



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年优酸乳行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年优酸乳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/128453.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

优酸乳并非酸奶，而是含奶饮料，其中牛奶的含量很少，“酸牛奶”和“含乳饮料”是两个不同的概念。在配料上“酸牛奶”是用纯牛奶发酵制成的，属纯牛奶范畴，其蛋白质含量 $\geq 2.9\%$ ，其中调味酸牛奶蛋白质含量 $\geq 2.3\%$ 。而含乳饮料只含1/3鲜牛奶，配以水、甜味剂、果味剂。所以蛋白质含量只有不到1%，其营养价值和酸奶不可同日而语，不能用来代替牛奶或酸奶。含乳饮料又可分为配制型和发酵型，配制型成品中蛋白质含量不低于1.0%称为乳饮料，另一种发酵型成品中其蛋白质含量不低于0.7%称为乳酸菌饮料，都有别于真正的酸奶或牛奶。根据包装标签上蛋白质含量一项可以把它们与酸奶或牛奶区别开来。

由乐坛小天王周杰伦代言，以“我要的改变，我要的滋味”为主题的全新伊利优酸乳广告已经在全国火爆播出。拥有全新形象、功能的伊利优酸乳新品也随着上市，成为今夏乳酸产品市场上的新宠。随着生产、销售的稳步恢复，伊利集团已经布局09年夏季攻势，而启动优酸乳的全国营销攻势，正是伊利集团启动乳业夏季市场营销大战的第一步。伊利优酸乳新品还添加了“优+活性益生元”，激活有益菌增殖、抑制有害菌，更轻松提高免疫机能。在突出伊利优酸乳健康功能的基础上，通过周董代言的歌曲，伊利优酸乳的产品理念由“青春滋味，自己体会”转变为“我要我的滋味”，与当下年轻人追求独立，展现个性的心态一致，凸显了伊利优酸乳青春、时尚的风格定位。据悉，印有周杰伦型像的伊利优酸乳新产品将在全国商超上架，随后还会有限量版包装及周边产品的陆续诞生、以及其他大型品牌活动的持续推出。

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，对国际优酸乳行业市场发展状况、我国优酸乳行业的市场状况进行了分析；对优酸乳市场发展状况、优酸乳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优酸乳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，是优酸乳生产企业、销售单位等准确了解目前中国优酸乳行业发展动态，把握优酸乳行业现状与趋势，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 优酸乳行业发展概述

第一节 优酸乳的定义及分类

一、优酸乳的定义

二、优酸乳的分类

三、优酸乳的特性

第二节 优酸乳产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 优酸乳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 全球优酸乳市场发展分析

第一节 2008年全球优酸乳市场分析

一、2008年全球优酸乳市场回顾

二、2008年全球优酸乳市场环境

三、2008年全球优酸乳销售分析

四、2008年全球优酸乳市场规模

第二节 2009年全球优酸乳市场分析

一、2009年全球优酸乳需求分析

二、2009年全球优酸乳市场规模

三、2009年全球优酸乳品牌分析

四、2009年中外优酸乳市场对比

第三节 主要国家地区优酸乳市场分析

一、2008-2009年美国优酸乳市场分析

二、2008-2009年欧洲优酸乳市场分析

三、2008-2009年日本优酸乳市场分析

四、2008-2009年韩国优酸乳市场分析

五、2008-2009年其他国家优酸乳市场

第三章 我国优酸乳行业发展现状

第一节 我国优酸乳行业发展现状

一、优酸乳行业品牌发展现状

二、优酸乳行业消费市场现状

三、优酸乳市场消费层次分析

四、我国优酸乳市场走向分析

第二节 2007-2009年优酸乳业发展情况分析

一、2007年优酸乳行业发展情况分析

二、2008年优酸乳行业发展情况分析

三、2009年优酸乳行业发展特点分析

四、2009年1-5月优酸乳行业发展情况

第三节 2008-2009年优酸乳行业运行分析

一、2008-2009年优酸乳业产销存运行分析

二、2008-2009年优酸乳行业利润情况分析

三、2008-2009年优酸乳行业发展周期分析

四、2009-2012年优酸乳行业发展机遇分析

五、2009-2012年优酸乳行业利润增速预测

第四章 我国优酸乳市场发展研究

第一节 2008年我国优酸乳市场发展研究

一、2008年1季度我国优酸乳市场研究

二、2008年2季度我国优酸乳市场研究

三、2008年3季度我国优酸乳市场研究

四、2008年4季度我国优酸乳市场研究

第二节 2009年我国优酸乳市场情况

一、2009年1-5月我国优酸乳产销情况

二、2009年1-5月我国优酸乳市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市优酸乳市场发展情况

四、2009年1-5月我国优酸乳市场发展情况

第三节 2009年我国优酸乳市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国优酸乳市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国优酸乳市场结构分析

三、2009年Q1我国优酸乳市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国优酸乳市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国优酸乳市场结构分析

六、2009年1-5月我国优酸乳市场价格走势分析

第四节 2009年我国优酸乳业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国优酸乳市场格局特点
- 二、2009年Q1我国优酸乳产品创新特点
- 三、2009年Q1我国优酸乳市场服务特点
- 四、2009年Q1我国优酸乳市场品牌特点

第五章 我国优酸乳市场调查分析

第一节 2008年我国优酸乳市场调查分析

- 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季度我国优酸乳市场调查分析

- 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月份中国优酸乳市场调查分析

- 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月份中国优酸乳市场调查分析

- 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 优酸乳行业经济运行分析

第一节 2008-2009年优酸乳产量分析

- 一、2008年优酸乳产量分析
- 二、2009年1-5月优酸乳产量分析

第二节 2008-2009年优酸乳行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年优酸乳行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月优酸乳行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国优酸乳行业绩效分析

- 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 我国优酸乳行业进出口分析

第一节 我国优酸乳进口分析

- 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 我国优酸乳出口分析

- 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 我国优酸乳进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年优酸乳进口预测
- 四、2009年优酸乳出口预测

第八章 优酸乳区域市场情况分析

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 中国优酸乳行业消费市场分析

第一节 中国优酸乳消费者收入分析

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 优酸乳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 优酸乳市场消费需求分析
 - 一、优酸乳市场的消费需求变化
 - 二、优酸乳行业的需求情况分析
 - 三、2009年优酸乳品牌市场消费需求分析
- 第四节 优酸乳消费市场状况分析
 - 一、优酸乳行业消费特点
 - 二、优酸乳消费者分析
 - 三、优酸乳消费结构分析
 - 四、优酸乳消费的市场变化
 - 五、优酸乳市场的消费方向
- 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 优酸乳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、优酸乳行业品牌忠诚度调查
 - 六、优酸乳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 优酸乳行业竞争格局分析

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 中国优酸乳行业竞争格局综述

一、2008年优酸乳行业集中度

二、2008年优酸乳行业竞争程度

三、2008年优酸乳企业与品牌数量

四、2008年优酸乳行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年优酸乳行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外优酸乳竞争分析

二、2008-2009年我国优酸乳市场竞争分析

三、2008-2009年我国优酸乳市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要优酸乳企业动向

五、2009年国内优酸乳拟在建项目分析

第十一章 优酸乳企业竞争策略分析

第一节 优酸乳市场竞争策略分析

一、2009年优酸乳市场增长潜力分析

二、2009年优酸乳主要潜力品种分析

三、现有优酸乳产品竞争策略分析

四、潜力优酸乳品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 优酸乳企业竞争策略分析

一、金融危机对优酸乳行业竞争格局的影响

二、金融危机后优酸乳行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国优酸乳市场竞争趋势

四、2009-2012年优酸乳行业竞争格局展望

五、2009-2012年优酸乳行业竞争策略分析

六、2009-2012年优酸乳企业竞争策略分析

第十二章 主要优酸乳品牌竞争分析

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 优酸乳行业发展趋势分析

第一节 我国优酸乳行业前景与机遇分析

一、我国优酸乳行业发展前景

二、我国优酸乳发展机遇分析

三、2009年优酸乳的发展机遇分析

四、金融危机对优酸乳行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国优酸乳市场趋势分析

一、2008-2009年优酸乳市场趋势总结

二、2009-2012年优酸乳发展趋势分析

- 三、2009-2012年优酸乳市场发展空间
- 四、2009-2012年优酸乳产业政策趋向
- 五、2009-2012年优酸乳技术革新趋势
- 六、2009-2012年优酸乳价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来优酸乳行业发展预测

第一节 未来优酸乳需求与消费预测

- 一、2009-2012年优酸乳产品消费预测
- 二、2009-2012年优酸乳市场规模预测
- 三、2009-2012年优酸乳行业总产值预测
- 四、2009-2012年优酸乳行业销售收入预测
- 五、2009-2012年优酸乳行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国优酸乳行业供需预测

- 一、2008-2012年中国优酸乳供给预测
- 二、2009-2012年中国优酸乳产量预测
- 三、2009-2012年中国优酸乳需求预测
- 四、2009-2012年中国优酸乳供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国优酸乳产品价格预测
- 六、2009-2012年主要优酸乳产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 优酸乳行业投资现状分析

第一节 2008年优酸乳行业投资情况分析

- 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月优酸乳行业投资情况分析

- 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 优酸乳行业投资环境分析

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年优酸乳行业政策环境分析
- 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、国内优酸乳技术现状
- 二、2009年优酸乳技术发展分析
- 三、2009-2012年优酸乳技术发展趋势分析

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 优酸乳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 优酸乳行业投资效益分析

- 一、2008-2009年优酸乳行业投资状况分析
- 二、2009-2012年优酸乳行业投资效益分析
- 三、2009-2012年优酸乳行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年优酸乳行业的投资方向
- 五、2009-2012年优酸乳行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响优酸乳行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响优酸乳行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响优酸乳行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响优酸乳行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国优酸乳行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国优酸乳行业发展面临的机遇分析

第五节 优酸乳行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年优酸乳行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年优酸乳行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年优酸乳行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年优酸乳行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年优酸乳行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年优酸乳行业其他风险及控制策略

第十八章 优酸乳行业投资战略研究

第一节 优酸乳行业发展战略研究

- 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 对我国优酸乳品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、优酸乳实施品牌战略的意义

- 三、优酸乳企业品牌的现状分析
- 四、我国优酸乳企业的品牌战略
- 五、优酸乳品牌战略管理的策略
- 第三节 优酸乳经营策略分析
 - 一、优酸乳市场细分策略
 - 二、优酸乳市场创新策略
 - 三、品牌定位与品类规划
 - 四、优酸乳新产品差异化战略
- 第四节 优酸乳行业投资战略研究
 - 一、2009年乳品行业投资战略
 - 二、2009年优酸乳行业投资战略
 - 三、2009-2012年优酸乳行业投资战略
 - 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

- 图表：优酸乳产业链分析
- 图表：国际优酸乳市场规模
- 图表：国际优酸乳生命周期
- 图表：2003-2008年中国优酸乳行业市场规模
- 图表：2002-2008年全球优酸乳产业市场规模
- 图表：2006-2008年优酸乳重要数据指标比较
- 图表：2003-2008年中国优酸乳行业销售情况分析
- 图表：2003-2008年中国优酸乳行业利润情况分析
- 图表：2003-2008年中国优酸乳行业资产情况分析
- 图表：2008-2009年中国优酸乳发展能力分析
- 图表：2008-2009年中国优酸乳竞争力分析
- 图表：2009-2012年中国优酸乳产能预测
- 图表：2009-2012年中国优酸乳消费量预测
- 图表：2009-2012年中国优酸乳市场前景预测
- 图表：2009-2012年中国优酸乳市场价格走势预测
- 图表：2009-2012年中国优酸乳发展前景预测
- 图表：2008年1-12月优酸乳产量全国合计

图表：2008年1-12月优酸乳产量北京市合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量天津市合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量河北省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量山西省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量辽宁省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量吉林省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量黑龙江合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量上海市合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量江苏省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量浙江省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量安徽省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量福建省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量江西省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量山东省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量河南省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量湖北省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量湖南省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量广东省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量广西区合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量海南省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量重庆市合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量四川省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量贵州省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量云南省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量陕西省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量新疆区合计
图表：2008年1-12月优酸乳产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月优酸乳产量全国合计
图表：2009年1-5月优酸乳产量北京市合计
图表：2009年1-5月优酸乳产量天津市合计
图表：2009年1-5月优酸乳产量河北省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量山西省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量吉林省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量上海市合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量江苏省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量浙江省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量安徽省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量福建省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量江西省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量山东省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量河南省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量湖北省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量湖南省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量广东省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量广西区合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量海南省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量重庆市合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量四川省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量贵州省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量云南省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量陕西省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量新疆区合计

图表：2009年1-5月优酸乳产量内蒙古合计

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月优酸乳进口数据

图表：2008年1季度优酸乳进口数据

图表：2008年1月优酸乳进口数据

图表：2008年2月优酸乳进口数据

图表：2008年3月优酸乳进口数据

图表：2008年2季度优酸乳进口数据

图表：2008年4月优酸乳进口数据

图表：2008年5月优酸乳进口数据

图表：2008年6月优酸乳进口数据

图表：2008年3季度优酸乳进口数据
图表：2008年7月优酸乳进口数据
图表：2008年8月优酸乳进口数据
图表：2008年9月优酸乳进口数据
图表：2008年4季度优酸乳进口数据
图表：2008年10月优酸乳进口数据
图表：2008年11月优酸乳进口数据
图表：2008年12月优酸乳进口数据
图表：2008年1-12月优酸乳出口数据
图表：2008年1季度优酸乳出口数据
图表：2008年1月优酸乳出口数据
图表：2008年2月优酸乳出口数据
图表：2008年3月优酸乳出口数据
图表：2008年2季度优酸乳出口数据
图表：2008年4月优酸乳出口数据
图表：2008年5月优酸乳出口数据
图表：2008年6月优酸乳出口数据
图表：2008年3季度优酸乳出口数据
图表：2008年7月优酸乳出口数据
图表：2008年8月优酸乳出口数据
图表：2008年9月优酸乳出口数据
图表：2008年4季度优酸乳出口数据
图表：2008年10月优酸乳出口数据
图表：2008年11月优酸乳出口数据
图表：2008年12月优酸乳出口数据
图表：2009年1-5月优酸乳进口数据
图表：2009年1季度优酸乳进口数据
图表：2009年1月优酸乳进口数据
图表：2009年2月优酸乳进口数据
图表：2009年3月优酸乳进口数据
图表：2009年2季度优酸乳进口数据
图表：2009年4月优酸乳进口数据

图表：2009年5月优酸乳进口数据
图表：2009年1-5月优酸乳出口数据
图表：2009年1季度优酸乳出口数据
图表：2009年1月优酸乳出口数据
图表：2009年2月优酸乳出口数据
图表：2009年3月优酸乳出口数据
图表：2009年2季度优酸乳出口数据
图表：2009年4月优酸乳出口数据
图表：2009年5月优酸乳出口数据
图表：优酸乳市场调查对象情况分析
图表：优酸乳消费者消费习惯调查
图表：消费者对优酸乳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：优酸乳消费者品牌状况调查分析
图表：2008-2009年中国消费者优酸乳品牌构成
图表：优酸乳消费者性别比例
图表：优酸乳消费者年龄分布
图表：优酸乳消费者购买频率分析
图表：优酸乳消费者购买优酸乳的规格
图表：优酸乳消费者购买优酸乳消费金额
图表：消费者优酸乳关注度调查分析
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/128453.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。