

2017-2022年中国乳酸菌饮料行业市场分析与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国乳酸菌饮料行业市场分析与发展前景研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0702/201705/17-231320.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

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

乳酸菌饮料可分为发酵型和调配型两种。其中，乳酸菌饮料都是牛奶经过乳酸菌发酵后制成的，属于发酵型乳酸菌饮料，而除此以外的乳酸菌饮料则属于调配型产品，是用牛奶、水、白糖、柠檬酸或乳酸配制而成的，不经过发酵，产品中没有乳酸菌及乳酸菌的代谢物。

我国乳酸菌饮料市场起步较晚，消费者认知不充分，市场培育还在继续。相比于传统乳饮料，乳酸菌饮料生产工艺、冷链配送要求高，考量企业的研发和推广能力。国内乳酸菌行业起步较晚，加上技术工艺极为落后，导致国内企业数量相对较少。与国外相比，我国在乳酸菌新菌种的技术、研究、筛选等方面还有很大的距离。国外的乳酸菌广泛应用在食品、膳食补充剂、药品、化妆品、饲料等多个领域，菌制品种类繁多，已经形成了产业规模，而我国乳酸菌更多应用在乳制品中，产业发展面临技术瓶颈。对于企业来说，应最大限度利用乳酸菌发酵产品的优势，通过不断提高企业研发投入来开发更多的新型品种，使之投放市场，从而获得较多的市场份额。从消费趋势来看，常温乳酸菌饮料已经进入发展的黄金时代，在很长一段时间内将保持高增长的态势，是乳企抢夺全国市场的关键。因此，常温乳酸菌饮料将会成为乳制品市场发展的下一个“大风口”。由于婴幼儿配方奶竞争激烈、低端常温奶利润低，而乳酸菌饮料市场培育初见成效，所以被认为是未来的“蓝海”。

报告目录 第一章 乳酸菌饮料行业相关概述1.1 乳酸菌饮料行业定义及特点1.1.1 乳酸菌饮料行业的定义1.1.2 乳酸菌饮料的类型1.1.3 乳酸菌饮料的特点及营养价值1.2 乳酸菌饮料的研制与开发1.2.1 主要实验材料及试验分析方法1.2.2 实验内容及要点1.3 乳酸菌饮料制作工艺分析1.4 乳酸菌饮料选购注意与酸奶区别 第二章 乳酸菌饮料行业市场特点概述2.1 行业市场概况2.1.1 行业市场特点2.1.2 行业市场化程度2.1.3 行业利润水平及变动趋势2.2 进入本行业的主要障碍2.2.1 资金准入障碍2.2.2 市场准入障碍2.2.3 技术与人才障碍2.2.4 其他障碍2.3 行业的周期性、区域性2.3.1 行业周期分析1、行业的周期波动性2、行业产品生命周期2.3.2 行业的区域性2.4 行业与上下游行业的关联性2.4.1 行业产业链概述2.4.2 上游产业分布2.4.3 下游产业分布 第三章 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业发展环境分析3.1 乳酸菌饮料行业政治法律环境（P）3.1.1 行业主管部门分析3.1.2 行业监管体制分析3.1.3 行业主要法律法规3.1.4 相关产业政策分析3.1.5 行业相关发展规划3.1.6 政策环境对行业的影响3.2 乳酸菌饮料行业经济环境分析（E）3.2.1 宏观经济形势分析3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析3.3 乳酸菌饮料行业社会环境分析（S）3.3.1 乳酸菌饮料产业社会环境3.3.2 社会环境对行业的影响3.4 乳酸菌饮料行业技术环境分析（T）3.4.1 乳酸菌饮料技术分析1、技术水平总体发展情况2、中国乳酸菌饮料行业新技术研究3.4.2 乳酸菌饮料技术发展水平1、中国乳酸菌饮料行业技术水平所处阶段2、与国外乳酸菌饮料行业的技术差距3.4.3 行业主要技术发展趋势3.4.4 技术环境对行业的影响 第四章 全球乳酸菌饮料行业发展概述4.1 2014-2016年全球乳酸菌饮料行业发展情况概述4.1.1 全球乳酸菌饮料行

业发展现状4.1.2 全球乳酸菌饮料行业发展特征4.1.3 全球乳酸菌饮料行业市场规模4.2 2014-2016年
全球主要地区乳酸菌饮料行业发展状况4.2.1 欧洲乳酸菌饮料行业发展情况概述4.2.2 美国乳
酸菌饮料行业发展情况概述4.2.3 日韩乳酸菌饮料行业发展情况概述4.3 2017-2022年全球乳酸菌
饮料行业发展前景预测4.3.1 全球乳酸菌饮料行业市场规模预测4.3.2 全球乳酸菌饮料行业发展
前景分析4.3.3 全球乳酸菌饮料行业发展趋势分析4.4 全球乳酸菌饮料行业重点企业发展动态分
析 第五章 中国乳酸菌饮料行业发展概述5.1 中国乳酸菌饮料行业发展状况分析5.1.1 中国乳
酸菌饮料行业发展阶段5.1.2 中国乳酸菌饮料行业发展总体概况5.1.3 中国乳酸菌饮料行业发展特
点分析5.2 2014-2016年乳酸菌饮料行业发展现状5.2.1 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业市场规
模5.2.2 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业发展分析5.2.3 2014-2016年中国乳酸菌饮料企业发展分
析5.3 2017-2022年中国乳酸菌饮料行业面临的困境及对策5.3.1 中国乳酸菌饮料行业面临的困境
及对策1、中国乳酸菌饮料行业面临困境2、中国乳酸菌饮料行业对策探讨5.3.2 中国乳酸菌饮
料企业发展困境及策略分析1、中国乳酸菌饮料企业面临的困境2、中国乳酸菌饮料企业的对
策探讨5.3.3 国内乳酸菌饮料企业的出路分析 第六章 中国乳酸菌饮料行业市场运行分析6.1
2014-2016年中国乳酸菌饮料行业总体规模分析6.1.1 企业数量结构分析6.1.2 人员规模状况分
析6.1.3 行业资产规模分析6.1.4 行业市场规模分析6.2 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业产销情况
分析6.2.1 中国乳酸菌饮料行业工业总产值6.2.2 中国乳酸菌饮料行业工业销售产值6.2.3 中国乳
酸菌饮料行业产销率6.3 2014-2016年中国乳酸菌饮料行业市场供需分析6.3.1 中国乳酸菌饮料行
业供给分析6.3.2 中国乳酸菌饮料行业需求分析6.3.3 中国乳酸菌饮料行业供需平衡6.4 2014-2016
年中国乳酸菌饮料行业财务指标总体分析6.4.1 行业盈利能力分析6.4.2 行业偿债能力分析6.4.3
行业营运能力分析6.4.4 行业发展能力分析 第七章 中国乳酸菌饮料行业细分市场分析7.1 乳
酸菌饮料行业细分市场概况7.1.1 市场细分充分程度7.1.2 市场细分发展趋势7.1.3 市场细分战略研
究7.1.4 细分市场结构分析7.2 低温乳酸菌饮料7.2.1 市场发展现状概述7.2.2 行业市场规模分
析7.2.3 行业市场需求分析7.2.4 产品市场潜力分析7.3 常温乳酸菌饮料7.3.1 市场发展现状概
述7.3.2 行业市场规模分析7.3.3 行业市场需求分析7.3.4 产品市场潜力分析 第八章 中国乳酸菌饮
料行业上、下游产业链分析8.1 乳酸菌饮料行业产业链概述8.1.1 产业链定义8.1.2 乳酸菌饮料行
业产业链8.2 乳酸菌饮料行业主要上游产业发展分析8.2.1 上游产业发展现状8.2.2 上游产业供给
分析8.2.3 上游供给价格分析8.2.4 主要供给企业分析8.3 乳酸菌饮料行业主要下游产业发展分
析8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析8.3.3 下游（应用
行业）主要需求企业分析8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析 第九章 中国乳酸菌
饮料行业市场竞争格局分析9.1 中国乳酸菌饮料行业竞争格局分析9.1.1 乳酸菌饮料行业区域分
布格局9.1.2 乳酸菌饮料行业企业规模格局9.1.3 乳酸菌饮料行业企业性质格局9.2 中国乳酸菌饮
料行业竞争五力分析9.2.1 乳酸菌饮料行业上游议价能力9.2.2 乳酸菌饮料行业下游议价能

力9.2.3 乳酸菌饮料行业新进入者威胁9.2.4 乳酸菌饮料行业替代产品威胁9.2.5 乳酸菌饮料行业
现有企业竞争9.3 中国乳酸菌饮料行业竞争SWOT分析9.3.1 乳酸菌饮料行业优势分析（S）9.3.2
乳酸菌饮料行业劣势分析（W）9.3.3 乳酸菌饮料行业机会分析（O）9.3.4 乳酸菌饮料行业威
胁分析（T）9.4 中国乳酸菌饮料行业投资兼并重组整合分析9.4.1 投资兼并重组现状9.4.2 投资
兼并重组案例 第十章 中国乳酸菌饮料行业领先企业竞争力分析10.1 内蒙古伊利实业集团股份
有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业主要产品分析10.1.3 企业竞争优势分析10.1.4 企业
经营状况分析10.1.5 企业最新发展动态10.1.6 企业发展战略分析10.2 蒙牛乳业有限公司10.2.1 企
业发展基本情况10.2.2 企业主要产品分析10.2.3 企业竞争优势分析10.2.4 企业经营状况分
析10.2.5 企业最新发展动态10.2.6 企业发展战略分析10.3 上海光明乳业股份有限公司10.3.1 企业
发展基本情况10.3.2 企业主要产品分析10.3.3 企业竞争优势分析10.3.4 企业经营状况分析10.3.5
企业最新发展动态10.3.6 企业发展战略分析10.4 北京三元食品股份有限公司10.4.1 企业发展基
本情况10.4.2 企业主要产品分析10.4.3 企业竞争优势分析10.4.4 企业经营状况分析10.4.5 企业最
新发展动态10.4.6 企业发展战略分析10.5 广州益力多乳品有限公司10.5.1 企业发展基本情
况10.5.2 企业主要产品分析10.5.3 企业竞争优势分析10.5.4 企业经营状况分析10.5.5 企业最新发
展动态10.5.6 企业发展战略分析10.6 石家庄君乐宝乳业有限公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2
企业主要产品分析10.6.3 企业竞争优势分析10.6.4 企业经营状况分析10.6.5 企业最新发展动
态10.6.6 企业发展战略分析10.7 杭州娃哈哈集团有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业主
要产品分析10.7.3 企业竞争优势分析10.7.4 企业经营状况分析10.7.5 企业最新发展动态10.7.6 企
业发展战略分析10.8 辽宁辉山控股(集团)有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业主要产
品分析10.8.3 企业竞争优势分析10.8.4 企业经营状况分析10.8.5 企业最新发展动态10.8.6 企业发
展战略分析10.9 广东燕塘乳业股份有限公司10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业主要产品分
析10.9.3 企业竞争优势分析10.9.4 企业经营状况分析10.9.5 企业最新发展动态10.9.6 企业发展战
略分析10.10 重庆市天友乳业股份有限公司10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业主要产品分
析10.10.3 企业竞争优势分析10.10.4 企业经营状况分析10.10.5 企业最新发展动态10.10.6 企业发
展战略分析 第十一章 2017-2022年中国乳酸菌饮料行业发展趋势与前景分析11.1 2017-2022年中
国乳酸菌饮料市场发展前景11.1.1 2017-2022年乳酸菌饮料市场发展潜力11.1.2 2017-2022年乳酸
菌饮料市场发展前景展望11.1.3 2017-2022年乳酸菌饮料细分行业发展前景分析11.2 2017-2022年
中国乳酸菌饮料市场发展趋势预测11.2.1 2017-2022年乳酸菌饮料行业发展趋势11.2.2 2017-2022
年乳酸菌饮料市场规模预测11.2.3 2017-2022年乳酸菌饮料行业应用趋势预测11.2.4 2017-2022年
细分市场发展趋势预测11.3 2017-2022年中国乳酸菌饮料行业供需预测11.3.1 2017-2022年中国乳
酸菌饮料行业供给预测11.3.2 2017-2022年中国乳酸菌饮料行业需求预测11.3.3 2017-2022年中国
乳酸菌饮料供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 行业发展有利因素与不利

因素11.4.2 市场整合成长趋势分析11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.4 企业区域市场拓展的趋势11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2017-2022年中国乳酸菌饮料行业投资前景12.1 乳酸菌饮料行业投资现状分析12.1.1 乳酸菌饮料行业投资规模分析12.1.2 乳酸菌饮料行业投资资金来源构成12.1.3 乳酸菌饮料行业投资项目建设分析12.1.4 乳酸菌饮料行业投资资金用途分析12.1.5 乳酸菌饮料行业投资主体构成分析12.2 乳酸菌饮料行业投资特性分析12.2.1 乳酸菌饮料行业进入壁垒分析12.2.2 乳酸菌饮料行业盈利模式分析12.2.3 乳酸菌饮料行业盈利因素分析12.3 乳酸菌饮料行业投资机会分析12.3.1 产业链投资机会12.3.2 细分市场投资机会12.3.3 重点区域投资机会12.3.4 产业发展的空白点分析12.4 乳酸菌饮料行业投资风险分析12.4.1 乳酸菌饮料行业政策风险12.4.2 宏观经济风险12.4.3 市场竞争风险12.4.4 关联产业风险12.4.5 产品结构风险12.4.6 技术研发风险12.4.7 其他投资风险12.5 乳酸菌饮料行业投资潜力与建议12.5.1 乳酸菌饮料行业投资潜力分析12.5.2 乳酸菌饮料行业最新投资动态12.5.3 乳酸菌饮料行业投资机会与建议 第十三章 2017-2022年中国乳酸菌饮料企业投资战略与客户策略分析13.1 乳酸菌饮料企业发展战略规划背景意义13.1.1 企业转型升级的需要13.1.2 企业做大做强的需要13.1.3 企业可持续发展需要13.2 乳酸菌饮料企业战略规划制定依据13.2.1 国家政策支持13.2.2 行业发展规律13.2.3 企业资源与能力13.2.4 可预期的战略定位13.3 乳酸菌饮料企业战略规划策略分析13.3.1 战略综合规划13.3.2 技术开发战略13.3.3 区域战略规划13.3.4 产业战略规划13.3.5 营销品牌战略13.3.6 竞争战略规划13.4 乳酸菌饮料中小企业发展战略研究13.4.1 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13.4.2 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 第十四章 研究结论及建议14.1 研究结论14.2 建议14.2.1 行业发展策略建议14.2.2 行业投资方向建议14.2.3 行业投资方式建议 图表目录图表：乳酸菌饮料行业特点图表：乳酸菌饮料行业生命周期图表：乳酸菌饮料行业产业链分析图表：2014-2016年乳酸菌饮料行业市场规模分析图表：2017-2022年乳酸菌饮料行业市场规模预测图表：中国乳酸菌饮料行业盈利能力分析图表：中国乳酸菌饮料行业运营能力分析图表：中国乳酸菌饮料行业偿债能力分析图表：中国乳酸菌饮料行业发展能力分析图表：中国乳酸菌饮料行业经营效益分析图表：2014-2016年乳酸菌饮料重要数据指标比较图表：2014-2016年中国乳酸菌饮料行业销售情况分析图表：2014-2016年中国乳酸菌饮料行业利润情况分析图表：2014-2016年中国乳酸菌饮料行业资产情况分析图表：2014-2016年中国乳酸菌饮料竞争力分析图表：2017-2022年中国乳酸菌饮料产能预测图表：2017-2022年中国乳酸菌饮料消费量预测图表：2017-2022年中国乳酸菌饮料市场价格走势预测图表：2017-2022年中国乳酸菌饮料发展趋势预测图表：区域发展战略规划略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201705/17-231320.html>