



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国酸奶市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国酸奶市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/284545.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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，世界各国的酸奶市场大多有不同程度的增长。中国酸奶市场增长率领跑全球，每年保持着两位数的高速增长。 2010-2015年各国酸奶市场增长率

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 酸奶的相关概述 13

第一节 酸奶的定义及分类 13

一、酸奶的定义 13

二、酸奶的分类 13

第二节 酸奶的营养成分和品种开发 14

一、酸奶的营养成分 14

二、多品种酸奶的开发 15

第三节 酸奶的生产工艺和发展历程 18

一、酸奶的生产工艺 18

二、酸奶的发展历程 19

第二章 2014-2016年世界酸奶行业整体运营状况分析 21

第一节 2014-2016年世界酸奶行业运行综述 21

一、世界酸奶行业发展历程 21

二、世界酸奶深加工状况分析 21

三、世界酸奶行业发展现状 22

第二节 2014-2016年世界酸奶行业动态分析 23

- 一、美国乳制品行业发展分析 23
- 二、欧洲乳制品行业发展分析 24
- 三、日本乳制品市场发展分析 24

第三章 2014-2016年中国酸奶产业运行环境解析 26

第一节 2014-2016年中国酸奶行业经济环境分析 26

- 一、2014-2016年中国GDP增长情况分析 26
- 二、2014-2016年中国工业经济发展形势分析 27
- 三、2014-2016年中国全社会固定资产投资分析 31
- 四、2014-2016年中国社会消费品零售总额分析 33
- 五、2014-2016年中国城乡居民收入与消费分析 35

中国城镇居民的消费能力远超农村人口，近年的增长趋势也略快于农村人口。从数据上看，北上广等发达城市的酸奶消费占比远高于乡镇消费者。随着城市化进程的推进，越来越多的农村人口转化成为城镇居民，不断地为酸奶消费支出注入增长动力。城镇与农村居民在食品上的消费性支出相差巨大

- 六、2014-2016年中国对外贸易发展形势分析 38

第二节 2014-2016年中国酸奶政策环境分析 38

- 一、《中华人民共和国食品安全法》 38
- 二、《乳品质量安全监督管理条例》 42
- 三、中国制定乳品安全国家新标准 48
- 四、中国酸乳制品的卫生标准 49
- 五、中国乳制品工业产业政策 51

第三节 2014-2016年中国酸奶行业社会环境分析 54

- 一、2016年中国人口规模与结构分析 54
- 二、2016年城乡居民乳制品消费情况 57
- 三、中国乳制品和酸奶消费特征分析 59
- 四、中国食品安全环境分析 60

第四节 2014-2016年中国乳制品产业环境分析 61

- 一、2016年中国奶类及牛奶产量分析 61
- 二、2016年中国乳制品行业发展概述 62
- 三、2016年中国乳制品行业发展概况 63
- 四、2016年中国乳制品产量增长分析 66

第四章 2014-2016年中国酸奶产业运行态势分析 69

第一节 2014-2016年中国酸奶行业现状分析 69

- 一、中国酸奶发展迎来"黄金时期" 69
- 二、奶源争霸加速乳业整合 69
- 三、中国酸奶发酵剂使用现状 71
- 四、酸奶市场益生菌概念模糊 72
- 五、2014-2016年中国原奶价格高涨 72

第二节 2014-2016年中国酸奶市场综述 73

- 一、中国酸奶市场发展概况 73
- 二、中国酸奶市场特征分析 74
- 三、酸奶的市场增长趋势明显 75
- 四、酸奶市场快速增长的因素分析 76
- 五、酸奶细分市场发展分析 77

第三节 中国酸奶市场最新动态分析 79

- 一、夏季老酸奶创造销售奇迹 79
- 二、蒙牛获全球首个酸奶世界冠军 79
- 三、蒙牛收购华北最大酸奶企业君乐宝 80
- 四、国内首款常温酸牛奶上市 81
- 五、雅士利通过乳制品工业产业政策审核 82

第四节 中国酸奶市场竞争状况分析 83

- 一、中国酸奶生产厂商市场占有率 83
- 二、中国酸奶品牌市场占有率分析 84
- 三、中国酸奶品牌表现及价值分析 85
- 四、中国酸奶产业竞争焦点的变化 89

第五节 2014-2016年中国酸奶市场消费分析 89

- 一、中国酸奶市场渗透率 89
- 二、中国酸奶消费者分城市分布状况 90
- 三、中国酸奶消费者分布状况 92
- 四、中国酸奶消费人群的特点 93

节 2014-2016年中国酸奶市场营销分析 95

- 一、红枣酸奶的跨界营销 95

二、青海老酸奶的营销突围	97
三、光明全国化战略步伐提速	98
四、伊利产品全线升级	99
五、君乐宝高端新品齐上市	99
第七节 主要酸奶品牌策略对比	100
一、产品策略	100
二、价格策略	102
三、渠道策略	104
四、推广策略	105
第八节 2014-2016年中国酸奶产业发展存在的问题分析	106
一、乳酸菌饮品标准滞后	106
二、酸奶冷链管理的瓶颈	107
三、酸奶产业低门槛引发混战	107
四、酸奶企业存在的问题	108
五、酸奶产业营销中存在的瓶颈	109
六、生产过程中的问题及解决方法	110

第五章 2016年中国酸奶市场销售状况分析 111

第一节 2016年中国酸奶市场销售量分析 111

- 一、2016年中国搅拌型酸奶市场销售量分析 111
- 二、2016年中国凝固型酸奶市场销售量分析 111

第二节 2016年中国酸奶零售规模分析 112

- 一、2016年中国酸奶零售规模分析 112
- 二、2016年中国酸奶市场结构分析 112
- 三、2016年中国搅拌型酸奶零售规模分析 113
- 四、2016年中国凝固型酸奶零售规模分析 114

第三节 2016年中国酸奶市场销售价格分析 115

- 一、2016年中国搅拌型酸奶零售价格分析 115
- 二、2016年中国凝固型酸奶零售价格分析 115

第六章 2013-2016年中国酸奶产品进出口状况分析 116

第一节 2016年中国酸奶产品进口分析 116

- 一、2011-2016年国酸奶进口数量情况 116
- 二、2011-2016年中国酸奶进口金额情况 116
- 第二节 2016年中国酸奶产品出口分析 117
 - 一、2011-2016年中国酸奶出口数量情况 117
 - 二、2011-2016年中国酸奶出口金额情况 118
- 第三节 2011-2016年中国酸奶产品进出口均价分析 119
- 第四节 2016年中国酸奶产品进出口省市分析 120
 - 一、2016年中国酸奶进口省市情况 120
 - 二、2016年中国酸奶出口省市情况 121
- 第五节 2016年中国酸奶产品进出口流向分析 122
 - 一、2016年中国酸奶进口来源地情况 122
 - 二、2016年中国酸奶出口目的地情况 123

第七章 2014-2016年酸奶包装行业发展分析 124

第一节 酸奶常见的包装形式 124

- 一、玻璃瓶、陶瓷罐包装 124
- 二、塑料包装 124
- 三、爱克林壶形包装 126
- 四、复合材料包装 126
- 五、金属罐包装 128
- 六、五类常见酸奶包装的对比分析 128

第二节 酸奶的包装构图现状分析 129

- 一、突出产品特色以"色"诱人 129
- 二、产品图案"鲜"声夺人 130
- 三、不同品类"牵线"不同包装图案 131

第三节 酸奶包装发展趋势分析 131

- 一、针对不同人群的包装 131
- 二、安全卫生的包装 131
- 三、信息化和功能型包装 131
- 四、绿色化的包装 132

第四节 未来酸奶包装形式预测 132

第八章 2014-2016年中国酸奶行业企业发展分析 133

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 133

- 一、公司基本情况 133
- 二、2016年企业经营情况分析 135
- 三、2016年企业经济指标分析 136
- 四、2016年企业盈利能力分析 137
- 五、2016年企业偿债能力分析 137
- 六、2016年企业运营能力分析 138
- 七、2016年企业成本费用分析 138

第二节 光明乳业股份有限公司 139

- 一、公司基本情况 139
- 二、2016年企业经营情况分析 140
- 三、2016年企业经济指标分析 141
- 四、2016年企业盈利能力分析 141
- 五、2016年企业偿债能力分析 142
- 六、2016年企业运营能力分析 142
- 七、2016年企业成本费用分析 142

第三节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 143

- 一、公司基本情况 143
- 二、2016年企业经营情况分析 145
- 三、2016年企业经济指标分析 146
- 四、2016年企业盈利能力分析 147
- 五、2016年企业偿债能力分析 147
- 六、2016年企业运营能力分析 147

第四节 北京三元食品股份有限公司 148

- 一、公司基本情况 148
- 二、2016年企业经营情况分析 149
- 三、2016年企业经济指标分析 149
- 四、2016年企业盈利能力分析 150
- 五、2016年企业偿债能力分析 150
- 六、2016年企业运营能力分析 151
- 七、2016年企业成本费用分析 151

第五节 四川新希望农业股份有限公司 152

- 一、公司基本情况 152
- 二、2016年企业经营情况分析 153
- 三、2016年企业经济指标分析 155
- 四、2016年企业盈利能力分析 156
- 五、2016年企业偿债能力分析 156
- 六、2016年企业运营能力分析 157
- 七、2016年企业成本费用分析 157

第六节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司 158

- 一、公司基本情况 158
- 二、2016年企业主要经济指标 159
- 三、2016年企业偿债能力分析 160
- 四、2016年企业盈利能力分析 160
- 五、2016年企业运营能力分析 161

第七节 大连三寰乳业有限公司 162

- 一、公司基本情况 162
- 二、2016年企业主要经济指标 163
- 三、2016年企业偿债能力分析 164
- 四、2016年企业盈利能力分析 164
- 五、2016年企业运营能力分析 165

第八节 成都乃奇乐乳业有限公司 165

- 一、公司基本情况 165
- 二、2016年企业主要经济指标 166
- 三、2016年企业偿债能力分析 166
- 四、2016年企业盈利能力分析 167
- 五、2016年企业运营能力分析 167

第九节 杭州娃哈哈集团 168

- 一、企业基本情况 168
- 二、公司经营状况分析 168

第十节 济南佳宝乳业有限公司 169

- 一、企业基本情况 169
- 二、公司经营状况分析 170

第十一节 养乐多（中国）有限公司 171

一、企业基本情况 171

二、公司经营状况分析 172

第十二节 沈阳乳业有限公司（辉山乳业） 173

一、企业基本情况 173

二、公司经营状况 173

第十三节 青海小西牛生物乳业有限公司 174

第九章 2017-2022年中国酸奶行业发展前景及趋势预测 176 (AK WZY)

第一节 2017-2022年中国酸奶市场销售量预测 176

一、2017-2022年中国搅拌型酸奶市场销售量预测 176

二、2017-2022年中国凝固型酸奶市场销售量预测 177

第二节 2017-2022年中国酸奶市场零售规模预测 177

一、2017-2022年中国酸奶市场零售规模预测 177

二、2017-2022年中国搅拌型酸奶市场零售规模预测 178

三、2017-2022年中国凝固型酸奶市场零售规模预测 179

第三节 2017-2022年中国酸奶及相关产业发展趋势分析 180

一、酸奶市场按照消费人群的细分趋势 180

二、风味型酸奶的发展趋势 181

三、中国酸奶发酵剂发展趋势分析 182

四、乳品添加剂应用发展趋势 184

部分图表目录：

图表 1 酸奶的分类 14

图表 2 牛奶与酸奶中各营养成分的比较 15

图表 3 酸奶生产流程图 19

图表 4 欧洲国家乳制品消费发展阶段分析 24

图表 5 2011-2016年中国国内生产总值及增长速度趋势图 27

图表 6 2012-2016年中国规模以上工业企业经济指标统计 29

图表 7 2011-2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 30

图表 8 2016年规模以上工业增加值环比增长趋势图 31

图表 9 2011-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 32

图表 10 2016年固定资产投资（不含农户）环比增长趋势图 32

图表 11 2011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 34

图表 12 2016年社会消费品零售总额环比增长趋势图 35

图表 13 2011-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 36

图表 14 2011-2016年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 15 2011-2016年农村居民纯收入及增长情况统计 37

图表 16 2011-2016年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 17 2011-2016年中国进出口总额增长趋势图 38

图表 18 酸乳的感官指标 50

图表 19 酸乳的理化指标 50

图表 20 酸乳的微生物指标 50

图表 21 酸乳的乳酸菌指标 50

图表 22 乳制品企业能源消耗及水消耗指标 52

图表 23 2016年中国人口数及其构成情况 54

图表 24 2012-2016年中国人口数量变化趋势图 55

图表 25 2012-2016年中国城镇居民奶及奶制品人均消费支出趋势图 57

图表 26 2016年中国城镇居民不同收入水平家庭的奶及乳制品人均消费量 58

图表 27 2012-2016年中国农村居民的奶及乳制品人均消费量 58

图表 28 2016年不同地区农村居民的奶及乳制品人均消费量 58

图表 29 酸奶消费者细分及消费特征 60

图表 30 2012-2016年中国奶类及牛奶产量情况统计 61

图表 31 2012-2016年中国奶类产品产量趋势图 62

图表 32 2012-2016年中国牛奶产量趋势图 62

图表 33 2016年中国乳制品行业经济指标统计 62

图表 34 2016年中国乳制品行业经济指标统计 64

图表 35 2016年中国乳制品行业前五省区企业数量排名 65

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284545.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。