

# 2016-2022年中国马奶酒行业 业市场分析及发展策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国马奶酒行业市场分析及发展策略咨询报告》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.chinairr.org/report/R07/R0701/201602/16-196538.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

蒙古族人民世居草原，以畜牧为生计。马奶酒、手扒肉、烤羊肉是他们日常生活最喜欢的饮料食品和待客佳肴。每年七八月份牛肥马壮，是酿制马奶酒的季节。勤劳的蒙古族妇女将马奶收贮于皮囊中，加以搅拌，数日后便乳脂分离，发酵成酒。随着科学的发达，生活的繁荣，蒙古人酿制马奶酒的工艺日益精湛完善，不仅有简单的发酵法，还出现了酿制烈性奶酒的蒸馏法。六蒸六酿后的奶酒方为上品。

马奶酒性温，有驱寒、舒筋、活血、健胃等功效。被称为元玉浆，是“蒙古八珍”之一。曾为元朝宫廷和蒙古贵族府第的主要饮料。忽必烈还常把它盛在珍贵的金碗里，犒赏有功之臣。当你踏上草原，走进蒙古包后，热情好客的蒙古人便会将美酒斟在银碗或金杯中，托在长长的哈达上，唱起动人的敬酒歌，款待远方的贵客，以表达自己的诚挚之情。这时，客人理应随即接住酒，然后能饮则饮，不能饮品尝少许，便可将酒归还主人。若是推推让让，拉拉扯扯，不喝酒，就会被认为是瞧不起主人，不愿以诚相见等等。主人的满腔热情，常常使客人产生难别之情，眷恋之感。

据专家考证，奶酒起源于春秋时期，自汉便有“马逐水草，人仰潼酪”的文字记载，极盛于元，流行于北方少数民族已有两千多年，系历史悠久的传统佳酿。一直承担着游牧民族礼仪用酒的角色。奶酒，蒙语称“阿日里”。相传早在元朝初期，漠北处于大动乱、大变革时期，当时的蒙古各部落七零八落，部落之间较量实力，各选君主。刚满17岁的铁木真继承了父亲的遗志，骑上战马，挥旗重建家园。铁木真的妻子在家里，一面思念远征的丈夫，一面制作奶食品。有一天，她在烧酸奶时，锅盖上水珠流到了旁边碗里，她嗅到特殊的奶香味。一尝味美、香甜，还有一种飘飘欲仙的感觉，她渐渐地在生产生活中掌握了制酒的工艺，并简单地制作了酒具，亲手酿造。在铁木真做大汗的庆典仪式上，她把自己酿造的酒献给丈夫成吉思汗和将士们，大汗和众将士喝了以后，连声叫好。从此，成吉思汗把它封为御膳酒，起名叫赛林艾日哈。每当蒙古族向您敬献哈达和奶酒时，是对贵客的最高礼仪。奶酒便成为蒙古族接待上宾的必备佳酿。

### 奶酒类型

#### 发酵型奶酒

发酵型奶酒是完全采用草原优质牛奶和乳清发酵酿制而成，剔除了牛奶中易使人体发胖的脂肪，富含18种氨基酸、多种维生素、钙、锌等人体必需的各种微量元素。酒体因富含氨基酸、维生素等而显出浅金黄色，奶香纯正、酸甜适口、醇和爽净。度数一般在18度以下。百吉纳奶酒属发酵型奶酒。百吉纳奶酒以源自大草原优质乳和乳清为原料利用现代生物技术、酶工程技术、纳米技术和世界专利技术装备，严格按照ISO9001国际质量管理体系标准要

求控制的条件下，精心酿制而成。

### 蒸馏型奶酒

蒸馏型奶酒以乳清液和鲜牛奶为原料，经乳酸、酒精发酵，液态蒸馏制成。蒸馏奶酒无色、清亮透明，无悬浮物无沉淀。

### 酒精度

按照奶酒国家标准的工艺要求，发酵型奶酒属于低度酒，酒精度不高于18度。

蒸馏型奶酒是在发酵的基础上，通过加热提纯酒度，损失了绝大多数的营养物质，酒精度较高，在19-48度之间。

### 饮用方式

因发酵奶酒富含丰富的氨基酸、维生素容易分解氧化，应避光保存。在保质期内早饮为好，最好是即开即饮，打开之后没有喝完就需要及时扣盖并冷藏，冷藏七天为宜，这样才能防止酒体内的营养物质减少并确保饮用的口感与质量。

适宜温度5-16度，冰饮口感更佳。

根据个人喜好可以与其他饮料如雪碧、绿茶等或酒调配饮用，更具独特风味。

根据个人饮酒实际情况，适量饮酒，建议饮用量为每次125ml以下。

## 报告目录：

第一章 2013-2015年马奶酒行业分析	15
第一节 2013-2015年世界马奶酒发展总体状况	15
一、国际马奶酒行业结构面临发展变局	15
二、2014-2015年全球马奶酒市场持续扩张	15
三、2014-2015年国际马奶酒市场发展态势	16
四、经济全球化下国外马奶酒开发的策略	18
第二节 2013-2015年中国马奶酒行业的发展	19
一、我国马奶酒行业发展取得的进步	19
二、2014-2015年中国马奶酒行业发展态势	21
三、中国马奶酒行业逐步向优势区域集聚	23
四、我国马奶酒行业的政策导向分析	25
第三节 马奶酒行业的投资机遇	27
一、我国马奶酒行业面临的政策机遇	27
二、产业结构调整为发展马奶酒发展提供良机	28

三、我国马奶酒行业投资潜力	28
第四节 马奶酒行业发展存在的问题	29
一、中国马奶酒行业化发展的主要瓶颈	29
二、我国马奶酒行业发展中存在的不足	30
三、制约中国马奶酒行业发展的因素	31
四、我国马奶酒行业发展面临的挑战	31
第五节 促进我国马奶酒行业发展的对策	31
一、加快我国马奶酒行业发展的对策	31
二、促进马奶酒行业健康发展的思路	32
三、发展壮大中国马奶酒行业的策略简析	34
四、区域马奶酒行业发展壮大的政策建议	34
第二章 2013-2015年中国马奶酒产业运行环境分析	36
第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析	36
一、中国GDP分析	36
二、消费价格指数分析	38
三、城乡居民收入分析	40
四、社会消费品零售总额	40
五、全社会固定资产投资分析	42
六、进出口总额及增长率分析	43
第二节 2013-2015年中国马奶酒产业政策环境分析	45
一、马奶酒产业政策分析	45
二、马奶酒标准分析	47
三、进出口政策分析	48
第三节 2013-2015年中国马奶酒产业社会环境分析	49
一、人口环境分析	49
二、教育环境分析	50
三、文化环境分析	51
四、生态环境分析	51
第三章 2013-2015年中国马奶酒产业运行走势分析	54
第一节 2013-2015年中国马奶酒产业发展概述	54

- 一、马奶酒产业回顾 54
- 二、世界马奶酒市场分析 60
- 三、马奶酒产业技术分析 61
- 第二节 2013-2015年中国马奶酒产业运行态势分析 65
  - 一、马奶酒价格分析 65
  - 二、世界先进水平的马奶酒 65
- 第三节 2013-2015年中国马奶酒产业发展存在问题分析 66

#### 第四章 2013-2015年中国马奶酒产业市场运行态势分析 67

- 第一节 2013-2015年中国马奶酒产业市场发展总况 67
  - 一、马奶酒市场供给情况分析 67
  - 二、马奶酒需求分析 67
  - 三、马奶酒需求特点分析 68
- 第二节 2013-2015年中国马奶酒产业市场动态分析 69
  - 一、马奶酒品牌分析 69
  - 二、马奶酒产品产量结构性分析 70
  - 三、马奶酒经营发展能力 71
- 第三节 2013-2015年中国马奶酒产业市场销售情况分析 72

#### 第五章 2013-2015年中国马奶酒进出口数据监测分析 73

- 第一节 2013-2015年中国马奶酒进口数据分析 73
  - 一、进口数量分析 73
  - 二、进口金额分析 73
- 第二节 2013-2015年中国马奶酒出口数据分析 74
  - 一、出口数量分析 74
  - 二、出口金额分析 75
- 第三节 2013-2015年中国马奶酒进出口平均单价分析 75
- 第四节 2013-2015年中国马奶酒进出口国家及地区分析 77
  - 一、进口国家及地区分析 77
  - 二、出口国家及地区分析 77

#### 第六章 2013-2015年中国马奶酒行业主要数据监测分析 79

第一节 2013-2015年中国马奶酒行业规模分析	79
一、企业数量增长分析	79
二、从业人数增长分析	79
三、资产规模增长分析	80
第二节 2015年中国马奶酒行业结构分析	81
一、企业数量结构分析	81
二、销售收入结构分析	81
第三节 2013-2015年中国马奶酒行业产值分析	82
一、产成品增长分析	82
二、工业销售产值分析	83
三、出口交货值分析	83
第四节 2013-2015年中国马奶酒行业成本费用分析	84
一、销售成本分析	84
二、费用分析	85
第五节 2013-2015年中国马奶酒行业盈利能力分析	85
一、主要盈利指标分析	85
二、主要盈利能力指标分析	86
第七章 2013-2015年中国马奶酒产品市场竞争格局分析	87
第一节 2013-2015年中国马奶酒竞争现状分析	87
一、马奶酒市场竞争力分析	87
二、马奶酒品牌竞争分析	87
三、马奶酒价格竞争分析	88
第二节 2013-2015年中国马奶酒产业集中度分析	90
一、马奶酒市场集中度分析	90
二、马奶酒区域集中度分析	91
第三节 2013-2015年中国马奶酒企业提升竞争力策略分析	92
第八章 马奶酒优势企业竞争性财务数据分析	94
第一节、A公司	94
一、企业概况	94
二、企业主要经济指标分析	94

三、企业盈利能力分析	98
四、企业偿债能力分析	99
五、企业运营能力分析	99
六、企业成长能力分析	100
第二节、B公司	100
一、企业概况	100
二、企业主要经济指标分析	101
三、企业盈利能力分析	102
四、企业偿债能力分析	102
五、企业运营能力分析	103
六、企业成长能力分析	104
第三节、C公司	104
一、企业概况	104
二、企业主要经济指标分析	105
三、企业盈利能力分析	106
四、企业偿债能力分析	106
五、企业运营能力分析	107
六、企业成长能力分析	107
第四节、D公司	108
一、企业概况	108
二、企业主要经济指标分析	109
三、企业盈利能力分析	109
四、企业偿债能力分析	110
五、企业运营能力分析	110
六、企业成长能力分析	111
第五节、E公司	111
一、企业概况	111
二、企业主要经济指标分析	113
三、企业盈利能力分析	113
四、企业偿债能力分析	114
五、企业运营能力分析	115
六、企业成长能力分析	115

## 第六节、F公司 116

### 一、企业概况 116

### 二、企业主要经济指标分析 116

### 三、企业盈利能力分析 116

### 四、企业偿债能力分析 117

### 五、企业运营能力分析 118

### 六、企业成长能力分析 118

## 第九章 2016-2022年中国马奶酒产业发趋势预测分析 119

### 第一节 2016-2022年中国马奶酒发展趋势分析 119

#### 一、马奶酒产业技术发展方向分析 119

#### 二、马奶酒竞争格局预测分析 120

#### 三、马奶酒行业发展预测分析 121

### 第二节 2016-2022年中国马奶酒市场预测分析 122

#### 一、马奶酒供给预测分析 122

#### 二、马奶酒需求预测分析 122

#### 三、马奶酒进出口预测分析 123

### 第三节 2016-2022年中国马奶酒市场盈利预测分析 124

## 第十章 2016-2022年中国马奶酒行业投资机会与风险分析 126

### 第一节 2016-2022年中国马奶酒行业投资环境分析 126

### 第二节 2016-2022年中国马奶酒行业投资机会分析 129

#### 一、马奶酒投资潜力分析 129

#### 二、马奶酒投资吸引力分析 130

### 第三节 2016-2022年中国马奶酒行业投资风险分析 131

#### 一、市场竞争风险分析 131

#### 二、政策风险分析 131

#### 三、技术风险分析 132

### 第四节 专家建议 134

## 图表目录：

### 图表 1 2013-2015年1-6月全球马奶酒行业市场规模分析 15

图表 2	2015年1-6月份社会消费品零售总额主要数据	41
图表 3	我国马奶酒相关标准	47
图表 4	2014年末人口数及其构成	50
图表 5	2008-2014年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数	50
图表 6	全球马奶酒行业发展历程分析	60
图表 7	2013-2015年1-6月我国马奶酒产品市场均价分析	65
图表 8	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业市场供给分析	67
图表 9	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业市场需求分析	67
图表 10	2015年1-6月我国马奶酒行业需求结构分析	68
图表 11	2015年1-6月我国马奶酒行业产量结构分析	70
图表 12	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业总资产周转率分析	71
图表 13	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业市场销售分析	72
图表 14	2013-2015年1-6月中国马奶酒行业进口数量分析	73
图表 15	2013-2015年1-6月中国马奶酒行业进口金额分析	73
图表 16	2013-2015年1-6月中国马奶酒行业出口数量分析	74
图表 17	2013-2015年1-6月中国马奶酒行业出口金额分析	75
图表 18	2013-2015年1-6月中国马奶酒行业进口平均单价分析	75
图表 19	2013-2015年1-6月中国马奶酒行业出口平均单价分析	76
图表 20	2015年1-6月中国马奶酒行业进口来源国分析	77
图表 21	2015年1-6月中国马奶酒行业出口目的地分析	77
图表 22	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业企业数量分析	79
图表 23	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业从业人数分析	79
图表 24	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业资产规模分析	80
图表 25	2015年1-6月我国马奶酒行业企业数量结构分析	81
图表 26	2015年1-6月我国马奶酒行业销售收入结构分析	81
图表 27	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业产成品资金占用分析	82
图表 28	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业工业销售产值分析	83
图表 29	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业出口交货值分析	83
图表 30	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业销售成本分析	84
图表 31	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业管理费用分析	85
图表 32	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业利润总额分析	85
图表 33	2013-2015年1-6月我国马奶酒行业成本费用利润率分析	86

图表 34 2015年1-6月我国马奶酒行业市场需求集中度分析 90

图表 35 2015年1-6月我国马奶酒行业生产企业集中度分析 91

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0701/201602/16-196538.html>