

2016-2022年中国酸奶行业市场全景评估及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国酸奶行业市场全景评估及发展趋势预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/283013.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

酸奶是以牛奶为原料，经过巴氏杀菌后再向牛奶中添加有益菌（发酵剂），经发酵后，再冷却灌装的一种牛奶制品。目前市场上酸奶制品多以凝固型、搅拌型和添加各种果汁果酱等辅料的果味型为多。酸奶不但保留了牛奶的所有优点，而且某些方面经加工过程还扬长避短，成为更加适合于人类的营养保健品

历史证据显示，酸奶作为食品至少有4500多年的历史了，最早期的酸奶可能是游牧民族装在羊皮袋里的奶受到依附在袋的细菌自然发酵，而成为奶酪。

酸奶的发酵过程使奶中糖、蛋白质有20%左右被水解成为小的分子（如半乳糖和乳酸、小的肽链和氨基酸等），奶中脂肪含量一般是3%~5%。经发酵后，乳中的脂肪酸可比原料奶增加2倍，这些变化使酸奶更易消化和吸收，各种营养素的利用率得以提高。酸奶由纯牛奶发酵而成，除保留了鲜牛奶的全部营养成分外，在发酵过程中乳酸菌还可以产生人体营养所必须的多种维生素，如VB1、VB2、VB6、VB12等。

营养成分表(每100g)：

营养成分

含量

营养成分

含量

营养成分

含量

热量(大卡)

72

铁(毫克)

0.4

锌(毫克)

0.53

碳水化合物(克)

9.3

硫胺素(毫克)

0.03

铜(毫克)

0.03

脂肪(克)

2.7

核黄素(毫克)

0.15

锰(毫克)

0.02

蛋白质(克)

2.5

烟酸(毫克)

0.2

钾(毫克)

150

维生素E(毫克)

0.12

胆固醇(毫克)

15

磷(毫克)

85

维生素A(微克)

26

镁(毫克)

12

钠(毫克)

39.8

维生素C(毫克)

1

钙(毫克)

118

硒(微克)

1.71

根据Euromonitor的数据统计，2004年全国酸奶产品零售量约为153.59万吨;到2014年全国酸奶产品零售量约为546.68万吨，较2004年增长255.93% 2004-2014年年均复合增长率为13.54%。发行人生产的DXR系列全自动塑杯成型灌装封切设备和DGD系列全自动预制杯灌装封口设备广泛应用于酸奶产品的灌装环节。

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 酸奶的相关概述 13

第一节 酸奶的定义及分类 13

一、酸奶的定义 13

二、酸奶的分类 13

第二节 酸奶的营养成分和品种开发 14

一、酸奶的营养成分 14

二、多品种酸奶的开发 15

第三节 酸奶的生产工艺和发展历程 18

一、酸奶的生产工艺 18

二、酸奶的发展历程 19

第二章 2013-2015年世界酸奶行业整体运营状况分析 21

第一节 2013-2015年世界酸奶行业运行综述 21

一、世界酸奶行业发展历程 21

二、世界酸奶深加工状况分析 21

三、世界酸奶行业发展现状 22

第二节 2013-2015年世界酸奶行业动态分析 23

一、美国乳制品行业发展分析 23

二、欧洲乳制品行业发展分析 24

三、日本乳制品市场发展分析 24

第三章 2013-2015年中国酸奶产业运行环境解析 26

第一节 2013-2015年中国酸奶行业经济环境分析 26

一、2013-2015年中国GDP增长情况分析 26

二、2013-2015年中国工业经济发展形势分析 27

三、2013-2015年中国全社会固定资产投资分析 31

四、2013-2015年中国社会消费品零售总额分析 33

五、2013-2015年中国城乡居民收入与消费分析 35

六、2013-2015年中国对外贸易发展形势分析 38

第二节 2013-2015年中国酸奶政策环境分析 38

一、《中华人民共和国食品安全法》 38

二、《乳品质量安全监督管理条例》 42

三、中国制定乳品安全国家新标准	48
四、中国酸乳制品的卫生标准	49
五、中国乳制品工业产业政策	51
第三节 2013-2015年中国酸奶行业社会环境分析	54
一、2015年中国人口规模与结构分析	54
二、2015年城乡居民乳制品消费情况	57
三、中国乳制品和酸奶消费特征分析	59
四、中国食品安全环境分析	60
第四节 2013-2015年中国乳制品产业环境分析	61
一、2015年中国奶类及牛奶产量分析	61
2004-2014年全国牛奶产量(万吨)	
二、2015年中国乳制品行业发展概述	62
三、2015年中国乳制品行业发展概况	63
四、2015年中国乳制品产量增长分析	66
2006-2015年中国乳制品产量及增长率统计表	

第四章 2013-2015年中国酸奶产业运行态势分析	69
第一节 2013-2015年中国酸奶行业现状分析	69
一、中国酸奶发展迎来“黄金时期”	69
二、奶源争霸加速乳业整合	69
三、中国酸奶发酵剂使用现状	71
四、酸奶市场益生菌概念模糊	72
五、2015年中国原奶价格高涨	72
第二节 2013-2015年中国酸奶市场综述	73
一、中国酸奶市场发展概况	73
二、中国酸奶市场特征分析	74
三、酸奶的市场增长趋势明显	75
四、酸奶市场快速增长的因素分析	76
五、酸奶细分市场发展分析	77
第三节 2013-2015年中国酸奶市场最新动态分析	79
一、2015年夏季老酸奶创造销售奇迹	79
二、2015年蒙牛获全球首个酸奶世界冠军	79
三、2015年蒙牛收购华北最大酸奶企业君乐宝	80

四、2015年国内首款常温酸牛奶上市	81
五、2015年雅士利通过乳制品工业产业政策审核	82
第四节 中国酸奶市场竞争状况分析	83
一、中国酸奶生产厂商市场占有率	83
二、中国酸奶品牌市场占有率分析	84
三、中国酸奶品牌表现及价值分析	85
四、中国酸奶产业竞争焦点的变化	89
第五节 2013-2015年中国酸奶市场消费分析	89
一、中国酸奶市场渗透率	89
二、中国酸奶消费者分城市分布状况	90
三、中国酸奶消费者分布状况	92
四、中国酸奶消费人群的特点	93
第六节 2013-2015年中国酸奶市场营销分析	95
一、红枣酸奶的跨界营销	95
二、青海老酸奶的营销突围	97
三、2015年光明全国化战略步伐提速	98
四、2015年伊利产品全线升级	99
五、2015年君乐宝高端新品齐上市	99
第七节 主要酸奶品牌策略对比	100
一、产品策略	100
二、价格策略	102
三、渠道策略	104
四、推广策略	105
第八节 2013-2015年中国酸奶产业发展存在的问题分析	106
一、乳酸菌饮品标准滞后	106
二、酸奶冷链管理的瓶颈	107
三、酸奶产业低门槛引发混战	107
四、酸奶企业存在的问题	108
五、酸奶产业营销中存在的瓶颈	109
六、生产过程中的问题及解决方法	110
第五章 2015年中国酸奶市场销售状况分析	111
第一节 2015年中国酸奶市场销售量分析	111
一、2015年中国搅拌型酸奶市场销售量分析	111
二、2015年中国凝固型酸奶市场销售量分析	111

第二节 2015年中国酸奶零售规模分析 112

一、2015年中国酸奶零售规模分析 112

2004-2014年全国酸奶产品零售量(万吨)

二、2015年中国酸奶市场结构分析 112

三、2015年中国搅拌型酸奶零售规模分析 113

四、2015年中国凝固型酸奶零售规模分析 114

第三节 2015年中国酸奶市场销售价格分析 115

一、2015年中国搅拌型酸奶零售价格分析 115

二、2015年中国凝固型酸奶零售价格分析 115

第六章 2013-2015年中国酸奶产品进出口状况分析 116

第一节 2015年中国酸奶产品进口分析 116

一、2009-2015年国酸奶进口数量情况 116

二、2009-2015年中国酸奶进口金额情况 116

第二节 2015年中国酸奶产品出口分析 117

一、2009-2015年中国酸奶出口数量情况 117

二、2009-2015年中国酸奶出口金额情况 118

第三节 2009-2015年中国酸奶产品进出口均价分析 119

第四节 2015年中国酸奶产品进出口省市分析 120

一、2015年中国酸奶进口省市情况 120

二、2015年中国酸奶出口省市情况 121

第五节 2015年中国酸奶产品进出口流向分析 122

一、2015年中国酸奶进口来源地情况 122

二、2015年中国酸奶出口目的地情况 123

第七章 2013-2015年酸奶包装行业发展分析 124

第一节 酸奶常见的包装形式 124

一、玻璃瓶、陶瓷罐包装 124

二、塑料包装 124

三、爱克林壶形包装 126

四、复合材料包装 126

五、金属罐包装 128

六、五类常见酸奶包装的对比分析 128

第二节 酸奶的包装构图现状分析 129

- 一、突出产品特色以“色”诱人 129
- 二、产品图案“鲜”声夺人 130
- 三、不同品类“牵线”不同包装图案 131

第三节 酸奶包装发展趋势分析 131

- 一、针对不同人群的包装 131
- 二、安全卫生的包装 131
- 三、信息化和功能型包装 131
- 四、绿色化的包装 132

第四节 未来酸奶包装形式预测 132

第八章 2013-2015年中国酸奶行业重点企业发展分析 133

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 133

- 一、公司基本情况 133
- 二、2015年企业经营情况分析 135
- 三、2015年企业经济指标分析 136
- 四、2015年企业盈利能力分析 137
- 五、2015年企业偿债能力分析 137
- 六、2015年企业运营能力分析 138
- 七、2015年企业成本费用分析 138

第二节 光明乳业股份有限公司 139

- 一、公司基本情况 139
- 二、2015年企业经营情况分析 140
- 三、2015年企业经济指标分析 141
- 四、2015年企业盈利能力分析 141
- 五、2015年企业偿债能力分析 142
- 六、2015年企业运营能力分析 142
- 七、2015年企业成本费用分析 142

第三节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 143

- 一、公司基本情况 143
- 二、2015年企业经营情况分析 145
- 三、2015年企业经济指标分析 146
- 四、2015年企业盈利能力分析 147
- 五、2015年企业偿债能力分析 147
- 六、2015年企业运营能力分析 147

第四节 北京三元食品股份有限公司 148

一、公司基本情况	148
二、2015年企业经营情况分析	149
三、2015年企业经济指标分析	149
四、2015年企业盈利能力分析	150
五、2015年企业偿债能力分析	150
六、2015年企业运营能力分析	151
七、2015年企业成本费用分析	151
第五节 四川新希望农业股份有限公司	152
一、公司基本情况	152
二、2015年企业经营情况分析	153
三、2015年企业经济指标分析	155
四、2015年企业盈利能力分析	156
五、2015年企业偿债能力分析	156
六、2015年企业运营能力分析	157
七、2015年企业成本费用分析	157
第六节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司	158
一、公司基本情况	158
二、2015年企业主要经济指标	159
三、2015年企业偿债能力分析	160
四、2015年企业盈利能力分析	160
五、2015年企业运营能力分析	161
第七节 大连三寰乳业有限公司	162
一、公司基本情况	162
二、2015年企业主要经济指标	163
三、2015年企业偿债能力分析	164
四、2015年企业盈利能力分析	164
五、2015年企业运营能力分析	165
第八节 成都乃奇乐乳业有限公司	165
一、公司基本情况	165
二、2015年企业主要经济指标	166
三、2015年企业偿债能力分析	166
四、2015年企业盈利能力分析	167
五、2015年企业运营能力分析	167
第九节 杭州娃哈哈集团	168
一、企业基本情况	168

二、公司经营状况分析 168

第十节 济南佳宝乳业有限公司 169

一、企业基本情况 169

二、公司经营状况分析 170

第十一节 养乐多（中国）有限公司 171

一、企业基本情况 171

二、公司经营状况分析 172

第十二节 沈阳乳业有限公司（辉山乳业） 173

一、企业基本情况 173

二、公司经营状况 173

第十三节 青海小西牛生物乳业有限公司 174

第九章 2016-2022年中国酸奶行业发展前景及趋势预测 176

第一节 2016-2022年中国酸奶市场销售量预测 176

一、2016-2022年中国搅拌型酸奶市场销售量预测 176

二、2016-2022年中国凝固型酸奶市场销售量预测 177

第二节 2016-2022年中国酸奶市场零售规模预测 177

一、2016-2022年中国酸奶市场零售规模预测 177

二、2016-2022年中国搅拌型酸奶市场零售规模预测 178

三、2016-2022年中国凝固型酸奶市场零售规模预测 179

第三节 2016-2022年中国酸奶及相关产业发展趋势分析 180

一、酸奶市场按照消费人群的细分趋势 180

二、风味型酸奶的发展趋势 181

三、中国酸奶发酵剂发展趋势分析 182

四、乳品添加剂应用发展趋势 184

图表目录：

图表 1 酸奶的分类 14

图表 2 牛奶与酸奶中各营养成分的比较 15

图表 3 酸奶生产流程图 19

图表 4 欧洲国家乳制品消费发展阶段分析 24

图表 5 2009-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图 27

图表 6 2000-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计 29

图表 7 2009-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 30

图表 8 2015年规模以上工业增加值环比增长趋势图 31

图表 9 2009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 32

图表 10 2015年固定资产投资（不含农户）环比增长趋势图 32

图表 11 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 34

图表 12 2015年社会消费品零售总额环比增长趋势图 35

图表 13 2009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 36

图表 14 2009-2015年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 15 2009-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 37

图表 16 2009-2015年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 17 2009-2015年中国进出口总额增长趋势图 38

图表 18 酸乳的感官指标 50

图表 19 酸乳的理化指标 50

图表 20 酸乳的微生物指标 50

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/283013.html>