

# 2021-2027年中国乳酸菌饮料市场深度研究与投资战略报告

## 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

《2021-2027年中国乳酸菌饮料市场深度研究与投资战略报告》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/R0702/202107/01-416207.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

乳酸菌饮料是指以乳或乳制品为原料，经乳酸菌发酵制得的乳液中加入水，以及食糖和（或）甜味剂、酸味剂、果汁、茶、咖啡、植物提取液等的一种或几种调制而成的饮料。根据其是否经过杀菌处理而区分为杀菌（非活菌）型和未杀菌（活菌）型。

从消费趋势看，常温乳酸菌饮品已进入发展的黄金时期，近年维持较高的增长态势，是乳品企业抢夺市场的关键。2015-2019年五年间，国内常温乳酸菌饮品市场规模从77.2亿元增长至148.8亿元，复合增长率为17.8%。未来5年内，随着宏观经济增长趋缓、常温乳酸菌饮品市场逐步饱和，常温乳酸菌饮品市场增速将有所放缓，预计至2024年，国内常温乳酸菌饮品市场有望达211.9亿元。2020-2024年中国常温乳酸菌饮品市场规模走势预测 中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国乳酸菌饮料市场深度研究与报告》共十二章。首先介绍了中国乳酸菌饮料行业市场发展环境、乳酸菌饮料整体运行态势等，接着分析了中国乳酸菌饮料行业市场运行的现状，然后介绍了乳酸菌饮料市场竞争格局。随后，报告对乳酸菌饮料做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国乳酸菌饮料行业发展趋势与投资预测。您若想对乳酸菌饮料产业有个系统的了解或者想投资中国乳酸菌饮料行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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 中国乳酸菌饮料行业PEST模型分析

#### 第一节 乳酸菌饮料行业定义统计标准

- 一、乳酸菌饮料行业概念及分类
- 二、乳酸菌饮料行业统计部门和统计口径
- 三、乳酸菌饮料行业产业链结构分析
- 四、乳酸菌饮料行业发展周期分析

#### 第二节 中国乳酸菌饮料行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准
- 四、行业贸易环境分析
- 五、行业“十三五”发展规划

### 第三节 中国乳酸菌饮料行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对乳酸菌饮料行业影响
- 二、国内宏观经济及对乳酸菌饮料行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析
- 四、乳酸菌饮料行业在食品制造行业地位分析

### 第四节 中国乳酸菌饮料行业社会环境分析（S）

- 一、我国人口因素及对乳酸菌饮料行业影响
- 二、乳酸菌饮料人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对乳酸菌饮料行业影响

### 第五节 中国乳酸菌饮料行业技术环境分析（T）

- 一、生产技术
- 二、安全检测技术

## 第二章 2015-2019年全球乳酸菌饮料行业市场发展状况分析

### 第一节 2015-2019年世界乳酸菌饮料行业发展状况

- 一、世界乳酸菌饮料行业生产情况
- 二、世界乳酸菌饮料消费及趋势分析
- 三、世界乳酸菌饮料行业发展趋势分析

### 第二节 美国乳酸菌饮料行业现状分析

- 一、美国乳酸菌饮料行业的市场现状
- 二、美国乳酸菌饮料行业的市场特征

### 第三节 日本乳酸菌饮料行业现状分析

- 一、日本乳酸菌饮料行业的市场规模
- 二、日本乳酸菌饮料行业的市场特征
- 三、日本饮料市场销售特征

### 第四节 欧洲乳酸菌饮料行业市场状况

- 一、欧洲乳酸菌饮料行业的市场现状
- 二、欧洲乳酸菌饮料行业的市场特征

### 第五节 主要跨国乳酸菌饮料公司在中国市场的投资布局

## 第三章 2015-2019年我国乳酸菌饮料所属行业现状及市场发展分析

### 第一节 2015-2019年我国乳酸菌饮料所属行业发展现状

一、乳酸菌饮料行业市场规模

二、乳酸菌饮料行业产品发展现状

三、乳酸菌饮料行业消费市场现状

第二节 2015-2019年乳酸菌饮料行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2015-2019年乳酸菌饮料所属行业市场结构和价格走势分析

一、2015-2019年我国乳酸菌饮料市场结构和价格走势概述

二、2015-2019年我国乳酸菌饮料市场结构分析

三、2015-2019年我国乳酸菌饮料市场价格走势分析

第四节 2015-2019年重点城市乳酸菌饮料市场发展情况

第四章 2015-2019年中国乳酸菌饮料所属行业财务指标与供需情况分析

第一节 2015-2019年中国乳酸菌饮料所属行业经济运行主要特点

第二节 2015-2019年乳酸菌饮料所属行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2015-2019年全国乳酸菌饮料所属行业供给情况分析

一、全国乳酸菌饮料所属行业总产值分析

二、全国乳酸菌饮料所属行业产成品分析

三、各地区乳酸菌饮料所属行业供给情况分析

第四节 2015-2019年全国乳酸菌饮料所属行业需求情况分析

一、全国乳酸菌饮料所属行业销售产值分析

二、全国乳酸菌饮料所属行业销售收入分析

三、各地区乳酸菌饮料所属行业需求情况分析

四、全国乳酸菌饮料所属行业产销率分析

第五节 2015-2019年中国乳酸菌饮料所属行业进出口分析

## 一、所属行业出口分析

- 1、行业出口整体情况
- 2、行业出口产品结构
- 3、乳酸菌饮料所属行业出口前景及建议

## 二、所属行业进口分析

- 1、行业进口整体情况
- 2、行业进口产品结构
- 3、乳酸菌饮料所属行业进口前景及建议

## 第五章 乳酸菌饮料区域市场情况分析

### 第一节 华北地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

### 第二节 东北地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

### 第三节 华东地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

### 第四节 华南地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

#### 第五节 中南地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

#### 第六节 西南地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

#### 第七节 西北地区

- 一、2015-2019年行业发展现状分析
- 二、2015-2019年市场需求情况分析
- 三、2015-2019年市场规模情况分析
- 四、2015-2019年行业竞争格局分析
- 五、2015-2019年消费者的偏好分析
- 六、2021-2027年行业发展趋势分析

## 第六章 中国乳酸菌饮料行业消费市场分析

### 第一节 中国乳酸菌饮料消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2015-2019年消费者收入水平

### 三、2019年消费者信心指数分析

#### 第二节 乳酸菌饮料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 乳酸菌饮料市场消费需求分析

##### 一、乳酸菌饮料市场的消费需求变化

##### 二、乳酸菌饮料行业的需求情况分析

##### 三、2019年乳酸菌饮料品牌市场消费需求趋势

#### 第四节 乳酸菌饮料消费市场状况分析

##### 一、乳酸菌饮料行业消费特点

##### 二、乳酸菌饮料消费者分析

##### 三、乳酸菌饮料消费结构分析

##### 四、乳酸菌饮料消费的市场变化

##### 五、乳酸菌饮料市场的消费方向

#### 第五节 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

#### 第六节 乳酸菌饮料行业产品的品牌市场调查

##### 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

##### 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

##### 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

##### 四、消费者经常购买的品牌调查

##### 五、乳酸菌饮料行业品牌忠诚度调查

##### 六、乳酸菌饮料行业品牌市场占有率调查

##### 七、消费者的消费理念调研

### 第七章 乳酸菌饮料行业竞争格局与竞争策略分析

#### 第一节 波特五力模型分析



- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

## 第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

## 第三节 2015-2019年乳酸菌饮料行业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外乳酸菌饮料竞争分析
- 二、2015-2019年我国乳酸菌饮料市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国乳酸菌饮料市场集中度分析
- 四、2021-2027年国内主要乳酸菌饮料企业动向
- 五、2019年国内乳酸菌饮料拟在建项目分析

## 第四节 乳酸菌饮料市场竞争策略分析

- 一、2019年乳酸菌饮料市场增长潜力分析
- 二、2019年乳酸菌饮料主要潜力品种分析
- 三、现有乳酸菌饮料产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

## 第五节 乳酸菌饮料企业竞争策略分析

- 一、乳酸菌饮料行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2021-2027年我国乳酸菌饮料市场竞争趋势
- 三、2021-2027年乳酸菌饮料行业竞争策略分析
- 四、2021-2027年乳酸菌饮料企业竞争策略分析

## 第八章 主要乳酸菌饮料企业竞争分析

### 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况
- 四、发展战略

## 第二节 蒙牛乳业有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第三节 上海光明乳业股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第四节 北京三元食品股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第五节 广州益力多乳品有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第六节 石家庄君乐宝乳业有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、经营状况

### 四、发展战略

## 第九章 乳酸菌饮料行业发展趋势与前景预测

### 第一节 我国乳酸菌饮料行业前景与机遇分析

#### 一、我国乳酸菌饮料行业发展前景

#### 二、我国乳酸菌饮料发展机遇分析

### 第二节 2021-2027年中国乳酸菌饮料市场趋势分析

消费者对环境和自身健康的认识是决定2020年饮料行业未来的两个重要因素。乳酸菌饮料公

司现在必须跟上这一趋势的转变，创新产品，不仅以乳酸菌的选择为重点，而且要与健康发展趋势保持一致。乳酸菌饮料趋势

## 功能性

乳酸菌饮料行业首先应具备功能性好处，从肠道健康到免疫系统健康，消费者现在从乳酸菌饮料中寻找更多的东西，而不仅仅是水合作用。味动力(werdery)乳酸菌饮料品牌也顺应了这一趋势，因嗜热链球菌、保加利亚乳杆菌、干酪乳杆菌三种丹麦进口菌种组合缔结

## 发酵

发酵的乳酸菌饮料含有丰富的益生菌，具有大量的益处，可用于治疗消化问题和增强免疫力。味动力(werdery)是一种“双发酵”乳酸菌饮料，经“益生菌+果汁”双发酵的味动力(werdery)乳酸菌饮料，能去除水果本身含有的生涩味，并产生大量的酸鲜甜味物质，带来醇厚芬芳的口感和天然的酸甜味道。

## 个性化

越来越多的品牌需要迎合消费者日益复杂的需求，通过“按需饮用”为消费者创造个性体验，所以乳酸菌饮料品牌需要通过创新来提升自己的竞争力。作为乳酸菌饮料的代表品牌，味动力(werdery)以添加益生元作为回应。益生元是一种膳食补充剂，可以促进人体自身有益菌的生长和活性，帮助调节肠道功能。

综上所述，注重健康的消费者是乳酸菌饮料的主要目标之一，许多品牌都希望利用这一显著的健康生活趋势。味动力(werdery)作为一种拥有健康益处的乳酸菌饮料，市场份额不断增长，就是最好的证明。

一、2015-2019年乳酸菌饮料市场趋势总结

二、2021-2027年乳酸菌饮料市场发展空间

三、2021-2027年乳酸菌饮料产业政策趋向

四、2021-2027年乳酸菌饮料技术革新趋势

五、2021-2027年乳酸菌饮料价格走势分析

六、2021-2027年国际环境对行业的影响

七、2021-2027年乳酸菌饮料发展趋势分析

## 第三节 未来乳酸菌饮料需求与消费预测

一、2021-2027年乳酸菌饮料产品消费预测

二、2021-2027年乳酸菌饮料市场规模预测

三、2021-2027年乳酸菌饮料行业总产值预测

四、2021-2027年乳酸菌饮料行业销售收入预测

#### 第四节 2021-2027年中国乳酸菌饮料行业供需预测

- 一、2021-2027年中国乳酸菌饮料供给预测
- 二、2021-2027年中国乳酸菌饮料需求预测
- 三、2021-2027年中国乳酸菌饮料供需平衡预测
- 四、2021-2027年中国乳酸菌饮料产品价格趋势
- 五、2021-2027年主要乳酸菌饮料产品进出口预测

#### 第十章 乳酸菌饮料行业投资现状与投资环境分析

##### 第一节 2015-2019年乳酸菌饮料行业投资情况分析

- 一、总体投资及结构
- 二、投资规模及增速
- 三、分行业投资分析
- 四、分地区投资分析
- 五、外商投资情况

##### 第二节 经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济形势分析
- 二、2021-2027年投资趋势及其影响预测

##### 第三节 政策法规环境分析

##### 第四节 技术发展环境分析

- 一、乳酸菌饮料技术发展分析
- 二、2021-2027年乳酸菌饮料技术发展趋势分析

##### 第五节 社会发展环境分析

#### 第十一章 乳酸菌饮料行业投资机会与风险分析

##### 第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2019年相关产业活力系数比较
- 二、2015-2019年行业活力系数分析

##### 第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2019年相关产业投资收益率比较
- 二、2015-2019年行业投资收益率分析

##### 第三节 乳酸菌饮料行业投资效益分析

- 一、2015-2019年乳酸菌饮料行业投资状况分析

- 二、2021-2027年乳酸菌饮料行业投资效益分析
  - 三、2021-2027年乳酸菌饮料行业投资趋势预测
  - 四、2021-2027年乳酸菌饮料行业的投资方向
  - 五、2021-2027年乳酸菌饮料行业投资的建议
  - 六、新进入者应注意的障碍因素分析
- 第四节 影响乳酸菌饮料行业发展的主要因素（SWOT分析）
- 一、2021-2027年影响乳酸菌饮料行业运行的有利因素分析
  - 二、2021-2027年影响乳酸菌饮料行业运行的不利因素分析
  - 三、2021-2027年我国乳酸菌饮料行业发展面临的挑战分析
  - 四、2021-2027年我国乳酸菌饮料行业发展面临的机遇分析
- 第五节 乳酸菌饮料行业投资风险及控制策略分析
- 一、2021-2027年乳酸菌饮料行业市场风险及控制策略
  - 二、2021-2027年乳酸菌饮料行业政策风险及控制策略
  - 三、2021-2027年乳酸菌饮料行业经营风险及控制策略
  - 四、2021-2027年乳酸菌饮料行业技术风险及控制策略
  - 五、2021-2027年乳酸菌饮料行业同业竞争风险及控制策略
  - 六、2021-2027年乳酸菌饮料行业其他风险及控制策略

## 第十二章 乳酸菌饮料行业投资战略研究（）

### 第一节 乳酸菌饮料行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国乳酸菌饮料品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、乳酸菌饮料实施品牌战略的意义
- 三、乳酸菌饮料企业品牌的现状分析
- 四、我国乳酸菌饮料企业的品牌战略

## 五、乳酸菌饮料品牌战略管理的策略

### 第三节 乳酸菌饮料经营策略分析

#### 一、乳酸菌饮料市场细分策略

#### 二、乳酸菌饮料市场创新策略

#### 三、饮料品牌定位与品类规划

#### 四、乳酸菌饮料新产品差异化战略

### 第四节 投资战略研究

#### 一、2019年乳酸菌饮料投资战略（ ）

#### 二、2019年乳酸菌饮料行业投资战略

#### 三、2021-2027年乳酸菌饮料行业投资战略

#### 图表目录：

图表：2015-2019年乳酸菌饮料资产总额

图表：2015-2019年乳酸菌饮料总资产增长趋势图

图表：2015-2019年乳酸菌饮料不同规模企业总资产

图表：2015-2019年乳酸菌饮料不同规模企业总资产对比图

图表：2015-2019年乳酸菌饮料不同所有制企业总资产

图表：2015-2019年乳酸菌饮料不同所有制企业总资产对比图

更多图表请见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/202107/01-416207.html>