

2024-2029年中国酸奶市场现状与发展前景预测报告

报告简介

酸奶是一种以牛奶为主要原料，经过乳酸菌发酵后形成的一种风味独特、营养丰富的乳制品，与其他乳制品相比，酸奶含有高生物价值的蛋白质、脂质、利于吸收的糖类，以及含量丰富的维生素和矿物质。酸奶的生理功能主要有三点：促进人体对蛋白质的吸收，降低乳糖不耐症，提供合适的钙和B族维生素来源。近年来，随着我国居民生活水平提高、健康意识增强，乳制品在居民膳食结构中的地位明显提高，酸奶作为一种具有健康功能的食品，更是受到消费者的喜爱。

常温酸奶作为酸奶中的一大类别在我国只有近10年的历史，目前尚处于发展阶段，虽然近年来增长速度已经明显趋缓，但仍有一定的发展空间。2011-

2018年我国常温酸奶市场销售额从15亿元增长到311亿元，2018年市场增速为11.9%。由于常温酸奶不受销售半径限制，不需要冷链运输、销售、储存，货架期长，携带、饮用安全便捷，这些优点是低温酸奶所无法比拟的。常温酸奶的出现使消费者拓展了酸奶的视野，增加了可选的品类，可以更加自主的根据需要选择适合的产品。因此常温酸奶必将长期存在，并在乳制品中占有一席之地。在一些发达国家，尽管冷链建设已经很完善，但常温酸奶仍占有一定市场份额便是明证。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国市场进行了分析研究。报告在总结行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 我国酸奶行业概述分析

第一节 酸奶行业相关概述

一、行业定义

二、行业主要产品分类

第二节 酸奶行业环境分析

一、2019-2023年酸奶行业经济环境分析

1、经济下行压力有所显现，gdp增速仍处目标区间

2、消费结构继续优化，服务类消费增速相对较快

3、消费市场平稳增长，消费结构持续优化

二、酸奶行业政策环境分析

1、酸奶行业监管体制分析

2、酸奶行业产业政策分析

3、酸奶行业发展规划分析

三、酸奶行业社会环境分析

四、酸奶行业技术环境分析

第三节 酸奶行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游相关行业分析

1、酸奶产品成本构成

2、上游行业发展状况及影响

四、行业下游产业链相关行业分析

1、下游行业分布

2、下游行业发展状况及影响

五、上下游行业影响及风险提示

第二章 2019-2023年全球酸奶行业市场发展状况分析

第一节 2019-2023年世界酸奶行业发展状况

一、世界酸奶行业发展现状

二、世界酸奶消费及趋势分析

三、世界酸奶行业发展趋势分析

第二节 美国酸奶行业现状分析

一、美国酸奶行业的市场现状

二、美国酸奶行业的市场特征

第三节 日本酸奶行业现状分析

一、日本酸奶行业的市场规模

二、日本酸奶行业的市场特征

第四节 欧洲酸奶行业市场状况

一、欧洲酸奶行业的市场现状

二、欧洲酸奶行业的市场特征

第三章 中国酸奶行业发展态势分析

第一节 中国酸奶行业发展现状分析

一、中国酸奶行业发展阶段分析

二、中国酸奶行业发展现状分析

三、中国酸奶行业发展特点分析

四、2019-2023年中国酸奶行业市场发展规模分析

五、影响中国酸奶行业市场发展因素分析

六、2024-2029年中国酸奶行业发展规模预测

第二节 中国酸奶行业市场发展分析

一、2019-2023年中国酸奶行业市场供给端分析

二、2019-2023年中国酸奶行业市场需求端分析

1、中国酸奶行业需求规模分析

2、中国酸奶行业需求结构分析

三、2019-2023年中国酸奶行业企业经营效益分析

1、酸奶行业主营收入分析

2、酸奶行业利润规模分析

3、酸奶行业盈利能力分析

4、酸奶行业运营能力分析

第三节 2019-2023年中国休闲食品行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、休闲食品行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、休闲食品行业进口前景及建议

第四章 互联网环境下酸奶行业的机会与挑战

第一节 网络环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、网络金融类应用分析

4、网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下酸奶行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网酸奶业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 酸奶行业与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第五节 酸奶行业线上市场发展现状

一、线上销售渠道

二、头部企业线上市场发展现状

第二部分 行业深度分析

第五章 中国酸奶行业区域发展分析

第一节 中国酸奶市场区域结构分析

1、中国酸奶行业区域发展结构分析

2、中国酸奶行业区域结构特点分析

第二节 中国酸奶行业市场区域分析

一、华北地区

1、区域发展容量分析

2、区域需求规模分析

3、区域需求特点分析

二、华南地区

1、区域发展容量分析

2、区域需求规模分析

3、区域需求特点分析

三、华东地区

1、区域发展容量分析

2、区域需求规模分析

3、区域需求特点分析

四、华中地区

1、区域发展容量分析

2、区域需求规模分析

3、区域需求特点分析

五、西部地区

1、区域发展容量分析

2、区域需求规模分析

3、区域需求特点分析

六、东北地区

1、区域发展容量分析

2、区域需求规模分析

3、区域需求特点分析

第六章 中国酸奶行业消费市场分析

第一节 中国酸奶消费者收入分析

一、我国居民生活习惯分析

二、2019-2023年消费者收入水平

三、2019-2023年消费者信心指数分析

第二节 酸奶行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 酸奶消费市场状况分析

一、酸奶行业消费特点

二、酸奶消费者分析

三、酸奶消费结构分析

四、酸奶消费的市场变化

五、酸奶市场的消费方向

第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五节 酸奶行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业产品的品牌偏好调查

二、消费者对行业品牌的首要认知渠道

三、酸奶行业品牌市场占有率调查

第三部分 竞争格局分析

第七章 酸奶行业竞争格局分析

第一节 酸奶行业国内市场竞争状况分析

一、现有企业竞争

二、潜在进入者

三、供应商议价能力

四、客户议价能力

第二节 主要酸奶行业企业竞争分析

一、内蒙古伊利实业集团股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、公司经营状况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

5、公司最新发展战略

二、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、公司经营状况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

5、公司最新发展战略

三、光明乳业股份有限公司

1、公司发展现状分析

2、公司经营状况分析

3、公司经营模式分析

4、公司竞争优势分析

5、公司最新发展战略

四、北京三元食品股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、公司经营状况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析
- 5、公司最新发展战略

五、北京三元食品股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、公司经营状况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析
- 5、公司最新发展战略

六、石家庄君乐宝乳业有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、公司经营状况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析
- 5、公司最新发展战略

七、杭州娃哈哈集团有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、公司经营状况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析
- 5、公司最新发展战略

八、新疆天润乳业股份有限公司

- 1、公司发展现状分析
- 2、公司经营状况分析
- 3、公司经营模式分析
- 4、公司竞争优势分析
- 5、公司最新发展战略

第四部分 发展前景展望

第八章 酸奶行业可持续发展及前景分析

第一节 中国经济发展趋势

- 一、经济增长阶段分析
- 二、现阶段消费模式分析
- 三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

- 一、国民收入增长趋势分析
- 二、国民消费水平增长趋势
- 三、国民消费结构趋势分析
- 四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对休闲食品行业的影响

- 一、国民消费观念对行业的影响
- 二、国民收入水平对行业的影响
- 三、消费政策对行业的影响

第九章 2024-2029年酸奶行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年酸奶市场发展前景

- 一、2024-2029年酸奶市场发展潜力

二、2024-2029年酸奶市场发展前景展望

三、2024-2029年酸奶细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年酸奶市场发展趋势预测

一、2024-2029年酸奶行业发展趋势

第三节 影响行业发展的有利因素和不利因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 酸奶行业进入壁垒分析

一、技术壁垒

二、人才壁垒

三、资质壁垒

四、品牌认知及客户基础壁垒

第五节 酸奶行业风险特征

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、经营风险

第十章 2024-2029年中国酸奶企业投资战略与客户策略分析

第一节 酸奶企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做大做强的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 酸奶企业战略规划制定依据

一、国家政策支持

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 酸奶企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 酸奶中小企业发展战略研究

一、中小企业存在主要问题

1、缺乏科学的发展战略

2、缺乏合理的企业制度

3、缺乏现代的企业管理

4、缺乏高素质的专业人才

5、缺乏充足的资金支撑

二、中小企业发展战略思考

1、实施科学的发展战略

2、建立合理的治理结构

3、实行严明的企业管理

4、培养核心的竞争实力

5、构建合作的企业联盟

第十一章 2024-2029年酸奶行业市场策略分析

第一节 酸奶行业营销策略分析及建议

一、酸奶行业营销模式

二、酸奶行业营销策略

第二节 酸奶行业企业经营发展分析及建议

一、酸奶行业经营模式

二、行业发展建议

第三节 多元化策略分析

一、行业多元化策略研究

二、现有竞争企业多元化业务模式

三、上下游行业策略分析

图表目录

图表：酸奶行业产业链结构

图表：酸奶行业生命周期的判断

图表：世界银行最新全球经济增长预测(%)

图表：2019-2023年美国酸奶行业市场规模

图表：2019-2023年日本酸奶行业市场规模

图表：2019-2023年全国酸奶行业利润总额分析

图表：2019-2023年我国酸奶行业营业利润率

图表：酸奶行业营运能力指标分析

图表：酸奶行业偿债能力指标分析

图表：酸奶行业发展能力指标分析

图表：2019-2023年全国酸奶行业总产值

图表：2019-2023年酸奶出口情况

图表：2019-2023年酸奶进口情况

图表：酸奶行业区域市场分布

图表：2019-2023年我国消费者信心指数

图表：不同消费者对酸奶消费意愿

图表：消费者对酸奶价格敏感程度

图表：消费者对酸奶品牌重视程度

图表：购买酸奶的理由

图表：酸奶行业广告效果分析

图表：2019-2023年酸奶品牌关注度

图表：2024-2029年我国酸奶行业市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20191011/140824.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)