

2020年中国含乳饮料行业前景分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国含乳饮料行业前景分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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://baogao.chinabaogao.com/yinliao/506239506239.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

含乳饮料是饮料行业的重要细分子行业，具有“天然、绿色、营养、健康”的品类特征，符合饮料市场的发展潮流和趋势。同时，含乳饮料作为以乳或乳制品为原料制成的饮料，也受益于乳制品行业整体发展。目前，含乳饮料主要有配制型含乳饮料、乳酸菌饮料和发酵型含乳饮料等类型。

含乳饮料的主要类型

类型

分析

配制型含乳饮料

以乳或乳制品为原料，加入水，以及白砂糖和(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。

乳酸菌饮料

以乳或乳制品为原料，经乳酸菌发酵制得的乳液中加入水，以及白砂糖和(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。

发酵型含乳饮料

以乳或乳制品为原料，经乳酸菌等有益菌培养发酵制得的乳液中加入水，以及白砂糖和(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。资料来源：公开资料整理

近年来，我国含乳饮料市场迅猛发展，具备了较完整的产业链。行业上游主要是采购奶粉、生牛乳、白砂糖等原辅材料及高密度聚乙烯、包装箱、铝膜等包装物，下游主要为经销商及终端消费者。

含乳饮料行业产业链 资料来源：公开资料整理

随着国民经济持续稳定增长、居民消费水平的提升，以及消费结构的升级，也推动了国内饮料工业快速增长。数据显示,2019年，我国饮料制造业（包含酒、精制茶）营业收入15302.7亿元，同比增长5.0%。截至2020年1-5月份，我国饮料制造业（包含酒、精制茶）营业收入5483.3亿元，同比下降9.3%。

2011-2020年1-5月我国饮料制造业（包含酒、精制茶）营业收入

数据来源：国家统计局

乳酸菌饮品是含乳饮料中发展最快的品种之一。据统计数据显示，2019年中国大陆乳酸菌行业市场规模达364.8亿元，2015-2019年间，我国乳酸菌饮品市场复合增长率为11.2%，未来中国大陆乳酸菌市场将持续稳定发展，有望在2024年达到492.4亿元。

2015-2024年我国乳酸菌饮品行业市场规模及增速预测

数据来源：公开资料整理

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，是乳品企业争夺市场的关键。数据显示，2019年中国大陆的常温乳酸菌饮品市场规模达到148.8亿元，2015-2019年期间复合增长率为17.8%，预计至2024年其市场规模有望继续增加到211.9亿元。

2015-2024年我国常温乳酸菌饮品行业市场规模及增速预测

数据来源：公开资料整理

我国含乳饮料行业发展较晚，尚未形成较高的市场集中程度，为充分竞争行业，具有完全的市场化程度，更多品牌主要集中在区域市场竞争。目前含乳饮料市场参与主体较多，在行业井喷之后，随着行业进一步规范，产品品牌和优质单品价值将凸显，行业竞争也将向集中化的方向演化，已经建立品牌壁垒的龙头企业具有进一步扩大市场占有率的趋势，市场集中程度逐渐提升。

含乳饮料行业内主要生产商基本情况

企业名称

产品

注册地

成立时间

品牌实力

东君乳业（禹城）有限公司

优乐多乳酸菌饮品

山东省德州市

2003年

现有一个乳品研发中心、三个生产基地、一个万头奶牛养殖示范牧场，是目前山东最大规模的乳制品生产、销售企业之一

福建好彩头食品股份有限公司

小样优酸乳

福建省泉州市

2005年

已在晋江、江苏、湖北三大地区建立了6大生产基地，辐射华东、华南、华中等国内重要的省份城市

小洋人生物乳业集团

小洋人乳酸菌

河北省沧州市

1994 年

2006年当选《福布斯》2006年度“中国最具潜力100强企业”排名38位，2007年入选我国最具价值商标500强

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

畅意100%乳酸菌饮品

内蒙古呼和浩特

1993 年

中国规模最大、产品线最健全的企业，位居亚洲乳业第一、全球乳业八强

光明乳业股份有限公司

光明植物活力乳酸菌

上海市

1996 年

拥有世界一流的乳品研发中心、乳品加工设备以及先进的乳品加工工艺，是国内规模最大的三家乳制品生产、销售企业之一，行业排名第三

东营一大早乳业有限公司

好益多乳酸菌饮品

山东东营市

2002 年

山东省重点扶持企业，市级农业龙头企业，“一大早”文字及图案被国家工商总局认定为中国驰名商标。主营粗粮饮品、果味饮料、好益多褐色饮料、植物蛋白饮料、八宝粥、含乳饮料等产品资料来源：公开资料整理

含乳饮料行业发展壁垒

壁垒

内容

品牌壁垒

含乳饮料作为一种休闲消费饮品，与消费者的消费偏好息息相关，其中品牌影响力对其选择性有重要影响。快速消费品的品牌影响力是通过长时间的发展和市场积累形成的，依赖于其出众的产品质量控制体系、持续的研发升级能力、健全的营销网络以及大量广告运营投入。快速消费品的品牌形象有利于培养消费者的消费习惯，树立品牌忠实度，对于随后进入行业的竞争者形成品牌壁垒。

新产品开发壁垒

含乳饮料作为快速消费品需要满足消费者口感、营养等要求，才能获得市场。成功的饮品通常是经过长时间的产品开发、不断调整、市场反馈，才能形成能够被广大消费者接受的口味

。同时，饮料市场面对快速变化的大众市场，也必须不断进行产品升级，适应消费者新的需求。含乳饮品公司需要具备持续的产品研发和创新能力，才能维持行业的竞争地位。

销售网络建设壁垒

含乳饮料，尤其是常温乳酸菌饮品，在销售渠道上多元化，能在便利店、批发市场、网吧、学校等终端销售，需要有健全密集型销售网络来满足人们的便利性购买要求。任何一个新进入的企业，都需要投入巨大的资金、人力和物力，并需要较长时间去建立完善的销售渠道和经验丰富的销售团队。营销网络的开拓、建设和维护是一个复杂而艰难的过程，对于行业新进入者构成了壁垒。

规模化经营壁垒

随着未来含乳饮料、尤其是常温乳酸菌饮品细分行业竞争格局的逐步建立，行业集中度将逐步提升，部分中小企业面临被淘汰的可能，具有规模化生产能力的企业竞争优势凸显。较大产能规模的企业具有对采购渠道较强的议价能力，进而降低采购及生产成本；同时，通过和产业链上下游渠道建立长期稳定的合作关系，提高生产效率和产品质量。行业新进入者短期内无法形成规模、成本、效率等多方面协同效应，因而难以在激烈的市场竞争中居于优势地位。

产品质量控制及食品安全壁垒

食品安全涉及大众健康，是食品生产企业的生命线。近年来，国家通过颁布《中华人民共和国产品质量法》、《中华人民共和国食品安全法》、《食品经营许可管理办法》等一系列政策法规，完善食品工业的法制建设，加大食品工业的监管力度。同时，随着消费者消费理念逐步得到提升、食品安全消费意识越来越强，食品饮料工业准入标准也越来越高。资料来源：公开资料整理（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国含乳饮料行业前景分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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。

它是业内企业、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国含乳饮料行业发展概述

第一节 含乳饮料行业发展情况概述

- 一、含乳饮料行业相关定义
- 二、含乳饮料行业基本情况介绍
- 三、含乳饮料行业发展特点分析

第二节 中国含乳饮料行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、含乳饮料行业产业链条分析
- 三、中国含乳饮料行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国含乳饮料行业生命周期分析

- 一、含乳饮料行业生命周期理论概述
- 二、含乳饮料行业所属的生命周期分析

第四节 含乳饮料行业经济指标分析

- 一、含乳饮料行业的赢利性分析
- 二、含乳饮料行业的经济周期分析
- 三、含乳饮料行业附加值的提升空间分析

第五节 中国含乳饮料行业进入壁垒分析

- 一、含乳饮料行业资金壁垒分析
- 二、含乳饮料行业技术壁垒分析
- 三、含乳饮料行业人才壁垒分析
- 四、含乳饮料行业品牌壁垒分析

五、含乳饮料行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球含乳饮料行业市场发展现状分析

第一节 全球含乳饮料行业发展历程回顾

第二节 全球含乳饮料行业市场区域分布情况

第三节 亚洲含乳饮料行业地区市场分析

一、亚洲含乳饮料行业市场现状分析

二、亚洲含乳饮料行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲含乳饮料行业市场前景分析

第四节 北美含乳饮料行业地区市场分析

一、北美含乳饮料行业市场现状分析

二、北美含乳饮料行业市场规模与市场需求分析

三、北美含乳饮料行业市场前景分析

第五节 欧盟含乳饮料行业地区市场分析

一、欧盟含乳饮料行业市场现状分析

二、欧盟含乳饮料行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟含乳饮料行业市场前景分析

第六节 全球含乳饮料行业重点企业分析

一、企业A

1、企业介绍

2、企业主营业务

3、企业经营分析

二、企业B

1、企业介绍

2、企业主营业务

3、企业经营分析

三、企业C

1、企业介绍

2、企业主营业务

3、企业经营分析

第七节 2021-2026年世界含乳饮料行业分布走势预测

第八节 2021-2026年全球含乳饮料行业市场规模预测

第三章 中国含乳饮料产业发展环境分析

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、全社会消费品含乳饮料总额

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 中国含乳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

第三节 中国含乳饮料产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国含乳饮料行业运行情况

第一节 中国含乳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 中国含乳饮料行业市场规模分析

第三节 中国含乳饮料行业供应情况分析

第四节 中国含乳饮料行业需求情况分析

第五节 中国含乳饮料行业供需平衡分析

第六节 中国含乳饮料行业发展趋势分析

第五章 中国含乳饮料所属行业运行数据监测

第一节 中国含乳饮料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 中国含乳饮料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 中国含乳饮料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

第六章 2017-2020年中国含乳饮料市场格局分析

第一节 中国含乳饮料行业竞争现状分析

一、中国含乳饮料行业竞争情况分析

二、中国含乳饮料行业主要品牌分析

第二节 中国含乳饮料行业集中度分析

一、中国含乳饮料行业市场集中度分析

二、中国含乳饮料行业企业集中度分析

第三节 中国含乳饮料行业存在的问题

第四节 中国含乳饮料行业解决问题的策略分析

第五节 中国含乳饮料行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国含乳饮料行业需求特点与动态分析

第一节 中国含乳饮料行业消费市场动态情况

第二节 中国含乳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 含乳饮料行业成本分析

第四节 含乳饮料行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国含乳饮料行业价格现状分析

第六节 中国含乳饮料行业平均价格走势预测

一、中国含乳饮料行业价格影响因素

二、中国含乳饮料行业平均价格走势预测

三、中国含乳饮料行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国含乳饮料行业区域市场现状分析

第一节 中国含乳饮料行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区含乳饮料市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区含乳饮料市场规模分析

四、华东地区含乳饮料市场规模预测

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、华中地区含乳饮料市场规模分析

四、华中地区含乳饮料市场规模预测

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、华南地区含乳饮料市场规模分析

四、华南地区含乳饮料市场规模预测

第九章 2017-2020年中国含乳饮料行业竞争情况

第一节 中国含乳饮料行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国含乳饮料行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国含乳饮料行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 含乳饮料行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国含乳饮料行业发展前景分析与预测

第一节 中国含乳饮料行业未来发展前景分析

一、含乳饮料行业国内投资环境分析

二、中国含乳饮料行业市场机会分析

三、中国含乳饮料行业投资增速预测

第二节 中国含乳饮料行业未来发展趋势预测

第三节 中国含乳饮料行业市场发展预测

一、中国含乳饮料行业市场规模预测

二、中国含乳饮料行业市场规模增速预测

三、中国含乳饮料行业产值规模预测

四、中国含乳饮料行业产值增速预测

五、中国含乳饮料行业供需情况预测

第四节 中国含乳饮料行业盈利走势预测

一、中国含乳饮料行业毛利润同比增速预测

二、中国含乳饮料行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国含乳饮料行业投资风险与营销分析

第一节 含乳饮料行业投资风险分析

一、含乳饮料行业政策风险分析

二、含乳饮料行业技术风险分析

三、含乳饮料行业竞争风险

四、含乳饮料行业其他风险分析

第二节 含乳饮料行业企业经营发展分析及建议

一、含乳饮料行业经营模式

二、含乳饮料行业销售模式

三、含乳饮料行业创新方向

第三节 含乳饮料行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国含乳饮料行业发展战略及规划建议

第一节 中国含乳饮料行业品牌战略分析

- 一、含乳饮料企业品牌的重要性
- 二、含乳饮料企业实施品牌战略的意义
- 三、含乳饮料企业品牌的现状分析
- 四、含乳饮料企业的品牌战略
- 五、含乳饮料品牌战略管理的策略

第二节 中国含乳饮料行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国含乳饮料行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国含乳饮料行业发展策略及投资建议

第一节 中国含乳饮料行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国含乳饮料行业定价策略分析

第三节 中国含乳饮料行业营销渠道策略

- 一、含乳饮料行业渠道选择策略
- 二、含乳饮料行业营销策略

第四节 中国含乳饮料行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国含乳饮料行业重点投资区域分析
- 二、中国含乳饮料行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/506239506239.html>