

2016-2022年中国酸奶行业市场研究及发展前景预测报告

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研究及发展前景预测报告》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/285946.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

酸奶机，是一种制造酸奶的机器。它是一个给牛奶发酵提供恒定温度的装置，将温度控制在35—45度之间，在这个环境下，益生菌大量繁殖，牛奶中乳糖便转化成乳酸，从而将牛奶发酵成酸奶。小熊电器率先采用PTC发热体发热，节能、安全。所有产品拥有自己的知识产权。全部产品获得国家强制的行业发展现状分析及市场供需预测认证(部分产品通过CE/R OHS认证)。拥有多项专利技术，技术远远领先同行，酸奶机市场占有率达80%以上。

酸奶机采用的是恒温发酵法，所以最基本的功能就是加热和恒温，只要可以加热并可以恒温在适合的温度，这台酸奶机就可以做出酸奶；除了温度，自制酸奶的另一个主要因素就是时间，而酸奶发酵的时间并不是一成不变的，牛奶的质量、酸奶发酵粉的质量、环境温度、牛奶的初始温度还有酸奶机的恒定温度都会影响发酵时间的长短，所以即使带有定时控制功能，也是形同虚设，需要经过实践来调整，每一个因素的改变都会带来时间的变化；而且酸奶发酵好以后，即使酸奶机自动断电，也不能置之不理，必须要迅速放入冰箱冷藏，以免有害菌的侵入，这样的酸奶才是安全的。

近年来酸奶市场也有较快增长。2005 年全国酸奶产品零售量约为171.33 万吨；到2015 年全国酸奶产品零售量约为647.74 万吨，较2005 年增长278.07%，2005-2015 年年均复合增长率为14.22%。2005-2015年全国酸奶产品零售量（万吨）

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2014-2016年世界酸奶行业整体运营状况分析 21

第一节2014-2016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2014-2016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2014-2016年中国酸奶产业运行环境解析 26

第一节2014-2016年中国酸奶行业经济环境分析 26

一、2014-2016年中国GDP增长情况分析 26

二、2014-2016年中国工业经济发展形势分析 27

三、2014-2016年中国全社会固定资产投资分析 31

四、2014-2016年中国社会消费品零售总额分析 33

2011-2015年我国社会消费品零售总额

五、2014-2016年中国城乡居民收入与消费分析 35

六、2014-2016年中国对外贸易发展形势分析 38

第二节2014-2016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2014-2016年中国酸奶行业社会环境分析 54

一、2016年中国人口规模与结构分析 54

二、2016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2014-2016年中国乳制品产业环境分析 61

一、2016年中国奶类及牛奶产量分析 61

中国乳制品人均消费量较低，增长潜力大。目前，世界人均乳制品的消费量为89kg，欧美发达国家的人均消费量甚至超过200kg，而2010年我国乳制品的产量仅为2,200万吨，乳制

品人均消费量仅为19.3kg，处于世界的较低水平。国家统计局数据显示，2005年全国牛奶产量为2,753 万吨；到2015 年，全国牛奶产量为3,755 万吨，较2005年增长36.38%，2005-2015 年年均复合增长率为3.51%。

2005-2015 年全国牛奶产量（万吨）

二、2016年中国乳制品行业发展概述 62

三、2016年中国乳制品行业发展概况 63

四、2016年中国乳制品产量增长分析 66

第四章2014-2016年中国酸奶产业运行态势分析 69

第一节2014-2016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、2016年中国原奶价格高涨 72

第二节2014-2016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2014-2016年中国酸奶市场最新动态分析 79

一、2016年夏季老酸奶创造销售奇迹 79

二、2016年蒙牛获全球首个酸奶世界冠军 79

三、2016年蒙牛收购华北最大酸奶企业君乐宝 80

四、2016年国内首款常温酸牛奶上市 81

五、2016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2014-2016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2014-2016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、2016年光明全国化战略步伐提速 98

四、2016年伊利产品全线升级 99

五、2016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2014-2016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2016年中国酸奶市场销售状况分析 111

第一节2016年中国酸奶市场销售量分析 111

一、2016年中国搅拌型酸奶市场销售量分析 111

二、2016年中国凝固型酸奶市场销售量分析 111

第二节2016年中国酸奶零售规模分析 112

一、2016年中国酸奶零售规模分析 112

二、2016年中国酸奶市场结构分析 112

三、2016年中国搅拌型酸奶零售规模分析 113

四、2016年中国凝固型酸奶零售规模分析 114

第三节2016年中国酸奶市场销售价格分析 115

一、2016年中国搅拌型酸奶零售价格分析 115

二、2016年中国凝固型酸奶零售价格分析 115

第六章2014-2016年中国酸奶产品进出口状况分析 116

第一节2016年中国酸奶产品进口分析 116

一、2013-2015年国酸奶进口数量情况 116

二、2013-2015年中国酸奶进口金额情况 116

第二节2016年中国酸奶产品出口分析 117

一、2013-2015年中国酸奶出口数量情况 117

二、2013-2015年中国酸奶出口金额情况 118

第三节2013-2015年中国酸奶产品进出口均价分析 119

第四节2016年中国酸奶产品进出口省市分析 120

一、2016年中国酸奶进口省市情况 120

二、2016年中国酸奶出口省市情况 121

第五节2016年中国酸奶产品进出口流向分析 122

一、2016年中国酸奶进口来源地情况 122

二、2016年中国酸奶出口目的地情况 123

第七章2014-2016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2014-2016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、2016年企业经营情况分析 135
- 三、2016年企业经济指标分析 136
- 四、2016年企业盈利能力分析 137
- 五、2016年企业偿债能力分析 137
- 六、2016年企业运营能力分析 138
- 七、2016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、2016年企业经营情况分析 140
- 三、2016年企业经济指标分析 141
- 四、2016年企业盈利能力分析 141
- 五、2016年企业偿债能力分析 142
- 六、2016年企业运营能力分析 142
- 七、2016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、2016年企业经营情况分析 145
- 三、2016年企业经济指标分析 146
- 四、2016年企业盈利能力分析 147
- 五、2016年企业偿债能力分析 147
- 六、2016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、2016年企业经营情况分析 149
- 三、2016年企业经济指标分析 149
- 四、2016年企业盈利能力分析 150
- 五、2016年企业偿债能力分析 150
- 六、2016年企业运营能力分析 151
- 七、2016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、2016年企业经营情况分析 153
- 三、2016年企业经济指标分析 155

四、2016年企业盈利能力分析 156

五、2016年企业偿债能力分析 156

六、2016年企业运营能力分析 157

七、2016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、2016年企业主要经济指标 159

三、2016年企业偿债能力分析 160

四、2016年企业盈利能力分析 160

五、2016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、2016年企业主要经济指标 163

三、2016年企业偿债能力分析 164

四、2016年企业盈利能力分析 164

五、2016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、2016年企业主要经济指标 166

三、2016年企业偿债能力分析 166

四、2016年企业盈利能力分析 167

五、2016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 2013-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图 27

图表 6 2013-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计 29

图表 7 2013-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 30

图表 8 2016年规模以上工业增加值环比增长趋势图 31

图表 9 2013-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 32

图表 10 2016年固定资产投资（不含农户）环比增长趋势图 32

图表 11 2013-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 34

图表 12 2016年社会消费品零售总额环比增长趋势图 35

图表 13 2013-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 36

图表 14 2013-2015年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 15 2013-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 37

图表 16 2013-2015年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 17 2013-2015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
- 图表 21 酸乳的乳酸菌指标 50
- 图表 22 乳制品企业能源消耗及水消耗指标 52
- 图表 23 2016年中国人口数及其构成情况 54
- 图表 24 2011-2016年中国人口数量变化趋势图 55
- 图表 25 2011-2016年中国城镇居民奶及奶制品人均消费支出趋势图 57
- 图表 26 2016年中国城镇居民不同收入水平家庭的奶及乳制品人均消费量 58
- 图表 27 1990-2016年中国农村居民的奶及乳制品人均消费量 58
- 图表 28 2016年不同地区农村居民的奶及乳制品人均消费量 58
- 图表 29 酸奶消费者细分及消费特征 60
- 图表 30 2002-2016年中国奶类及牛奶产量情况统计 61
- 图表 31 2002-2016年中国奶类产品产量趋势图 62
- 图表 32 2002-2016年中国牛奶产量趋势图 62
- 图表 33 2016年中国乳制品行业经济指标统计 62
- 图表 34 2016年中国乳制品行业经济指标统计 64
- 图表 35 2016年中国乳制品行业前五省区企业数量排名 65
- 图表 36 2016年中国乳制品行业前五省区资产总计排名 65
- 图表 37 2016年中国乳制品行业前五省区销售收入排名 66
- 图表 38 2016年中国乳制品行业前五省区利润总额排名 66
- 图表 39 2011-2016年中国乳制品和液体乳产品产量统计 67
- 图表 40 2011-2016年乳制品产量增长趋势图 67
- 图表 41 2011-2016年液体乳产量增长趋势图 67
- 图表 42 2013-2015年中国主要省区乳制品产量情况统计 68
- 图表 43 2008-2015年中国酸奶生产厂商市场占有率 84
- 图表 44 2015年中国酸奶市场份额排名前五位的企业 84
- 图表 45 2008-2015年中国酸奶市场品牌占比 85
- 图表 46 酸奶品牌知晓度 86
- 图表 47 酸奶品牌饮用频率 86
- 图表 48 酸奶品牌购买频率 87
- 图表 49 酸奶品牌议价空间

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/285946.html>