

2022-2028年中国乳酸菌及其制品市场评估与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国乳酸菌及其制品市场评估与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202203/275745.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

国内常温乳酸菌饮品市场格局并未完全形成，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。常温乳酸菌饮品市场仍处于高速发展培育阶段，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。同其他饮料类别一样，常温乳酸菌饮品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。

数据显示，当前常温乳酸菌饮料市场上有100多个品牌，市场占有率位居前三名的品牌分别是伊利、均瑶和好彩头，这三个品牌的市场份额合计达到46.3%，伊利的RSOM指数(相对市场份额指数)仅为1.0，其市场领先地位并不稳固，为此，当前该产品市场的竞争强度中等，属于分散型竞争结构，这意味着市场尚未走向垄断，各品牌均有机会;第一名品牌的领先优势不明显，位居第二名、第三名的品牌尚有赶超机会。国内主要常温乳酸菌企业 品牌 产品名称 伊利 每益浅耕、畅意乳酸菌 蒙牛 优益C 均瑶 味动力乳酸菌 好彩头 小样乳酸菌 光明 每日千億 君乐宝 君畅 中企顾问网发布的《2022-2028年中国乳酸菌及其制品市场评估与投资前景评估报告》共十八章。首先介绍了中国乳酸菌及其制品行业发展环境、乳酸菌及其制品整体运行态势等，接着分析了中国乳酸菌及其制品行业市场运行的现状，然后介绍了乳酸菌及其制品市场竞争格局。随后，报告对乳酸菌及其制品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国乳酸菌及其制品行业发展趋势与投资预测。您若想对乳酸菌及其制品产业有个系统的了解或者想投资中国乳酸菌及其制品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 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：

第一部分 乳酸菌及其制品行业特性研究

第一章 乳酸菌及其制品行业概述

第一节 乳酸菌及其制品行业概述

一、乳酸菌及其制品行业定义

二、乳酸菌及其制品行业产品分类

三、乳酸菌及其制品行业产品特性

第二节 乳酸菌及其制品行业属性及国民经济地位分析

一、国民经济依赖性

二、经济类型属性

三、行业周期属性

四、乳酸菌及其制品行业国民经济地位分析

第三节 乳酸菌及其制品行业特征研究

一、2015-2019年乳酸菌及其制品行业规模（连续5年数据提供）

二、2015-2019年乳酸菌及其制品行业成长性分析

三、2015-2019年乳酸菌及其制品行业盈利性分析

四、2015-2019年乳酸菌及其制品行业竞争强度分析

五、2015-2019年乳酸菌及其制品行业所处的生命周期

第四节 乳酸菌及其制品行业产业链模型分析

一、产业链模型介绍

二、乳酸菌及其制品行业产业链模型分析

第二章 2015-2019年我国乳酸菌及其制品行业发展环境分析

第一节 2015-2019年乳酸菌及其制品行业经济环境分析

第二节 2015-2019年乳酸菌及其制品国家“十三五”产业政策环境分析

一、行业主管亿元门、行业管理体制

二、行业主要法规与产业政策

三、行业“十三五”发展规划

四、出口关税政策分析

第三节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品行业产业社会环境分析

一、2015-2019年我国人口结构分析

二、2015-2019年教育环境分析

三、2015-2019年文化环境分析

四、2015-2019年生态环境分析

五、2015-2019年中国城镇化率分析

第四节 2015-2019年乳酸菌及其制品行业消费环境分析

一、行业消费特征分析

二、行业消费趋势预测

第二部分 乳酸菌及其制品行业发展现状研究

从当前各品牌的市场定位来看，常温乳酸菌饮料基本定位中档市场，虽说随着竞争加剧，各品牌都在加大促销力度，致使产品的终端零售价格下降，但是各企业最初制定的市场定位方案没有改变。低温乳酸菌饮料市场定位在各品牌之间却有所差别，养乐多定位高档市场，而其它品牌则定位中档市场。根据主要乳酸菌饮料品牌的京东官方旗舰店的价格显示，截至2019年9月，我国国内乳酸菌饮料价格水平在40-100元的区间内。主要品牌乳酸菌饮料价格情况

品牌	产品名称	价格	规格
伊利	畅意100%	42.8	100ml*30
蒙牛	GO畅乳酸菌饮料	79.9	100m*5瓶*8排
均瑶	味动力(原味)	98	308ml*15瓶

第三章 2019年世界乳酸菌制品行业整体运营状况分析

第一节 2019年世界乳酸菌制品行业市场综述

- 一、世界乳酸菌制品市场特征分析
- 二、世界发酵型乳酸菌奶饮品已空前发达
- 三、世界乳酸菌制品市场动态分析

第二节 2019年世界乳酸菌制品品牌主要国家分析

- 一、日本乳酸菌市场七十年历久不衰
- 二、美国乳酸菌市场分析
- 三、欧洲乳酸菌市场运行格局

第三节 2022-2028年世界乳酸菌制品行业发展趋势预测

第四章 2015-2019年我国乳酸菌及其制品行业发展分析

第一节 2019年中国乳酸菌制品产业现状综述

- 一、我国最大乳酸菌奶饮料基地分析
- 二、中国乳酸菌行业高速增长年产值达到二十五亿元
- 三、中国乳酸菌产业发展迎来“黄金时期”

第二节 2019年中国乳酸菌产业市场分析

- 一、市场运行特点分析
- 二、技术最新进展
- 三、国外乳酸菌产业经验借鉴

第三节 中国乳酸菌及其制品产品供给分析

- 一、乳酸菌及其制品行业总体产能规模
- 二、乳酸菌及其制品行业生产区域分布
- 三、2015-2019年中国乳酸菌及其制品产量分析
- 四、供给影响因素分析

第四节 中国乳酸菌及其制品行业市场需求分析

一、2015-2019年中国乳酸菌及其制品行业市场需求量分析

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

四、乳酸菌及其制品行业市场需求热点

第五节 2015-2019年乳酸菌及其制品行业市场价格走势分析

一、乳酸菌及其制品行业市场价格走势影响因素

二、2015-2019年乳酸菌及其制品行业价格走势

第六节 2019年中国乳酸菌产业存在的问题分析

一、乳酸菌功效被夸大

二、乳酸菌制品现行标准有三大缺陷

三、乳酸菌饮品市场三大乱现象

四、乳酸菌产业低门槛引发混战

第五章 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 2015-2019年我国乳酸菌及其制品所属行业进出口市场分析

第一节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业进出口产品结构分析

一、乳酸菌及其制品行业进口产品结构

二、乳酸菌及其制品行业出口产品结构

第四节 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业进出口平均单价分析

一、进口价格走势

二、出口价格走势

第七章 2019年中国乳酸菌制品业热点产品市场剖析

第一节 乳酸菌饮品

一、乳酸菌奶市场产销分析

二、太子奶等乳酸菌奶将掀起新一轮乳业革命

三、乳酸菌饮品大品牌当家

四、酸奶市场标准先行

五、洋品牌全线撤退

六、乳酸菌奶引领中国乳业价值提升

第二节 干酪市场分析

一、干酪行业特征

二、2019年干酪市场动态分析

三、干酪市场价格分析

四、我国奶酪业有望迎来增长期

第三节 酱油市场分析

- 一、乳酸菌在酱油酿造中的应用分析
- 二、中国酱油的种类和等级
- 三、中国酱油制造业总体运行分析
- 四、2022-2028年我国酱油技术发展展望

第四节 乳酸菌添加剂

- 一、天然乳酸菌饲料添加剂介绍
- 二、世界普遍关注绿色生物替代品天然乳酸菌饲料添加剂
- 三、天然乳酸菌饲料添加剂直接饲喂应用效果
- 四、乳酸菌添加剂应用前景展望

第八章 2019年中国乳酸菌制品行业市场销售策略分析

第一节 产品策略分析

- 一、消费结构
- 二、市场状况分析
- 三、产品策略

第二节 销售渠道分析

- 一、乳品销售渠道比较
- 二、促销策略

第三节 品牌策略分析

- 一、中国乳制品行业的品牌策略
- 二、蒙牛品牌攻防战的启示

第四节 太子奶乳酸菌饮品营销策略

- 一、差异化营销策略
- 二、建立庞大营销网络高利润回报
- 三、软硬结合着力品牌塑造

第九章 中国乳酸菌及其制品区域行业市场分析

第一节 东北地区

- 一、2015-2019年东北地区在乳酸菌及其制品行业中的地位变化
- 二、2015-2019年东北地区乳酸菌及其制品行业规模情况分析
- 三、2015-2019年东北地区乳酸菌及其制品行业企业分析

四、2015-2019年东北地区乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第二节 华北地区

- 一、2015-2019年华北地区在乳酸菌及其制品行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华北地区乳酸菌及其制品行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华北地区乳酸菌及其制品行业企业分析
- 四、2015-2019年华北地区乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第三节 华东地区

- 一、2015-2019年华东地区在乳酸菌及其制品行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华东地区乳酸菌及其制品行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华东地区乳酸菌及其制品行业企业分析
- 四、2015-2019年华东地区乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第四节 华中地区

- 一、2015-2019年华中地区在乳酸菌及其制品行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华中地区乳酸菌及其制品行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华中地区乳酸菌及其制品行业企业分析
- 四、2015-2019年华中地区乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第五节 华南地区

- 一、2015-2019年华南地区在乳酸菌及其制品行业中的地位变化
- 二、2015-2019年华南地区乳酸菌及其制品行业规模情况分析
- 三、2015-2019年华南地区乳酸菌及其制品行业企业分析
- 四、2015-2019年华南地区乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第六节 西部地区

- 一、2015-2019年西部地区在乳酸菌及其制品行业中的地位变化
- 二、2015-2019年西部地区乳酸菌及其制品行业规模情况分析
- 三、2015-2019年西部地区乳酸菌及其制品行业企业分析
- 四、2015-2019年西部地区乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第十章 中国乳酸菌及其制品行业竞争状况分析

第一节 2019年中国乳酸菌制品市场竞争总况

- 一、乳酸菌成乳业竞争新焦点
- 二、乳酸菌饮料异军突起
- 三、乳酸菌饮料养乐多借三聚氰胺事件冲击国内乳企趁势扩张

第二节 国际巨头中国乳酸菌奶市场发力

第三节 2019年中国乳酸菌制品市场竞争力探析

一、乳酸菌奶品开打品牌战

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第四节 乳酸菌制品行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第五节 2019年中国乳酸菌产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业集中度分析

第六节 2022-2028年中国乳酸菌及制品业市场竞争趋势预测

第三部分 乳酸菌及其制品行业产业链分析

第十一章 2015-2019年中国乳酸菌及其制品上游行业研究分析

一、乳酸菌及其制品上游行业发展现状调研

二、乳酸菌及其制品上游行业发展趋势预测分析

三、行业新动态及其对乳酸菌及其制品行业的影响分析

第十二章 2015-2019年中国乳酸菌及其制品行业市场需求分析

第一节 2015-2019年中国压乳酸菌及其制品下游行业需求结构分析

第二节 食品行业乳酸菌及其制品需求分析

一、食品行业发展现状与前景

二、食品行业领域乳酸菌及其制品应用现状调研

三、食品行业对乳酸菌及其制品的需求规模

四、食品行业乳酸菌及其制品行业主要企业及经营状况分析

五、食品行业乳酸菌及其制品需求前景

第三节 黄酒行业乳酸菌及其制品需求分析

一、黄酒行业发展现状与前景

二、黄酒领域乳酸菌及其制品应用现状调研

三、黄酒行业对乳酸菌及其制品的需求规模

四、黄酒用乳酸菌及其制品行业主要企业及经营状况分析

五、黄酒行业乳酸菌及其制品需求前景

第四节 水产养殖行业乳酸菌及其制品需求分析

一、水产养殖行业发展现状与前景

二、水产养殖领域乳酸菌及其制品应用现状调研

三、水产养殖行业对乳酸菌及其制品的需求规模

四、水产养殖用乳酸菌及其制品行业主要企业及经营状况分析

五、水产养殖行业乳酸菌及其制品需求前景

第五节 下游四行业乳酸菌及其制品需求分析

一、下游四行业发展现状与前景

二、下游四领域乳酸菌及其制品应用现状调研

三、下游四行业对乳酸菌及其制品的需求规模

四、下游四用乳酸菌及其制品行业主要企业及经营状况分析

五、下游四行业乳酸菌及其制品需求前景

第六节 下游行业发展对乳酸菌及其制品影响因素分析

第四部分 乳酸菌及其制品行业企业竞争力分析

第十三章 2019年世界品牌乳酸菌制品企业营运状况浅析

第一节 日本养乐多集团

一、企业概况

二、最新动态分析

三、在华市场投资运行状况分析

四、品牌竞争力分析

五、国际化发展战略分析

第二节 法国达能集团

一、企业概况

二、最新动态分析

三、在华市场投资运行状况分析

四、品牌竞争力分析

五、国际化发展战略分析

第十四章 乳酸菌及其制品行业优势企业分析

第一节 深圳市深宝实业股份有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析

第二节 湖南太子奶集团生物科技股份有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析

第三节 广州益力多乳品有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业经营能力分析

第四节 内蒙古双娃乳业有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品结构及新产品动向
- 三、企业销售渠道与网络
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

第五节 南通红梅乳业有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、企业主要经济指标

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

第六节 企业六经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业产品结构及新产品动向

三、企业销售渠道与网络

三、企业主要经济指标

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业经营能力分析

第五部分 乳酸菌及其制品行业未来市场前景展望、投资策略研究

第十五章 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业发展趋势及预测分析

第一节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业前景预测

一、乳酸菌及其制品的研究进展及趋势预测

二、乳酸菌及其制品价格趋势预测

三、乳酸菌及其制品行业发展趋势预测分析

第二节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业供需预测分析

一、乳酸菌及其制品行业供给预测分析

二、乳酸菌及其制品行业需求预测分析

三、乳酸菌及其制品行业市场价格预测分析

四、乳酸菌及其制品行业进出口预测分析

第三节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业盈利能力预测分析

第十六章 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业投资机会与风险分析

第一节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业投资前景预测

第二节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业投资特性分析

一、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业进入壁垒分析

二、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业盈利模式分析

三、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业盈利因素分析

第三节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业投资机会分析

一、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业细分市场投资机会分析

二、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业区域市场投资潜力分析

第四节 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业投资风险分析

一、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业市场竞争风险

二、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业技术风险

三、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业政策风险

四、2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业进入退出风险

第十七章 2022-2028年中国乳酸菌及其制品行业发展策略及投资建议（）

第一节 乳酸菌及其制品行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 乳酸菌及其制品行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第十八章 建议（）

图表目录

图表 乳酸菌及其制品行业产业链模型图

图表 2015-2019年中国gdp增长变化趋势图

图表 2015-2019年中国消费价格指数变化趋势图

图表 2015-2019年中国城镇居民可支配收入变化趋势图

图表 2015-2019年中国农村居民纯收入变化趋势图

图表 2015-2019年中国社会消费品零售总额变化趋势图

图表 2015-2019年中国全社会固定资产投资总额变化趋势图

图表 2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品产量状况分析

图表 2019年我国乳酸菌及其制品消费结构表

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品需求量状况分析

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品进口量情况表

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品进口量变化趋势图

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品进口金额情况表

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品进口平均价格情况表

图表 2019年中国乳酸菌及其制品分国家进口状况分析

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品出口量情况表

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品出口量变化趋势图

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品出口金额情况表

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品出口平均价格情况表

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品行业产品市场价格变化趋势图

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业企业数量及其增长状况分析

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业亏损企业数量及亏损面状况分析

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业从业人数及其增长状况分析

图表 2015-2019年中国乳酸菌及其制品所属行业资产规模及其增长状况分析

图表 2019年中国乳酸菌及其制品所属行业不同类型企业数量状况分析

图表 2019年中国乳酸菌及其制品所属行业不同类型企业企业数量结构图

图表 2019年中国乳酸菌及其制品所属行业不同所有制企业数量状况分析

图表 2019年中国乳酸菌及其制品所属行业不同所有制企业企业数量结构图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275745.html>