

2020-2026年中国酸奶市场 深度分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国酸奶市场深度分析与发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/174457.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着海外文化和餐饮理念的传入，中国年轻一代很可能快速追赶上全球酸奶的步伐，继续推高酸奶在中国的市场份额。

我国低温酸奶发展放缓，而常温酸奶异军突起，处于高速增长期。据统计，低温酸奶在乳酸发酵奶中的份额不断下降，预计2019年份额跌至47%。2015-2020年低温酸奶市场规模走势

2016年中国酸奶行业市场规模达到1010.17亿元，市场首次突破千亿元。2017年牛奶销售额同比增长4%；而酸奶销售额首次超过牛奶，约为1192亿元，同比增长18%，增速远快于牛奶。

预测2019年中国酸奶行业市场规模将突破1400亿元。2013-2019年中国酸奶行业市场规模及同比增长走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国酸奶市场深度分析与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国酸奶行业市场发展环境、酸奶整体运行态势等，接着分析了中国酸奶行业市场运行的现状，然后介绍了酸奶市场竞争格局。随后，报告对酸奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酸奶行业发展趋势与投资预测。您若想对酸奶产业有个系统的了解或者想投资中国酸奶行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 2019年世界酸奶行业整体运营状况分析

第一节 2019年世界酸奶行业运行综述

一、世界酸奶行业发展历程

二、国外酸奶深加工

三、国外酸奶生产情况分析

四、国外酸奶贸易综述

五、国外酸奶消费情况分析

第二节 2019年美国酸奶行业动态分析

一、美国市场的冷冻酸奶再度流行

二、美国修订酸奶标准

第三节 2019年世界其它国家酸奶行业发展现状分析

- 一、德国
- 二、法国
- 三、日本
- 四、意大利

第四节 2020-2026年世界酸奶产业趋势探析

第二章 2019年中国酸奶产业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、gdp历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2019年中国酸奶政策环境分析

- 一、《国务院关于促进奶业持续健康发展的意见》
- 二、《乳品质量安全监督管理条例》
- 三、《奶业整顿和振兴规划纲要》
- 四、酸奶益生菌标准出台

第三节 相关事件对酸奶行业的影响分析

- 一、“禁鲜令”引发的酸奶行业地震
- 二、质检风暴使酸奶危机四伏
- 三、“三聚氰胺”事件对行业深度影响

第四节 2019年中国乳业发展社会环境分析

第三章 2019年中国酸奶产业运行态势分析

第一节 2019年中国酸奶市场现状分析2019年1月中国各酸奶品牌市场销售额占比

- 一、中国酸奶产业特点分析
- 二、中国酸奶产业发展迎来“黄金时期”
- 三、中国酸奶发酵剂使用现状
- 四、中国新鲜酸奶的现状和走势
- 五、酸奶提高免疫力冠益乳获批“国食健字”
- 六、乳酸菌产业成为推进中国乳业发展的活跃板块

第二节 2019年中国酸奶产业发展存在的问题分析

- 一、乳酸菌饮品标准滞后

二、酸奶冷链管理的瓶颈

第三节 2019年中国酸奶产业发展对策分析

第四章 2013-2019年中国酸奶制造所属行业数据监测分析

第一节 2013-2019年中国酸奶制造所属行业总体数据分析

一、2019年中国酸奶制造行业全部企业数据分析

第二节 2013-2019年中国酸奶制造所属行业不同规模企业数据分析

一、2019年中国酸奶制造所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2013-2019年中国酸奶制造所属行业不同所有制企业数据分析

一、2019年中国酸奶制造所属行业不同所有制企业数据分析

第五章 2013-2019年中国酸奶产量数据统计分析

第一节 2013-2019年中国乳制品产量数据统计分析

一、2016-2019年中国乳制品产量数据分析

二、2019年中国乳制品产量数据分析

三、2019年中国乳制品产量增长性分析

第二节 2013-2019年中国液体乳产量数据统计分析

一、2016-2019年中国液体乳产量数据分析

二、2019年中国液体乳产量数据分析

三、2019年中国液体乳产量增长性分析

第六章 2019年中国酸奶市场运行走势分析

第一节 中国酸奶市场运行环境分析

一、酸奶材料上涨

二、蒙牛、伊利、光明、三元乳业巨头纷纷提价

三、达能、雀巢、蒙牛相继进行酸奶领域的收购

第二节 2019年中国酸奶市场综述

一、酸奶市场益生菌概念模糊

二、酸奶的市场增长趋势明显

三、全国酸奶市场的销售数据分析

四、全国酸奶市场的价格状况

第三节 2019年全国酸奶的品种结构状况

一、凝固型酸奶

- 1、原味联杯
- 2、原味新鲜壶以及调味料联杯
- 3、新鲜壶爱克林)普通玻璃瓶装酸奶及佐餐调味酸奶。

二、搅拌型酸奶

- 1、果酱酸奶
- 2、果粒酸奶
- 3、大果块和果粒酸奶

第四节 2019年中国品牌酸奶市场份额同比分析

- 一、中国酸奶年增长率及占整个液体乳市场份额
- 二、蒙牛
- 三、君乐宝
- 四、伊利
- 五、达能

第五节 2019年中国酸奶市场存在的问题分析

- 一、酸奶饮料品牌战拉开
- 二、酸奶功效被夸大
- 三、酸奶现行标准有三大缺陷
- 四、酸奶饮品市场三大乱现象
- 五、酸奶产业低门槛引发混战

第七章 2019年中国酸奶市场消费调查及营销策略分析

第一节 受访者基本情况

- 一、消费者性别
- 二、消费者年龄
- 三、消费者收入
- 四、消费者职业
- 五、区域分布

第二节 2019年中国酸奶市场消费者消费行业调研

- 一、消费者购买普及率
- 二、购买酸奶考虑因素及其占比(新鲜、品质、营养、口味、口感)
- 三、消费者购买酸奶频率

四、酸奶购买渠道占比

五、饮用频率

第三节 酸奶品牌表现及价值分析

一、品牌知晓度

二、品牌忠诚度

三、品牌忠诚度——饮用频率

四、品牌忠诚度——购买频率

五、品牌忠诚度——议价空间

六、品牌忠诚度——推荐度

七、品牌形象

八、品牌价值综合分析

第四节 品牌营销及广告表现

一、广告到达率

二、广告到达途径

三、广告有效性——喜爱度

四、广告有效性——购买说服力

五、广告效果综合分析

第五节 中国酸奶营销策略分析

一、产品口味及功能定位

二、广告营销策略

三、逐步走向二、三级市场

第八章 2019年中国酸奶市场营销深度剖析

第一节 近几年国内酸奶产量和人均消费水平的变化态势

第二节 2019年国内酸奶市场发展态势

一、酸奶市场各区域市场容量推估

二、酸奶消费的重点城市分析

第三节 2019年国内酸奶市场变化特征

一、产品种类变化特征分析

二、产品价格变化特征分析

三、酸奶产品渠道特征分析

四、酸奶包装形态变化特征分析

第四节 2019年国内酸奶市场竞争格局的变化

一、酸奶不同品牌发展态势

二、主要酸奶品牌市场销售量和市场占有率

第五节 2019年中国主要城市不同品牌的市场占有率

一、北京不同品牌酸奶市场占有率分析

二、上海不同品牌酸奶市场占有率分析

三、沈阳不同品牌酸奶市场占有率分析

四、广州不同品牌酸奶市场占有率分析

第六节 不同品牌的市场定位

一、三元酸奶市场定位

二、光明酸奶市场定位

三、伊利酸奶市场定位

四、蒙牛酸奶市场定位

第七节 2020-2026年国内酸奶和酸奶饮料市场发展趋势

第九章 2019年中国酸奶行业竞争情况分析

第一节 2019年中国酸奶行业竞争格局概况

一、酸奶产品类别竞争程度分析

二、替代品竞争状况分析

三、冷链技术及产品加工技术竞争

四、品牌竞争分析

第二节 2019年中国酸奶行业结构分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2019年中国酸奶行业提升竞争力策略分析

第四节 2020-2026年中国酸奶市场竞争趋势探析

第十章 2019年中国酸奶主体企业运行关键性财务数据分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司(600887)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光明乳业股份有限公司(600597)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京三元食品股份有限公司(600429)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 西安银桥生物科技有限责任公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 吉林省乳业集团广泽有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 山东兔巴哥食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 南京光明乳品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 禹城东君乳业禹城)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 杭州祐康达美食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2020-2026年中国酸奶前景展望与趋势预测分析)

第一节 2020-2026年国内酸奶包装发展趋势预测

一、安全卫生的包装

二、信息化和功能型包装

三、绿色化的包装

第二节 2020-2026年中国酸奶行业市场预测分析

一、酸奶消费——乳业市场崛起的金山

二、酸奶市场供给情况预测分析

三、酸奶市场需求消费预测分析

四、酸奶市场进出口贸易预测分析

第三节 2020-2026年中国酸奶行业盈利预测分析

第十二章 2020-2026年中国酸奶产业投资机会与风险分析)

第一节 2020-2026年中国酸奶行业投资概况

一、酸奶行业投资特性

二、酸奶行业投资政策解读

第二节 2020-2026年中国酸奶投资机会分析

一、功能性酸奶成为乳制品行业开发的热点

二、“酸奶”成我国乳品行业开采的“金矿”

第三节 2020-2026年中国酸奶行业投资风险预警

一、政策监管日益加强

二、质量安全风险预警

三、行业竞争风险预警

第四节 投资建议)

图表目录：

图表 2013-2019年我国酸奶制造行业企业数量增长趋势图

图表 2013-2019年我国酸奶制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表 2013-2019年我国酸奶制造行业从业人数增长趋势图

图表 2013-2019年我国酸奶制造行业资产规模增长趋势图
图表 2016-2019年我国酸奶制造行业不同类型企业数量分布图
图表 2016-2019年我国酸奶制造行业不同所有制企业数量分布图
图表 2016-2019年我国酸奶制造行业不同类型企业销售收入分布图
图表 2016-2019年我国酸奶制造行业不同所有制企业销售收入分布图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业产成品增长趋势图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业工业销售产值增长趋势图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业出口交货值增长趋势图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业销售成本增长趋势图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业费用使用统计图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业主要盈利指标统计图
图表 2013-2019年我国酸奶制造行业主要盈利指标增长趋势图
图表 2013-2019年全国乳制品产量分析
图表 2016-2019年全国及主要省份乳制品产量分析
图表 2016-2019年乳制品产量集中度分析
图表 2013-2019年全国液体乳产量分析
图表 2016-2019年全国及主要省份液体乳产量分析
图表 2016-2019年液体乳产量集中度分析
图表 2013-2019年中国酸奶进口数量分析
图表 2013-2019年中国酸奶进口金额分析
图表 2013-2019年中国酸奶出口数量分析
图表 2013-2019年中国酸奶出口金额分析
图表 2013-2019年中国酸奶进出口平均单价分析
图表 2013-2019年中国酸奶进口国家及地区分析
图表 2013-2019年中国酸奶出口国家及地区分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174457.html>