

# 中国乳酸菌饮料行业发展现状分析与投资趋势预测报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国乳酸菌饮料行业发展现状分析与投资趋势预测报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583647.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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来分，乳酸菌饮料分为杀菌（非活菌）型和未杀菌（活菌）型。其中杀菌型乳酸菌饮料又称为低温乳酸菌饮料，在我国发展较早，但目前市场尚未走向垄断；未杀菌型乳酸菌饮料又称为常温乳酸菌饮料，虽然在我国发展较晚，但市场发展增速很快。

### 乳酸菌饮料分类

#### 杀菌（非活菌）型

即低温乳酸菌饮料在我国发展较早；因其含有活性乳酸菌，需要在2 -10 的低温条件下贮存和销售，且保质期较短，因此对生产工艺、冷链运输和推广成本要求很高。消费人群和市场集中度较高，主要在人口集中、健康意识更高的一二线城市。市场定位方面，各品牌之间差别较大，养乐多定位高档市场，而其它品牌如优益C、每日活菌等则定位中档市场；品牌方面，伊利、蒙牛、均瑶、味全具有较大优势，但目前市场尚未走向垄断，各品牌均有机会。

#### 未杀菌（活菌）型

即常温乳酸菌饮料在我国崛起于近几年，但市场发展增速很快。一方面，其生产过程中会将乳酸菌进行灭活，保质期更长，满足了常温贮存和销售的条件，大大扩展了销售区域，有利于促进行业品牌的丰富性和产品的多样性；另一方面，常温乳酸菌可以和果汁、蔬菜汁、谷物等天然元素结合，开发出健康、营养、口感更丰富的产品，为产品创新提供了发挥的空间，同时也对不同消费场景提供了更广阔的适应性；再者，鉴于低温乳酸菌饮品早期建立的消费需求基础，常温乳酸菌也被视为具有“促消化”、“润肠道”等功能的营养、健康的饮品。

与低温乳酸菌饮料市场不同，常温乳酸菌饮料的消费市场较为分散，主要集中在三四线城市及乡镇。资料来源：观研天下整理

#### 一、饮料市场

乳酸菌饮料属于饮料产业。千亿的市场下，饮料高频刚需，而乳酸菌饮料能够调节胃肠功能、改善肠道消化活力、给身体带来积极益处的乳酸菌饮料便被现代人视为健康食品，并长期以来成为消费市场追捧的热点。

近年来随着国民经济持续稳定增长、居民消费水平的不断提升及消费结构的升级，中国饮料行业呈现出良好的增长态势。据统计，中国饮料行业销售额由2016年的4997.2亿元增长至2019年的5785.60亿元，估计2021年饮料行业销售金额将达到6296亿元。

数据来源：观研天下整理

#### 二、含乳饮料市场

含乳饮料是指以鲜乳或乳制品为原料，经发酵或未经发酵加工制成的制品。含乳饮料分为配制型含乳饮料、发酵型含乳饮料和乳酸菌饮料。

含乳饮料在饮料大板块中属于蛋白饮料细分，作为饮料重要细分板块，含乳饮料兼具乳制品和饮料属性，也就是比乳制品更具风味，既能作为餐中饮品，又能在休闲时刻帮助解渴；比饮料更具营养，蛋白质更为丰富，如果蛋白质摄入达不到标准，可在日常生活中将含乳饮料作为补充。这使得含乳饮料的消费场景更加多元化。而乳酸菌饮料则是含乳饮料最重要和最受欢迎的细分品类之一。因此含乳饮料市场的发展也将带动乳酸菌饮料市场的发展。

近年由于含乳饮料的产品自身优势、消费者消费理念的转变和行业大型厂商的持续宣传推广，近年来国内含乳饮料市场得到了蓬勃发展。有数据显示，2011至2020年期间，我国乳制品市场规模由2394亿元增至4146亿元，年复合增长率为6.3%。

数据来源：观研天下整理

### 三、乳酸菌饮品市场

自2015年以来，我国乳酸菌饮品市场保持了较为快速的发展。数据显示，2015-2019年，乳酸菌饮品保持了11.2%的平均复合增长率，至2019年市场规模约为364.8亿元，预计2024年有望达到492.4亿元的规模。

数据来源：观研天下整理

其中常温乳酸菌饮品市场的增长快于整体乳酸菌饮品市场的增长速度。2015-2019年期间，常温乳酸菌饮品市场保持了17.8%的平均复合增长率，至2019年市场规模约为148.8亿元，预计2024年有望达到211.9亿元的规模。

数据来源：观研天下整理

市场竞争方面，受常温乳酸菌饮品高增长及高利润的驱动，各大低温乳酸菌饮品知名厂商纷纷进入该领域，众多小厂商也争相分羹市场。随着领先企业如均瑶大健康饮品、伊利股份在常温乳酸菌市场加大投入，铺设全国市场，市场集中度会逐步提高，但市场竞争仍然趋于激烈。

展望未来，伴随着社会发展和国民财富水平的快速提升，食品饮料行业的消费升级是明确的发展趋势，“健康、安全、营养”的产品有望获得更大的发展空间。同时消费者健康消费习惯不断养成，乳酸菌饮料市场正在显现出巨大潜力，并且也开始以日常饮品的角色，切入到不同消费场景当中。相信在未来，消费升级趋势之下，乳酸菌饮料品类不断破圈，整体行业也将迎来真正的发展。

目前我国乳酸菌饮料市场正向品类多、功能+、高端化的发展阶段发展。对于未来乳酸菌饮料的市场趋势，首先是市场下沉；由于消费者健康意识的逐步提高，越来越多消费者对乳酸菌的功能产生认知，一些三四线市场的消费群体也不断扩大，乳酸菌开始逐渐下沉；其次是

更加具有功能性，从肠道健康到免疫系统健康，消费者寻求从乳酸菌饮料中得到更多的东西；再次是具有个性化和多样化，通过“按需饮用”为消费者创造个性体验，以迎合消费者日益复杂的需求，所以乳酸菌饮料品牌需要通过创新来提升自己的竞争力。

资料来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国乳酸菌饮料行业发展现状分析与投资趋势预测报告（2022-2029年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022年中国乳酸菌饮料行业发展概述

#### 第一节 乳酸菌饮料行业发展情况概述

##### 一、乳酸菌饮料行业相关定义

##### 二、乳酸菌饮料行业基本情况介绍

##### 三、乳酸菌饮料行业发展特点分析

##### 四、乳酸菌饮料行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、乳酸菌饮料行业需求主体分析

第二节中国乳酸菌饮料行业生命周期分析

一、乳酸菌饮料行业生命周期理论概述

二、乳酸菌饮料行业所属的生命周期分析

第三节乳酸菌饮料行业经济指标分析

一、乳酸菌饮料行业的赢利性分析

二、乳酸菌饮料行业的经济周期分析

三、乳酸菌饮料行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球乳酸菌饮料行业市场发展现状分析

第一节全球乳酸菌饮料行业发展历程回顾

第二节全球乳酸菌饮料行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲乳酸菌饮料行业地区市场分析

一、亚洲乳酸菌饮料行业市场现状分析

二、亚洲乳酸菌饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲乳酸菌饮料行业市场前景分析

第四节北美乳酸菌饮料行业地区市场分析

一、北美乳酸菌饮料行业市场现状分析

二、北美乳酸菌饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美乳酸菌饮料行业市场前景分析

第五节欧洲乳酸菌饮料行业地区市场分析

一、欧洲乳酸菌饮料行业市场现状分析

二、欧洲乳酸菌饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲乳酸菌饮料行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界乳酸菌饮料行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球乳酸菌饮料行业市场规模预测

第三章 中国乳酸菌饮料行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对乳酸菌饮料行业的影响分析

第三节中国乳酸菌饮料行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对乳酸菌饮料行业的影响分析

第五节中国乳酸菌饮料行业产业社会环境分析

第四章 中国乳酸菌饮料行业运行情况

第一节中国乳酸菌饮料行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国乳酸菌饮料行业市场规模分析

一、影响中国乳酸菌饮料行业市场规模的因素

二、中国乳酸菌饮料行业市场规模

三、中国乳酸菌饮料行业市场规模解析

第三节中国乳酸菌饮料行业供应情况分析

一、中国乳酸菌饮料行业供应规模

二、中国乳酸菌饮料行业供应特点

第四节中国乳酸菌饮料行业需求情况分析

一、中国乳酸菌饮料行业需求规模

二、中国乳酸菌饮料行业需求特点

第五节中国乳酸菌饮料行业供需平衡分析

第五章 中国乳酸菌饮料行业产业链和细分市场分析

第一节中国乳酸菌饮料行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、乳酸菌饮料行业产业链图解

第二节中国乳酸菌饮料行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
  - 二、上游产业对乳酸菌饮料行业的影响分析
  - 三、下游产业发展现状
  - 四、下游产业对乳酸菌饮料行业的影响分析
- 第三节我国乳酸菌饮料行业细分市场分析
- 一、细分市场一
  - 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国乳酸菌饮料行业市场竞争分析

### 第一节中国乳酸菌饮料行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

### 第二节中国乳酸菌饮料行业竞争现状分析

- 一、中国乳酸菌饮料行业竞争格局分析
- 二、中国乳酸菌饮料行业主要品牌分析

### 第三节中国乳酸菌饮料行业集中度分析

- 一、中国乳酸菌饮料行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国乳酸菌饮料行业市场集中度分析

## 第七章 2018-2022年中国乳酸菌饮料行业模型分析

### 第一节中国乳酸菌饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国乳酸菌饮料行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

## 五、行业威胁

## 六、中国乳酸菌饮料行业SWOT分析结论

### 第三节中国乳酸菌饮料行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、PEST模型概述

#### 二、政策因素

#### 三、经济因素

#### 四、社会因素

#### 五、技术因素

#### 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2018-2022年中国乳酸菌饮料行业需求特点与动态分析

### 第一节中国乳酸菌饮料行业市场动态情况

### 第二节中国乳酸菌饮料行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节乳酸菌饮料行业成本结构分析

### 第四节乳酸菌饮料行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、其他因素

### 第五节中国乳酸菌饮料行业价格现状分析

### 第六节中国乳酸菌饮料行业平均价格走势预测

#### 一、中国乳酸菌饮料行业平均价格趋势分析

#### 二、中国乳酸菌饮料行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国乳酸菌饮料行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国乳酸菌饮料行业所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节中国乳酸菌饮料行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节中国乳酸菌饮料行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2018-2022年中国乳酸菌饮料行业区域市场现状分析

### 第一节中国乳酸菌饮料行业区域市场规模分析

#### 影响乳酸菌饮料行业区域市场分布的因素

#### 中国乳酸菌饮料行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区乳酸菌饮料行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区乳酸菌饮料行业市场分析

##### (1) 华东地区乳酸菌饮料行业市场规模

##### (2) 华南地区乳酸菌饮料行业市场现状

##### (3) 华东地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

### 第三节华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区乳酸菌饮料行业市场分析

##### (1) 华中地区乳酸菌饮料行业市场规模

##### (2) 华中地区乳酸菌饮料行业市场现状

##### (3) 华中地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

### 第四节华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区乳酸菌饮料行业市场分析

##### (1) 华南地区乳酸菌饮料行业市场规模

##### (2) 华南地区乳酸菌饮料行业市场现状

##### (3) 华南地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

### 第五节华北地区乳酸菌饮料行业市场分析

#### 一、华北地区概述

## 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区乳酸菌饮料行业市场分析

- (1) 华北地区乳酸菌饮料行业市场规模
- (2) 华北地区乳酸菌饮料行业市场现状
- (3) 华北地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

## 第六节东北地区市场分析

### 一、东北地区概述

### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区乳酸菌饮料行业市场分析

- (1) 东北地区乳酸菌饮料行业市场规模
- (2) 东北地区乳酸菌饮料行业市场现状
- (3) 东北地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

## 第七节西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区乳酸菌饮料行业市场分析

- (1) 西南地区乳酸菌饮料行业市场规模
- (2) 西南地区乳酸菌饮料行业市场现状
- (3) 西南地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

### 一、西北地区概述

### 二、西北地区经济环境分析

### 三、西北地区乳酸菌饮料行业市场分析

- (1) 西北地区乳酸菌饮料行业市场规模
- (2) 西北地区乳酸菌饮料行业市场现状
- (3) 西北地区乳酸菌饮料行业市场规模预测

## 第十一章 乳酸菌饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国乳酸菌饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国乳酸菌饮料行业未来发展前景分析

一、乳酸菌饮料行业国内投资环境分析

二、中国乳酸菌饮料行业市场机会分析

三、中国乳酸菌饮料行业投资增速预测

第二节 中国乳酸菌饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国乳酸菌饮料行业规模发展预测

一、中国乳酸菌饮料行业市场规模预测

二、中国乳酸菌饮料行业市场规模增速预测

三、中国乳酸菌饮料行业产值规模预测

四、中国乳酸菌饮料行业产值增速预测

五、中国乳酸菌饮料行业供需情况预测

第四节中国乳酸菌饮料行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国乳酸菌饮料行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国乳酸菌饮料行业进入壁垒分析

一、乳酸菌饮料行业资金壁垒分析

二、乳酸菌饮料行业技术壁垒分析

三、乳酸菌饮料行业人才壁垒分析

四、乳酸菌饮料行业品牌壁垒分析

五、乳酸菌饮料行业其他壁垒分析

第二节乳酸菌饮料行业风险分析

一、乳酸菌饮料行业宏观环境风险

二、乳酸菌饮料行业技术风险

三、乳酸菌饮料行业竞争风险

四、乳酸菌饮料行业其他风险

第三节中国乳酸菌饮料行业存在的问题

第四节中国乳酸菌饮料行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国乳酸菌饮料行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国乳酸菌饮料行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国乳酸菌饮料行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节乳酸菌饮料行业营销策略分析

一、乳酸菌饮料行业产品营销

二、乳酸菌饮料行业定价策略

三、乳酸菌饮料行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583647.html>