



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年酸奶行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年酸奶行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/128438.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](mailto: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

酸奶一般指酸牛奶,它是以新鲜的牛奶为原料,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。面粉经发酵制成馒头就容易消化吸收,牛奶发酵制成酸奶也有同样效果,发酵过程使奶中糖、蛋白质有20%左右被分解成为小的分子(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产生人体营养所必须的多种维生素,如VB1、VB2、VB6、VB12等。特别是对乳糖消化不良的人群,吃酸奶也不会发生腹胀、气多或腹泻现象。鲜奶中钙含量丰富,经发酵后,钙等矿物质都不发生变化,但发酵后产生的乳酸,可有效地提高钙、磷在人体中的利用率,所以酸奶中的钙磷更容易被人体吸收。酸奶还是钙的良好来源 虽然说酸奶的营养成分取决于原料奶的来源和成分,但是一般说,酸奶比原料奶的成分都有所提高,一方面因为原料质量的要求高,另一方面因为有些酸奶制作中加入少量奶粉。所以一般来讲,饮用一杯150克的酸奶,可以满足10岁以下儿童所需的一大钙量的1/3、成人钙量的1/5。益生菌是指有益于人类的生命和健康的一类肠道生理细菌,如双歧杆菌、嗜酸乳杆菌、干酪乳杆菌等乳酸菌。目前市面上各种酸奶制品品种繁多,有凝固型的、搅拌型的,还有加入不同的果汁、酸甜可口、适应各人不同口味的果汁型酸奶。不管是何种酸奶,其共同的特点都是含有乳酸菌。这些乳酸菌在人体的肠道内繁殖时会分泌对人体健康有益的物质,因此酸奶对人体有较多的好处。

2009年1季度,我国乳制品行业工业总产值比上年同期增长5.5%。工业销售产值同比增长2.4%,总产值和销售产值均呈现正增长。在工业销售产值中,出口交货值与上年同期相比,下降68.8%。数据显示,目前中国乳制品行业开始触底回稳。2009年1季度乳制品生产总量与上年同期相比增长3.28%,比2008年4季度增长12.04%。其中,2009年1季度液体乳产量与上年同期相比增长3.08%,与2008年4季度相比,环比增长15.64%。我国乳制品行业在工业销售产值中,出口交货值与上年同期相比,下降68.8%。出口交货值大幅下降的原因是2008年1季度,全球乳制品供不应求,产品的价格高企,我国乳制品产品出口顺畅,2009年1季度,全球乳制品供应充足,加上三鹿奶粉事件的影响,我国乳制品产品在质量和价格方面均不具优势。与2008年1季度相比,2009年1季度我国乳制品产品的出口,从出口量和出口值的指标来看,同比双双大幅下降,而进口量同比大幅上升,进口额同比增幅不大,说明国际市场乳制品产品价格有较大幅度回落。由此可见,在三鹿奶粉事件的影响和国际金融危机的双重影响下,

我国乳制品产品受到国际同类产品的进口冲击，出口受阻。与2008年4季度相比，2009年1季度我国乳制品产品的进口量和进口额仍呈现正增长，出口仍呈现负增长，但幅度比较小，因此，2009年1季度，我国乳制品行业仍在延续2008年4季度出口受阻和国外产品进口冲击的不利状况，但正在接近底部。

2009年国内乳制品行业虽面临困难，但从长远看，国内乳制品需求上升的趋势未变。从中国乳业消费的国情来看，常温奶市场至少是酸奶的4倍，在相当长一段时期内，常温奶依然在中国有着巨大的市场需求空间。随着生活节奏的加快，都市人群乳品消费对方便快捷的需求日益增加，而常温奶不用冷藏、携带方便，可以随时饮用，恰恰迎合了这种需求。中国幅员辽阔，地区发展差异巨大，在很多地方尤其是二三级城市和乡镇村落，“冷链”建设短期内无法延伸到。新鲜乳品的原奶、加工、运输、销售都需要全程0~4度左右的冷链系统支持，鲜奶和酸奶的销售就受到限制，而这些区域的人群同样对牛奶有着巨大的需求，这也为常温奶提供了广阔的舞台。基于长效酸奶是常温产品，保质期长，市场容量大，因此它不必像新鲜酸奶那样严格地以销定产，可以充分发挥光明现有生产线的能力，始终满负荷生产，大幅度地提高效率，降低生产成本。1998-2007年的10年间，常温奶占国内液态奶市场（常温奶+巴氏鲜奶）的份额从当初的20.4%一路上升到78.2%。在未来的10~20年时间里，中国乳品的市场规模完全可能从现在的3000多万吨增长到7000万~8000万吨。经过一段时间调整后，中国乳业还会快速发展。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国乳品工业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及饮料专业研究单位等公布和提供的大量资料，对国际酸奶行业市场发展状况、我国酸奶行业的市场状况进行了分析；对酸奶市场发展状况、酸奶行业的发展趋势与策略等方面进行了探讨。报告并根据行业的发展轨迹对酸奶未来的发展趋势作出审慎的判断，为投资者寻找新的投资亮点。本报告阐明了行业的投资环境，指明了投资方向，提出了投资方式，是酸奶生产企业、销售单位等准确了解目前中国酸奶行业发展动态，把握酸奶行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 酸奶行业发展概述

## 第一节 酸奶的定义及分类

### 一、酸奶的定义

### 二、酸奶的分类

### 三、酸奶的特性

## 第二节 酸奶产业链分析

### 一、市场特点

### 二、行业经济特性

### 三、产业链结构分析

## 第三节 酸奶行业发展成熟度分析

### 一、行业发展周期分析

### 二、行业中外市场成熟度对比

### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 全球酸奶市场发展分析

### 第一节 2008年全球酸奶市场分析

#### 一、2008年全球酸奶市场回顾

#### 二、2008年全球酸奶市场环境

#### 三、2008年全球酸奶销售分析

#### 四、2008年全球酸奶市场规模

### 第二节 2009年全球酸奶市场分析

#### 一、2009年全球酸奶需求分析

#### 二、2009年全球酸奶市场规模

#### 三、2009年全球酸奶品牌分析

#### 四、2009年中外酸奶市场对比

### 第三节 主要国家地区酸奶市场分析

#### 一、2008-2009年美国酸奶市场分析

#### 二、2008-2009年欧洲酸奶市场分析

#### 三、2008-2009年日本酸奶市场分析

#### 四、2008-2009年韩国酸奶市场分析

#### 五、2008-2009年其他国家酸奶市场

## 第三章 我国酸奶行业发展现状

## 第一节 我国酸奶行业发展现状

- 一、酸奶行业品牌发展现状
- 二、酸奶行业消费市场现状
- 三、酸奶市场消费层次分析
- 四、我国酸奶市场走向分析

## 第二节 2007-2009年酸奶业发展情况分析

- 一、2007年酸奶行业发展情况分析
- 二、2008年酸奶行业发展情况分析
- 三、2009年酸奶行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月酸奶行业发展情况

## 第三节 2008-2009年酸奶行业运行分析

- 一、2008-2009年酸奶业产销存运行分析
- 二、2008-2009年酸奶行业利润情况分析
- 三、2008-2009年酸奶行业发展周期分析
- 四、2009-2012年酸奶行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年酸奶行业利润增速预测

## 第四章 我国酸奶市场发展研究

### 第一节 2008年我国酸奶市场发展研究

- 一、2008年1季度我国酸奶市场研究
- 二、2008年2季度我国酸奶市场研究
- 三、2008年3季度我国酸奶市场研究
- 四、2008年4季度我国酸奶市场研究

### 第二节 2009年我国酸奶市场情况

- 一、2009年1-5月我国酸奶产销情况
- 二、2009年1-5月我国酸奶市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市酸奶市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国酸奶市场发展情况

### 第三节 2009年我国酸奶市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国酸奶市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国酸奶市场结构分析
- 三、2009年Q1我国酸奶市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国酸奶市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国酸奶市场结构分析

六、2009年1-5月我国酸奶市场价格走势分析

第四节 2009年我国酸奶业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国酸奶市场格局特点

二、2009年Q1我国酸奶产品创新特点

三、2009年Q1我国酸奶市场服务特点

四、2009年Q1我国酸奶市场品牌特点

## 第五章 我国酸奶市场调查分析

第一节 2008年我国酸奶市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第二节 2009年1季度我国酸奶市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

六、产品关注度调查

七、厂商分析

第三节 2009年4月份中国酸奶市场调查分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、整体市场关注度

五、品牌关注度格局

## 六、产品关注度调查

## 七、厂商分析

### 第四节 2009年5月份中国酸奶市场调查分析

#### 一、主要观点

#### 二、市场结构分析

#### 三、价格走势分析

#### 四、整体市场关注度

#### 五、品牌关注度格局

#### 六、产品关注度调查

#### 七、厂商分析

## 第六章 酸奶行业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年酸奶产量分析

#### 一、2008年酸奶产量分析

#### 二、2009年1-5月酸奶产量分析

### 第二节 2008-2009年酸奶行业主要经济指标分析

#### 一、销售收入前十家企业分析

#### 二、2008年酸奶行业主要经济指标分析

#### 三、2009年1-5月酸奶行业主要经济指标分析

### 第三节 2008-2009年我国酸奶行业绩效分析

#### 一、2008-2009年行业产销情况

#### 二、2008-2009年行业规模情况

#### 三、2008-2009年行业盈利能力

#### 四、2008-2009年行业经营发展能力

#### 五、2008-2009年行业偿债能力分析

## 第七章 我国酸奶行业进出口分析

### 第一节 我国酸奶进口分析

#### 一、2008年进口总量分析

#### 二、2008年进口结构分析

#### 三、2008年进口区域分析

### 第二节 我国酸奶出口分析



一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

### 第三节 我国酸奶进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年酸奶进口预测

四、2009年酸奶出口预测

## 第八章 酸奶区域市场情况分析

### 第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

#### 第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第九章 中国酸奶行业消费市场分析

#### 第一节 中国酸奶消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平

### 三、2009年消费者信心指数分析

#### 第二节 酸奶行业产品目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第三节 酸奶市场消费需求分析

##### 一、酸奶市场的消费需求变化

##### 二、酸奶行业的需求情况分析

##### 三、2009年酸奶品牌市场消费需求分析

#### 第四节 酸奶消费市场状况分析

##### 一、酸奶行业消费特点

##### 二、酸奶消费者分析

##### 三、酸奶消费结构分析

##### 四、酸奶消费的市场变化

##### 五、酸奶市场的消费方向

#### 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

##### 一、价格敏感程度

##### 二、品牌的影响

##### 三、购买方便的影响

##### 四、广告的影响程度

##### 五、包装的影响程度

#### 第六节 酸奶行业产品的品牌市场调查

##### 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

##### 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

##### 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

##### 四、消费者经常购买的品牌调查

##### 五、酸奶行业品牌忠诚度调查

##### 六、酸奶行业品牌市场占有率调查

##### 七、消费者的消费理念调研

## 第二部分 行业竞争格局

### 第十章 酸奶行业竞争格局分析

## 第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

## 第三节 中国酸奶行业竞争格局综述

一、2008年酸奶行业集中度

二、2008年酸奶行业竞争程度

三、2008年酸奶企业与品牌数量

四、2008年酸奶行业竞争格局分析

## 第四节 2008-2009年酸奶行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外酸奶竞争分析

二、2008-2009年我国酸奶市场竞争分析

三、2008-2009年我国酸奶市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要酸奶企业动向

五、2009年国内酸奶拟在建项目分析

## 第十一章 酸奶企业竞争策略分析

### 第一节 酸奶市场竞争策略分析

一、2009年酸奶市场增长潜力分析

二、2009年酸奶主要潜力品种分析

三、现有酸奶产品竞争策略分析

四、潜力酸奶品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

### 第二节 酸奶企业竞争策略分析

一、金融危机对酸奶行业竞争格局的影响

二、金融危机后酸奶行业竞争格局的变化

- 三、2009-2012年我国酸奶市场竞争趋势
- 四、2009-2012年酸奶行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年酸奶行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年酸奶企业竞争策略分析

## 第十二章 主要酸奶品牌竞争分析

### 第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 企业二

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 企业三

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 企业六

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 企业七

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第八节 企业八

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第九节 企业九

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第十节 企业十

## 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

### 第十三章 酸奶行业发展趋势分析

#### 第一节 我国酸奶行业前景与机遇分析

##### 一、我国酸奶行业发展前景

##### 二、我国酸奶发展机遇分析

##### 三、2009年酸奶的发展机遇分析

##### 四、金融危机对酸奶行业的影响分析

## 第二节 2009-2012年中国酸奶市场趋势分析

- 一、2008-2009年酸奶市场趋势总结
- 二、2009-2012年酸奶发展趋势分析
- 三、2009-2012年酸奶市场发展空间
- 四、2009-2012年酸奶产业政策趋向
- 五、2009-2012年酸奶技术革新趋势
- 六、2009-2012年酸奶价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

## 第十四章 未来酸奶行业发展预测

### 第一节 未来酸奶需求与消费预测

- 一、2009-2012年酸奶产品消费预测
- 二、2009-2012年酸奶市场规模预测
- 三、2009-2012年酸奶行业总产值预测
- 四、2009-2012年酸奶行业销售收入预测
- 五、2009-2012年酸奶行业总资产预测

### 第二节 2009-2012年中国酸奶行业供需预测

- 一、2008-2012年中国酸奶供给预测
- 二、2009-2012年中国酸奶产量预测
- 三、2009-2012年中国酸奶需求预测
- 四、2009-2012年中国酸奶供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国酸奶产品价格预测
- 六、2009-2012年主要酸奶产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十五章 酸奶行业投资现状分析

#### 第一节 2008年酸奶行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析

## 六、2008年外商投资情况

### 第二节 2009年1-5月酸奶行业投资情况分析

#### 一、2009年1-5月总体投资及结构

#### 二、2009年1-5月投资规模情况

#### 三、2009年1-5月投资增速情况

#### 四、2009年1-5月分行业投资分析

#### 五、2009年1-5月分地区投资分析

#### 六、2009年1-5月外商投资情况

## 第十六章 酸奶行业投资环境分析

### 第一节 经济发展环境分析

#### 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

#### 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

#### 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

### 第二节 政策法规环境分析

#### 一、2009年酸奶行业政策环境分析

#### 二、2009年国内宏观政策对其影响

#### 三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 技术发展环境分析

#### 一、国内酸奶技术现状

#### 二、2009年酸奶技术发展分析

#### 三、2009-2012年酸奶技术发展趋势分析

### 第四节 社会发展环境分析

#### 一、国内社会环境发展现状

#### 二、2009年社会环境发展分析

#### 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

## 第十七章 酸奶行业投资机会与风险

### 第一节 行业活力系数比较及分析

#### 一、2009年相关产业活力系数比较

#### 二、2007-2008行业活力系数分析

### 第二节 行业投资收益率比较及分析



一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 酸奶行业投资效益分析

一、2008-2009年酸奶行业投资状况分析

二、2009-2012年酸奶行业投资效益分析

三、2009-2012年酸奶行业投资趋势预测

四、2009-2012年酸奶行业的投资方向

五、2009-2012年酸奶行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响酸奶行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响酸奶行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响酸奶行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响酸奶行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国酸奶行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国酸奶行业发展面临的机遇分析

### 第五节 酸奶行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年酸奶行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年酸奶行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年酸奶行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年酸奶行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年酸奶行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年酸奶行业其他风险及控制策略

## 第十八章 酸奶行业投资战略研究

### 第一节 酸奶行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

## 第二节 对我国酸奶品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、酸奶实施品牌战略的意义
- 三、酸奶企业品牌的现状分析
- 四、我国酸奶企业的品牌战略
- 五、酸奶品牌战略管理的策略

## 第三节 酸奶经营策略分析

- 一、酸奶市场细分策略
- 二、酸奶市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、酸奶新产品差异化战略

## 第四节 酸奶行业投资战略研究

- 一、2009年饮料行业投资战略
- 二、2009年酸奶行业投资战略
- 三、2009-2012年酸奶行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：酸奶产业链分析

图表：国际酸奶市场规模

图表：国际酸奶生命周期

图表：2003-2008年中国酸奶行业市场规模

图表：2002-2008年全球酸奶产业市场规模

图表：2006-2008年酸奶重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国酸奶行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国酸奶行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国酸奶行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国酸奶发展能力分析

图表：2008-2009年中国酸奶竞争力分析

图表：2009-2012年中国酸奶产能预测

图表：2009-2012年中国酸奶消费量预测

图表：2009-2012年中国酸奶市场前景预测

图表：2009-2012年中国酸奶市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国酸奶发展前景预测

图表：2008年1-12月酸奶产量全国合计

图表：2008年1-12月酸奶产量北京市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量天津市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量河北省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量山西省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量吉林省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月酸奶产量上海市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量江苏省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量浙江省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量安徽省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量福建省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量江西省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量山东省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量河南省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量湖北省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量湖南省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量广东省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量广西区合计

图表：2008年1-12月酸奶产量海南省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量重庆市合计

图表：2008年1-12月酸奶产量四川省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量贵州省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量云南省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量陕西省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月酸奶产量新疆区合计

图表：2008年1-12月酸奶产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月酸奶产量全国合计

图表：2009年1-5月酸奶产量北京市合计

图表：2009年1-5月酸奶产量天津市合计

图表：2009年1-5月酸奶产量河北省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量山西省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量吉林省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月酸奶产量上海市合计

图表：2009年1-5月酸奶产量江苏省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量浙江省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量安徽省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量福建省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量江西省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量山东省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量河南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量湖北省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量湖南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量广东省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量广西区合计

图表：2009年1-5月酸奶产量海南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量重庆市合计

图表：2009年1-5月酸奶产量四川省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量贵州省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量云南省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量陕西省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月酸奶产量新疆区合计

图表：2009年1-5月酸奶产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标山西省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标内蒙古合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标辽宁省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标吉林省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标黑龙江省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标上海市合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标江苏省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标浙江省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标安徽省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标福建省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标江西省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标山东省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标河南省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标湖北省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标湖南省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标广东省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标广西区合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标海南省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标重庆市合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标四川省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标贵州省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标云南省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标陕西省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标甘肃省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标青海省合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标宁夏区合计  
图表：2008年1-12月乳制品行业经济指标新疆区合计  
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标全国合计  
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标北京市合计  
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标天津市合计  
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标河北省合计  
图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月乳制品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月酸奶进口数据

图表：2008年1季度酸奶进口数据

图表：2008年1月酸奶进口数据

图表：2008年2月酸奶进口数据

图表：2008年3月酸奶进口数据

图表：2008年2季度酸奶进口数据

图表：2008年4月酸奶进口数据  
图表：2008年5月酸奶进口数据  
图表：2008年6月酸奶进口数据  
图表：2008年3季度酸奶进口数据  
图表：2008年7月酸奶进口数据  
图表：2008年8月酸奶进口数据  
图表：2008年9月酸奶进口数据  
图表：2008年4季度酸奶进口数据  
图表：2008年10月酸奶进口数据  
图表：2008年11月酸奶进口数据  
图表：2008年12月酸奶进口数据  
图表：2008年1-12月酸奶出口数据  
图表：2008年1季度酸奶出口数据  
图表：2008年1月酸奶出口数据  
图表：2008年2月酸奶出口数据  
图表：2008年3月酸奶出口数据  
图表：2008年2季度酸奶出口数据  
图表：2008年4月酸奶出口数据  
图表：2008年5月酸奶出口数据  
图表：2008年6月酸奶出口数据  
图表：2008年3季度酸奶出口数据  
图表：2008年7月酸奶出口数据  
图表：2008年8月酸奶出口数据  
图表：2008年9月酸奶出口数据  
图表：2008年4季度酸奶出口数据  
图表：2008年10月酸奶出口数据  
图表：2008年11月酸奶出口数据  
图表：2008年12月酸奶出口数据  
图表：2009年1-5月酸奶进口数据  
图表：2009年1季度酸奶进口数据  
图表：2009年1月酸奶进口数据  
图表：2009年2月酸奶进口数据

图表：2009年3月酸奶进口数据  
图表：2009年2季度酸奶进口数据  
图表：2009年4月酸奶进口数据  
图表：2009年5月酸奶进口数据  
图表：2009年1-5月酸奶出口数据  
图表：2009年1季度酸奶出口数据  
图表：2009年1月酸奶出口数据  
图表：2009年2月酸奶出口数据  
图表：2009年3月酸奶出口数据  
图表：2009年2季度酸奶出口数据  
图表：2009年4月酸奶出口数据  
图表：2009年5月酸奶出口数据  
图表：酸奶市场调查对象情况分析  
图表：酸奶消费者消费习惯调查  
图表：消费者对酸奶产品价格认同情况调查分析  
图表：消费者购买渠道情况调查分析  
图表：酸奶消费者品牌状况调查分析  
图表：2008-2009年中国消费者酸奶品牌构成  
图表：酸奶消费者性别比例  
图表：酸奶消费者年龄分布  
图表：酸奶消费者购买频率分析  
图表：酸奶消费者购买酸奶的规格  
图表：酸奶消费者购买酸奶消费金额  
图表：消费者酸奶关注度调查分析  
图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128438.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](http://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专业提供投资咨询报告、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。