

# 2021-2026年中国酸奶行业发展监测及投资战略规划研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国酸奶行业发展监测及投资战略规划研究报告》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：<https://www.huaon.com/channel/foods/719396.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

目前，我国市场上的酸奶主要分为常温酸奶与低温酸奶两大品类。而常温酸奶与低温酸奶的区别在于乳酸菌上，低温酸奶中会包含更多“活的乳酸菌”。而常温酸奶又被称为“灭菌型酸奶”，同低温酸奶相比，常温酸奶是经过乳酸菌发酵后，再次经过热处理，消灭了酸奶中活的乳酸菌，因此可以在常温状态下销售与存放，保质期延长。除乳酸菌之外，蛋白质、维生素等两者并没有显著区别。由于国内消费者的消费习惯，常温酸奶在近年来增速高于低温酸奶，常温酸奶打破区域销售壁垒，销售渠道也较为广泛，国内电商渠道销售发展快速，附加值高、货架期也适合电商运营的常温酸奶，在电商渠道竞争也日益激烈。特别是低温酸奶受限于冷链物流的发展水平，难以向三线城镇和农村扩展，因此常温酸奶打破区域限制，实现全民化酸奶消费成为很多乳品企业新的增长点。

2014-2019年我国常温与低温酸奶市场规模变化

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 酸奶概述

第一节 酸奶定义

第二节 酸奶行业发展历程

第三节 酸奶产业链分析

第二章 2020年中国酸奶行业发展环境分析

第一节 2020年中国经济环境分析

第二节 2020年中国酸奶行业发展政策环境分析

第三节 2020年中国酸奶行业发展社会环境分析

第三章 中国酸奶生产现状分析

第一节 酸奶行业总体规模

第二节 酸奶产能概况

一、2016-2020年产能分析

二、2021-2026年产能预测

第三节 酸奶产量概况

一、2016-2020年产量分析

二、2021-2026年产量预测

第四章 酸奶中国产品价格走势及影响因素分析

## 第一节 中国产品2016-2020年价格回顾

## 第二节 中国产品当前市场价格及评述

## 第三节 中国产品价格影响因素分析

## 第四节 2021-2026年中国产品未来价格走势预测

## 第五章 2016-2020年中国酸奶行业发展现状分析

### 第一节 中国酸奶行业发展现状

### 第二节 中国酸奶行业产品技术分析

### 第三节 中国酸奶行业存在的问题

### 第四节 对中国酸奶市场的分析及思考

## 第六章 2016-2020年中国酸奶行业发展概况

### 第一节 中国酸奶行业发展态势分析

### 第二节 中国酸奶行业发展特点分析

### 第三节 中国酸奶行业市场供需分析

## 第七章 酸奶行业市场竞争策略分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 一、现有企业间竞争

在市场规模壮大的同时，酸奶的市场竞争也日益激烈，行业新趋势也逐步显现，目前国内酸奶市场基本呈现出伊利、光明、蒙牛三大企业并立的市场格局，行业集中度CR3超过60%。国内低温液态奶产品，基本都是产品风味化、功能化混搭，添加一些新口味和新内容物，市场产品创新不足。酸奶市场也同样面临着产品同质化严重问题，特别是在常温酸奶领域由于市场高速增长，吸引了大批乳品企业加入，目前国内生产常温酸奶的企业有40~50家，品牌多达上百种。随着酸奶工艺技术不断发展，添加的内容物日益丰富，酸奶菌种也在持续升级，不同的菌种引导着酸奶向不同功能方向拓展。

#### 2021年一季度我国酸奶市场品牌TOP10竞争格局

#### 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 酸奶市场竞争策略分析

### 第三节 酸奶企业竞争策略分析

## 第八章 酸奶行业投资与发展前景分析

### 第一节 2016-2020年酸奶行业投资情况分析

#### 一、2016-2020年酸奶行业总体投资结构

#### 二、投资规模情况

### 三、分地区投资分析

#### 第二节 酸奶行业投资机会分析

#### 第三节 酸奶行业发展前景分析

##### 一、2021-2026年酸奶市场的发展前景

##### 二、2021-2026年酸奶市场面临的发展商机

### 第九章 2021-2026年中国酸奶行业发展前景预测分析

#### 第一节 2021-2026年中国酸奶行业发展预测分析

#### 第二节 2021-2026年中国酸奶行业市场前景分析

##### 一、产品差异化是企业发展的方向

##### 二、渠道重心下沉

### 第十章 酸奶上游原材料供应状况分析

#### 第一节 主要原材料

#### 第二节 主要原材料2016-2020年价格及供应情况

#### 第三节 2021-2026年主要原材料未来价格及供应情况预测

### 第十一章 酸奶行业上、下游行业分析

#### 第一节 上游行业分析

#### 第二节 下游行业分析

### 第十二章 2021-2026年酸奶行业发展趋势及投资风险分析

#### 第一节 当前酸奶存在的问题

#### 第二节 酸奶未来发展预测分析

#### 第三节 2021-2026年中国酸奶行业投资风险分析

##### 一、市场竞争风险

##### 二、原材料压力风险分析

##### 三、技术风险分析

##### 四、政策和体制风险

### 第十三章 2017-2020年酸奶重点企业竞争力分析

#### 第一节 伊利股份

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与财务状况分析

##### 三、企业竞争优势分析

##### 四、企业未来发展战略与规划

#### 第二节 中粮集团

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业经营与财务状况分析

##### 三、企业竞争优势分析

#### 四、企业未来发展战略与规划

##### 第三节 光明乳业

###### 一、企业基本概况

###### 二、企业经营与财务状况分析

###### 三、企业竞争优势分析

###### 四、企业未来发展战略与规划

##### 第四节 三元食品

###### 一、企业基本概况

###### 二、企业经营与财务状况分析

###### 三、企业竞争优势分析

###### 四、企业未来发展战略与规划

#### 第十四章 酸奶地区销售分析

##### 第一节 中国酸奶区域销售市场结构变化

##### 第二节 东北地区市场销售分析

##### 第三节 华北地区市场销售分析

##### 第四节 华南地区市场销售分析

##### 第五节 华东地区市场销售分析

##### 第六节 西北地区市场销售分析

##### 第七节 华中地区市场销售分析

##### 第八节 西南地区市场销售分析

#### 第十五章 2021-2026年中国酸奶行业投资战略研究

##### 第一节 2021-2026年中国酸奶行业投资策略分析

##### 第二节 2021-2026年中国酸奶行业品牌建设策略

#### 第十六章 市场指标预测及行业项目投资建议

##### 第一节 中国酸奶行业市场发展趋势预测

##### 第二节 酸奶产品投资机会（AK LSW）

##### 第三节 酸奶产品投资趋势分析

##### 第四节 项目投资建议

###### 一、行业投资环境考察

###### 二、投资风险及控制策略

###### 三、产品投资方向建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/719396.html>