

2014-2019年中国酸奶市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国酸奶市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1402/S027163086.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-02-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国酸奶市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了世界酸奶行业整体运营状况、中国酸奶产业运行环境，接着分析了中国酸奶产业运行的现状，然后介绍了中国酸奶行业竞争情况。随后，报告对中国酸奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酸奶发展前景预测。您若想对酸奶产业有个系统的了解或者想投资酸奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

酸奶是当今乳制品研究开发的一个主流。随着人们生活水平的提高，人们对食品需求已由营养、安全上升为保健功效方面，而酸奶由于其特有的营养价值和保健功能，越来越受到人们的普遍重视和欢迎，使得酸奶的需求量逐年增加。由于乳制品市场竞争愈加激烈，发酵酸奶制品将成为乳品市场的又一热点。

酸奶市场还有很多细分，谁能抢占市场细分的先机，谁就能在未来竞争中立于不败之地。酸奶的开发必须满足消费者不断变化的需求，消费者对酸奶产品不变的追求永远是健康、美味，健康美味也将是酸奶发展永恒的主题。

第一章 2013年世界酸奶行业整体运营状况分析

第一节 2013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 2013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 2013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 2014-2019年世界酸奶产业趋势探析

第二章 2013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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013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 2013年中国乳业发展社会环境分析

第三章 2013年中国酸奶产业运行态势分析

第一节 2013年中国酸奶市场现状分析

- 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 2013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 2013年中国酸奶产业发展对策分析

第四章 2011-2013年中国酸奶制造行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国酸奶制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国酸奶制造行业全部企业数据分析

二、2012年中国酸奶制造行业全部企业数据分析

三、2013年中国酸奶制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国酸奶制造行业不同规模企业数据分析

一、2011年中国酸奶制造行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国酸奶制造行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国酸奶制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国酸奶制造行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国酸奶制造行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国酸奶制造行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国酸奶制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2011-2013年中国酸奶产量数据统计分析

第一节 2011-2013年中国乳制品产量数据统计分析

一、2011-2012年中国乳制品产量数据分析

二、2013年中国乳制品产量数据分析

三、2013年中国乳制品产量增长性分析

第二节 2011-2013年中国液体乳产量数据统计分析

一、2011-2012年中国液体乳产量数据分析

二、2013年中国液体乳产量数据分析

三、2013年中国液体乳产量增长性分析

第六章 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2014-2019年国内酸奶和酸奶饮料市场发展趋势

第九章 2013年中国酸奶行业竞争情况分析

第一节 2013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 2013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 2013年中国酸奶行业提升竞争力策略分析

第四节 2014-2019年中国酸奶市场竞争趋势探析

第十章 2013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 2014-2019年中国酸奶前景展望与趋势预测分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国酸奶行业盈利预测分析

第十二章 2014-2019年中国酸奶产业投资机会与风险分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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 2014-2019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 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1402/S027163086.html>