



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国乳酸菌制品行业市场调查及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2010年中国乳酸菌制品行业市场调查及投资预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/122096.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

目录

第一章 乳酸菌的相关概述

- 一、乳酸菌介绍
- 二、乳酸菌的类型及特点
- 三、乳酸菌的生成
- 四、非活性乳酸菌和活性乳酸菌的区别
- 五、乳酸菌十大生理功能

第二章 2009-2010年中国乳酸菌制品行业市场发展环境

- 一、2009-2010年中国经济发展环境
 - (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
 - (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
 - (三) 中国应对金融危机的措施
- 二、2009-2010年中国乳酸菌制品市场政策环境
 - (一) 中国乳酸菌饮料行业呼唤更为科学的标准
 - (二) 活性乳酸菌数目标标准亟待更新
 - (三) 乳酸菌饮料国标修订势在必行
- 三、2009-2010年中国乳酸菌制品市场技术环境
- 四、2009-2010年中国乳酸菌制品市场社会环境
 - (一) 居民饮食习惯
 - (二) 消费观念

第三章 2009-2010年全球乳酸菌制品行业整体运营状况

- 一、2009-2010年全球乳酸菌制品行业市场运行格局
 - (一) 全球乳酸菌制品市场特征
 - (二) 全球发酵型乳酸菌奶饮品已空前发达
 - (三) 全球乳酸菌制品市场动态
- 二、2009-2010年全球乳酸菌制品品牌主要国家
 - (一) 日本乳酸菌市场七十年历久不衰
 - (三) 欧洲乳酸菌市场运行格局

三、2009-2012年全球乳酸菌制品行业发展趋势

第四章 2009-2010年中国乳酸菌制品行业运行态势剖析

一、2009-2010年中国乳酸菌制品产业现状综述

- (一) 2006年我国最大乳酸菌奶饮料基地投产
- (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"

二、2009-2010年中国乳酸菌产业市场

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

三、2009-2010年中国乳酸菌产业存在的问题

- (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象
- (四) 乳酸菌产业低门槛引发混战

第五章 2007-2009年中国乳酸菌相关行业数据

一、2007-2009年中国液体乳及乳制品制造行业总体数据

- (一) 2007年中国液体乳及乳制品制造行业全部企业数据
- (二) 2008年中国液体乳及乳制品制造行业全部企业数据
- (三) 2009年中国液体乳及乳制品制造行业全部企业数据

二、2007-2009年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据

- (一) 2007年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据
- (二) 2008年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据
- (三) 2009年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据

三、2007-2009年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据

- (一) 2007年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据
- (二) 2008年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据
- (三) 2009年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据

第六章 2009-2010年中国乳酸菌制品业内热点产品运营态势

一、乳酸菌饮品

- (一) 乳酸菌奶市场产销
- (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

二、干酪市场

- (一) 干酪行业特征
- (二) 2008年干酪市场运行状况
- (三) 2009-2012年干酪市场发展
- (四) 我国奶酪业有望迎来增长期

三、酱油市场

- (一) 乳酸菌在酱油酿造中的应用
- (二) 中国酱油的种类和等级
- (三) 中国酱油制造行业总体运行
- (四) 2009-2012年我国酱油技术发展展望

四、乳酸菌添加剂

- (一) 天然乳酸菌饲料添加剂介绍
- (二) 全球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

第七章 2009-2010年中国乳酸菌制品行业市场销售策略

一、产品策略

- (一) 消费结构
- (二) 市场情况
- (三) 产品策略

二、销售渠道

- (一) 乳品销售渠道比较
- (二) 促销策略

三、品牌策略

(一) 中国乳制品行业的品牌策略

(二) 蒙牛品牌攻防战的启示

四、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

第八章 2009-2010年中国乳酸菌制品市场竞争格局透析

一、2009-2010年中国乳酸菌制品行业竞争现状

(一) 乳酸菌奶品开打品牌战

(二) 价格竞争

(三) 营销方式竞争

二、2009-2010年中国乳酸菌制品市场竞争格局

(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

三、国际巨头中国乳酸菌奶市场发力

四、2009-2012年中国乳酸菌制品行业竞争趋势

第九章 全球品牌乳酸菌制品企业

一、日本养乐多集团

二、法国达能集团

第十章 中国乳酸菌制品行业重点企业

一、深圳市深宝实业股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

二、湖南太子奶集团生物科技股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

三、广州益力多乳品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

四、内蒙古双娃乳业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

五、南通红梅乳业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

六、广西皇氏生物工程乳业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

七、广州珠江美乐多饮品(香港)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

八、呼伦贝尔康益药业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

九、哈尔滨一洲制药有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

十、北京弗蒙特生物技术有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

第十一章 2009-2012年中国乳酸菌制品行业发展前景及投资预测

一、2009-2012年中国乳酸菌制品行业发展前景

(一) 乳酸菌饮料明天更辉煌

(二) 国内外益生菌产品的发展普遍受到重视成为液态食品中的增长热点

(三) 发酵型乳酸菌奶饮品成为全球乳制品发展的新方向

(四) 乳酸菌饮料成奶品新宠

二、2009-2012年中国乳酸菌制品行业发展趋势

(一) 新鲜发酵乳制品的最新发展及趋势

(二) 乳酸菌制品渠道的发展趋势

(三) 发酵型乳酸菌奶饮品成为国际发展的新趋势

三、2009-2012年中国乳酸菌制品行业市场预测

四、2009-2012年中国乳酸菌制品行业投资

(一) 中国乳酸菌制品行业投资环境

(二) 中国乳酸菌制品行业投资机会

(三) 中国乳酸菌制品行业投资风险

图表目录(部分)：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率(当季)

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率(累计)

图表：2007-2009年工业增加值增长率(当月)

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长(同比增长率%)

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/122096.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。