酸奶行业运营情况分析

(1) 黑龙江酸奶行业运营情况分析

(2) 吉林省酸奶行业运营情况分析

(3) 辽宁省酸奶行业运营情况分析

第七章：中国酸奶行业标杆企业经营分析

7.1 酸奶行业企业总体发展概况

7.2 酸奶行业企业经营状况分析

7.2.1 蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.2 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.3 光明乳业股份有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.4 北京三元食品股份有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.5杭州娃哈哈集团有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.6山东佳宝集团有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.7广州益力多乳品有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.8新希望乳业控股有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.9中国辉山乳业控股有限公司经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.10完达山经营状况分析

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八章：中国酸奶行业前景预测与投资战略规划

8.1酸奶行业投资特性及前景分析

8.1.1酸奶行业进入壁垒分析

- (1) 奶源壁垒
- (2) 渠道壁垒
- (3) 品牌壁垒

8.1.2酸奶行业投资风险分析

- (1) 酸奶行业政策风险
- (2) 酸奶行业技术风险
- (3) 酸奶行业供求风险
- (4) 酸奶行业宏观经济风险
- (5) 酸奶行业关联产业风险
- (6) 酸奶行业其他风险

8.1.3酸奶行业发展前景预测

8.2酸奶行业投资战略规划

8.2.1酸奶行业投资机会分析

8.2.2酸奶企业战略布局建议

8.2.3酸奶行业投资重点建议

图表目录

图表1：各类乳制品的工艺和营养价值

图表2：酸奶的分类

图表3：各类乳制品所处生命周期阶段

图表4：酸奶的生产工艺简介

图表5：酸奶生产工艺流程简图

图表6：酸奶行业工业总产值占GDP比重（单位：亿元，%）

图表7：中国企业的市场主体结构分类

图表8：中国不同所有制性质企业的划分

图表9：中国GDP及其增长情况（单位：亿元，%）

图表10：中国城镇和农村居民人均可支配收入变动（单位：元，%）

图表11：我国城镇居民人均奶及奶制品消费支出（单位：元）

图表12：我国按收入等级城镇居民人均鲜奶和酸奶消费量情况（单位：千克）

图表13：中国酸奶制造行业相关标准及规范

图表14：以来中国酸奶行业相关政策法规

图表15：《食品工业“十二五”发展规划》中涉及乳制品行业内容解读

图表16：我国人口年龄结构情况（单位：%）

图表17：我国城乡人口比重情况（单位：%）

图表18：我国人口性别比重情况（单位：%）

图表19：1985-我国酸奶行业相关专利申请数变化趋势图（单位：件）
（ GYZJY）

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/289648289648.html>