

2012-2016年中国酸奶市场 供需预测与投资战略研究报告

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

《2012-2016年中国酸奶市场供需预测与投资战略研究报告》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/R0702/201204/01-96166.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

益生菌是指有益于人类的生命和健康的一类肠道生理细菌，如双歧杆菌、嗜酸乳杆菌、干酪乳杆菌等乳酸菌。目前市面上各种酸奶制品品种繁多，有凝固型的、搅拌型的，还有加入不同的果汁、酸甜可口、适应各人不同口味的果汁型酸奶。不管是何种酸奶，其共同的特点都是含有乳酸菌。这些乳酸菌在人体的肠道内繁殖时会分泌对人体健康有益的物质，因此酸奶对人体有较多的好处：减肥，保健等

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国酸奶市场供需预测与投资战略研究报告》共十二章。首先介绍了中国酸奶行业市场发展环境、中国酸奶整体运行态势等，接着分析了中国酸奶行业市场运行的现状，然后介绍了中国酸奶市场竞争格局。随后，报告对中国酸奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国酸奶行业发展趋势与投资预测。您若想对酸奶产业有个系统的了解或者想投资酸奶行业，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。

第一章 世界酸奶行业整体运营状况分析

第一节 2011年世界酸奶行业运行综述

一、世界酸奶行业发展历程

二、国外酸奶深加工

三、国外酸奶生产情况分析

四、国外酸奶贸易综述

五、国外酸奶消费情况分析

第二节 2011年美国酸奶行业动态分析

一、美国市场的冷冻酸奶再度流行

二、美国修订酸奶标准

第三节 2011年世界其它国家酸奶行业发展现状分析

一、德国

二、法国

三、日本

四、意大利

第四节 2012-2016年世界酸奶产业趋势分析

第二章 中国酸奶产业运行环境分析

第一节 国内酸奶经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国酸奶经济发展预测分析

第二节 中国酸奶行业政策环境分析

第三章 中国酸奶产业运行态势分析

第一节 2011年中国酸奶市场现状分析

- 一、中国酸奶产业特点分析
- 二、中国酸奶产业发展迎来“黄金时期”
- 三、中国酸奶发酵剂使用现状
- 四、中国新鲜酸奶的现状和走势
- 五、酸奶提高免疫力冠益乳获批“国食健字”
- 六、乳酸菌产业成为推进中国乳业发展的活跃板块

第二节 2011年中国酸奶产业发展存在的问题分析

- 一、乳酸菌饮品标准滞后
- 二、酸奶冷链管理的瓶颈
- 三、经济危机下的中国酸奶行业危机分析

第三节 2011年中国酸奶产业发展对策分析

第四章 2009-2011年中国酸奶制造行业数据监测分析

第一节 2009-2011年中国酸奶行业总体数据分析

- 一、2009年中国酸奶行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国酸奶行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国酸奶行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国酸奶行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国酸奶行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国酸奶行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国酸奶行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国酸奶行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国酸奶行业不同所有制企业数据分析

- 二、2010年中国酸奶行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国酸奶行业不同所有制企业数据分析

第五章 2009-2011年中国酸奶产量数据统计分析

第一节 2009年中国酸奶产量数据分析

- 一、2009年全国酸奶产量数据分析
- 二、2009年酸奶重点省市数据分析

第二节 2010年中国酸奶产量数据分析

- 一、2010年全国酸奶产量数据分析
- 二、2010年酸奶重点省市数据分析

第三节 2011年中国酸奶产量数据分析

- 一、2011年全国酸奶产量数据分析
- 二、2011年酸奶重点省市数据分析

第六章 中国酸奶市场运行走势分析

第一节 2011年中国酸奶市场运行环境分析

- 一、酸奶材料上涨
- 二、蒙牛、伊利、光明、三元乳业巨头纷纷提价
- 三、达能、雀巢、蒙牛相继进行酸奶领域的收购

第二节 2011年中国酸奶市场综述

- 一、酸奶市场益生菌概念模糊
- 二、酸奶的市场增长趋势明显
- 三、全国酸奶市场的销售数据分析
- 四、全国酸奶市场的价格状况

第三节 2011年全国酸奶的品种结构状况

- 一、凝固型酸奶
- 二、搅拌型酸奶

第四节 2011年中国品牌酸奶市场份额同比分析

- 一、中国酸奶年增长率及占整个液体乳市场份额
- 二、蒙牛
- 三、君乐宝
- 四、伊利

五、达能

第五节 2011年中国酸奶市场存在的问题分析

- 一、酸奶饮料品牌战拉开
- 二、酸奶功效被夸大
- 三、酸奶现行标准有三大缺陷
- 四、酸奶饮品市场三大乱现象
- 五、酸奶产业低门槛引发混战

第七章 中国酸奶市场消费调查及营销策略分析

第一节 受访者基本情况

- 一、消费者性别
- 二、消费者年龄
- 三、消费者收入
- 四、消费者职业
- 五、区域分布

第二节 2011年中国酸奶市场消费者消费行业调研

- 一、消费者购买普及率
- 二、购买酸奶考虑因素及其占比（新鲜、品质、营养、口味、口感）
- 三、消费者购买酸奶频率
- 四、酸奶购买渠道占比
- 五、饮用频率

第三节 酸奶品牌表现及价值分析

- 一、品牌知晓度
- 二、品牌忠诚度--饮用频率
- 三、品牌忠诚度--购买频率
- 四、品牌忠诚度--议价空间
- 五、品牌忠诚度--推荐度
- 六、品牌形象
- 七、品牌价值综合分析

第四节 品牌营销及广告表现

- 一、广告到达率
- 二、广告到达途径

三、广告有效性--喜爱度

四、广告有效性--购买说服力

五、广告效果综合分析

第五节 中国酸奶营销策略分析

一、国外的酸奶研发与创新

二、酸奶市场形态分析

三、酸奶营销趋势分析

四、酸奶创新的经典案例分析

五、未来趋势和相关建议

第八章 中国酸奶市场营销深度剖析

第一节 国内酸奶产量和人均消费水平的变化态势

第二节 2011年国内酸奶市场发展态势

一、酸奶市场各区域市场容量推估

二、酸奶消费的重点城市分析

第三节 2011年国内酸奶市场变化特征

一、产品种类变化特征分析

二、产品价格变化特征分析

三、酸奶产品渠道特征分析

四、酸奶包装形态变化特征分析

第四节 2011年国内酸奶市场竞争格局的变化

一、酸奶不同品牌发展态势

二、主要酸奶品牌市场销售量和市场占有率

第五节 2011年中国主要城市不同品牌的市场占有率

一、北京不同品牌酸奶市场占有率分析

二、上海不同品牌酸奶市场占有率分析

三、沈阳不同品牌酸奶市场占有率分析

四、广州不同品牌酸奶市场占有率分析

第六节 不同品牌的市场定位

一、三元酸奶市场定位

二、光明酸奶市场定位

三、伊利酸奶市场定位

四、蒙牛酸奶市场定位

第七节 2012-2016年国内酸奶和酸奶饮料市场发展趋势

第九章 中国酸奶行业竞争情况分析

第一节 2011年中国酸奶行业竞争格局概况

一、酸奶产品类别竞争程度分析

二、替代品竞争状况分析

三、冷链技术及产品加工技术竞争

四、品牌竞争分析

第二节 2011年中国酸奶行业结构分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节 2011年中国酸奶行业提升竞争力策略分析

第四节 2012-2016年中国酸奶市场竞争趋势分析

第十章 中国酸奶重点企业运行分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 光明乳业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 北京三元食品股份有限公司

一、企业基本情况

- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 乐百氏（广东）食品饮料有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 西安银桥生物科技有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 吉林省乳业集团广泽有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 菏泽兔巴哥食品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 南京光明乳品有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 禹城东君乳业（禹城）有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 杭州祐康达美食品有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2012-2016年中国酸奶前景展望与趋势预测分析

第一节 2012-2016年国内酸奶包装发展趋势预测

一、安全卫生的包装

二、信息化和功能型包装

三、绿色化的包装

第二节 2012-2016年中国酸奶行业市场预测分析

一、酸奶消费——乳业市场崛起的金山

二、酸奶市场供给情况预测分析

三、酸奶市场需求消费预测分析

第三节 2012-2016年中国酸奶行业盈利预测分析

第十二章 2012-2016年中国酸奶产业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国酸奶行业投资概况

一、酸奶行业投资特性

二、酸奶行业投资政策解读

第二节 2012-2016年中国酸奶投资机会分析

一、功能性酸奶成为乳制品行业开发的热点

二、“酸奶”成我国乳品行业开采的“金矿”

第三节 2012-2016年中国酸奶行业投资风险分析

一、政策监管日益加强

二、质量安全风险

三、行业竞争风险

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国酸奶市场供需预测与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0702/201204/01-96166.html>