

# 中国乳酸菌饮料行业竞争现状及未来五年发展商机研究报告

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竞争现状及未来五年发展商机研究报告》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/219379219379.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

乳酸菌饮料即以鲜乳或乳制品为原料，经乳酸菌类培养发酵制得。乳液中加入水、糖液等调制而成得制品。成品中蛋白质含量不低于7g/l的称为乳酸菌饮料。我国乳品行业已从传统产业成为成长性较好的朝阳产业。我国人口基数大，消费升级趋势非常明显，快速消费品行业前景良好。特别是我国乳业市场格局正在发生根本变化，普通奶消费量呈下降趋势，而乳酸菌奶的消费量已经呈直线上升趋势，乳酸菌奶这个在国外乳业市场占据绝对份额的产品，正在我国进入高速发展的临界点。由于消费者健康意识的提高，中国乳酸菌市场发展迅猛，目前产业规模已经超过200亿元人民币，中国的乳酸菌产业正处于快速发展期，在各国备受欢迎的乳酸菌饮料目前在中国市场也迅速走红，正以每年25%的速度递增。中国乳酸菌奶饮品的年总产量已突破100万吨，年产值突破50亿元人民币。随着消费者的需求增长，继世界最大的乳酸菌饮品养乐多进入中国后，国内乳品企业也开始发力乳酸菌产品市场。未来五年将是中国乳酸菌行业快速发展的黄金时期。乳酸菌指发酵糖类主要产物为乳酸的一类无芽孢、革兰氏染色阳性细菌的总称。由于乳酸菌有预防大肠癌发生的作用，作为一种健康饮料，乳酸菌产业在全球的年产值已超过3000亿美元，在全球市场增长率超过9%。在发酵型乳酸菌奶饮品已有上百年历史的欧美国家，发酵型乳酸菌奶饮料在乳制品市场的比例高达80%。

如今，利用乳酸菌生产的健康食品已经一跃成为全世界关注的健康食品。目前，国内外益生菌产品的发展普遍受到重视，市场上各种品牌的益生菌产品琳琅满目，极大地吸引着消费者的注意力，成为液态食品中的增长热点。随着人们对健康食品的重视，酸乳、乳酸菌饮料发展迅速，已成为乳制品中增长最快的品种之一。我国酸牛乳连续5年超过25%的增幅，成为乳制品中增长最快的产品。发展潜力巨大。随着消费者的需求，继世界最大的乳酸菌饮品养乐多进入中国后，国内乳业巨头也开始发力乳酸菌产品市场。达能、蒙牛、伊利、光明等品牌的乳酸菌产品相继上市。以乳酸菌饮料和发酵酸乳为代表的乳酸菌应用产业迅速崛起，已成为产业内外的投资热点。可以看出，目前正值中国乳酸菌制品行业发展的关键时期，在当前局势下认清形势、掌控方向，对乳酸菌制品行业所处环境和未来的发展态势予以翔实的剖析，无论是对于中国乳酸菌制品行业的长远发展，还是对乳酸菌制品行业在具体工作中的突破都具有积极的指导作用。

乳酸菌产业的发展是科技在食品工业中完美体现的一个典型例证，国内乳酸菌产业的科技支撑体系已逐步形成，国内大型乳制品企业也将乳酸菌饮料作为产品线重点，未来中国乳酸菌饮料市场竞争环境会更加激烈。并且，随着国内乳酸菌业科技交流的不断加强、行业秩序的逐步规范化，乳酸菌饮料业将获得快速发展。可以预见，在未来的乳饮料市场发展中，发酵性乳酸菌饮料的市场优势将愈来愈强。因此，建立具有自主知识产权的乳酸菌菌种资源库，筛选和开发适合我国乳酸菌发酵饮料业发展的益生乳酸菌菌种、发酵剂和益生菌制剂显得尤为重要。真正实现具有自主知识产权的益生乳酸菌菌种、发酵剂、益生菌制剂及

益生菌发酵饮料的市场化，缩短与发达国家在该领域的差距，有利于我国科技创新体系的形成以及乳酸菌产业和乳品工业的可持续发展。

报告大纲：

## 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“十二五”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 全球乳酸菌饮料行业市场发展状况分析

### 第一节 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 我国乳酸菌饮料行业现状及市场发展分析

### 第一节 我国乳酸菌饮料行业发展现状

- 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 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 乳酸菌饮料市场结构和价格走势分析

- 一、我国乳酸菌饮料市场结构和价格走势概述
- 二、我国乳酸菌饮料市场结构分析
- 三、我国乳酸菌饮料市场价格走势分析

### 第四节 重点城市乳酸菌饮料市场发展情况

## 第四章 中国乳酸菌饮料行业财务指标与供需情况分析

### 第一节 中国乳酸菌饮料行业经济运行主要特点

### 第二节 乳酸菌饮料行业财务指标分析

- 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 全国乳酸菌饮料行业供给情况分析

- 一、全国乳酸菌饮料行业总产值分析
- 二、全国乳酸菌饮料行业产成品分析
- 三、各地区乳酸菌饮料行业供给情况分析

#### 第四节 全国乳酸菌饮料行业需求情况分析

- 一、全国乳酸菌饮料行业销售产值分析
- 二、全国乳酸菌饮料行业销售收入分析
- 三、各地区乳酸菌饮料行业需求情况分析
- 四、全国乳酸菌饮料行业产销率分析

#### 第五节 中国乳酸菌饮料行业进出口分析

##### 一、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、乳酸菌饮料行业出口前景及建议

##### 二、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 华北市场分析

##### 第二节 中南市场分析

##### 第三节 华东市场分析

##### 第四节 东北市场分析

##### 第五节 西南市场分析

#### 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、消费者收入水平
- 三、2014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、2015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 乳酸菌饮料行业竞争格局分析

#### 一、国内外乳酸菌饮料竞争分析

#### 二、我国乳酸菌饮料市场竞争分析

#### 三、我国乳酸菌饮料市场集中度分析

#### 四、未来五年国内主要乳酸菌饮料企业动向

#### 五、2014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、2014年乳酸菌饮料市场增长潜力分析
- 二、2014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、未来五年我国乳酸菌饮料市场竞争趋势
- 三、未来五年乳酸菌饮料行业竞争策略分析
- 四、未来五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、未来五年发展战略

#### 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、未来五年发展战略

#### 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、未来五年发展战略

#### 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、未来五年发展战略

#### 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、未来五年发展战略

##### 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、未来五年发展战略

##### 第七节 杭州娃哈哈集团有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

#### 四、未来五年发展战略

##### 第八节 辽宁辉山控股(集团)有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

#### 四、未来五年发展战略

##### 第九节 广东燕塘乳业股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

#### 四、未来五年发展战略

##### 第十节 重庆市天友乳业股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、经营状况

#### 四、未来五年发展战略

### 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 未来五年中国乳酸菌饮料市场趋势分析

##### 一、乳酸菌饮料市场趋势总结

##### 二、未来五年乳酸菌饮料市场发展空间

##### 三、未来五年乳酸菌饮料产业政策趋向

##### 四、未来五年乳酸菌饮料技术革新趋势

五、未来五年乳酸菌饮料价格走势分析

六、未来五年国际环境对行业的影响

七、未来五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、未来五年乳酸菌饮料产品消费预测

二、未来五年乳酸菌饮料市场规模预测

三、未来五年乳酸菌饮料行业总产值预测

四、未来五年乳酸菌饮料行业销售收入预测

第四节 未来五年中国乳酸菌饮料行业供需预测

一、未来五年中国乳酸菌饮料供给预测

二、未来五年中国乳酸菌饮料需求预测

三、未来五年中国乳酸菌饮料供需平衡预测

四、未来五年中国乳酸菌饮料产品价格趋势

五、未来五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 乳酸菌饮料行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模及增速

三、2014年分行业投资分析

四、2014年分地区投资分析

五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

一、我国宏观经济形势分析

二、未来五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、2014年乳酸菌饮料技术发展分析

二、未来五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、2014年相关产业活力系数比较

二、行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2014年相关产业投资收益率比较

## 二、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、乳酸菌饮料行业投资状况分析
- 二、未来五年乳酸菌饮料行业投资效益分析
- 三、未来五年乳酸菌饮料行业投资趋势预测
- 四、未来五年乳酸菌饮料行业的投资方向
- 五、未来五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、未来五年影响乳酸菌饮料行业运行的有利因素分析
- 二、未来五年影响乳酸菌饮料行业运行的不利因素分析
- 三、未来五年我国乳酸菌饮料行业发展面临的挑战分析
- 四、未来五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、未来五年乳酸菌饮料行业市场风险及控制策略
- 二、未来五年乳酸菌饮料行业政策风险及控制策略
- 三、未来五年乳酸菌饮料行业经营风险及控制策略
- 四、未来五年乳酸菌饮料行业技术风险及控制策略
- 五、未来五年乳酸菌饮料行业同业竞争风险及控制策略
- 六、未来五年乳酸菌饮料行业其他风险及控制策略

## 第十二章 数据关于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、2014年乳酸菌饮料投资战略

二、2014年乳酸菌饮料行业投资战略

三、未来五年乳酸菌饮料行业投资战略

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yinliao/219379219379.html>