



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国酸奶市场分析 及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国酸奶市场分析及投资策略研究报告》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/276246.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

酸奶是以牛奶为原料，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。 2009-2014年中国酸乳（04031000）进出口数据统计表

年份	出口（千克、千美元）		进口（千克、千美元）		数量	金额	数量	金额	2009年			
29556	24	749627	2,554	2010年	197815	153	944518	3,179	2011年	278062	224	1403208
5153	2012年	198811	233	2696020	8501	2013年	39928	67	3446510	12412	2014年	**

** ** * 数据来源：中国海关

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 酸奶的相关概述 13

第一节 酸奶的定义及分类 13

一、酸奶的定义 13

二、酸奶的分类 13

第二节 酸奶的营养成分和品种开发 14

一、酸奶的营养成分 14

二、多品种酸奶的开发 15

第三节 酸奶的生产工艺和发展历程 18

一、酸奶的生产工艺 18

二、酸奶的发展历程 19

第二章 2014-2015年世界酸奶行业整体运营状况分析 21

第一节 2014-2015年世界酸奶行业运行综述 21

一、世界酸奶行业发展历程 21

二、世界酸奶深加工状况分析 21

三、世界酸奶行业发展现状 22

第二节 2014-2015年世界酸奶行业动态分析 23

一、美国乳制品行业发展分析 23

二、欧洲乳制品行业发展分析 24

三、日本乳制品市场发展分析 24

第三章 2014-2015年中国酸奶产业运行环境解析 26

第一节 2014-2015年中国酸奶行业经济环境分析 26

一、2014-2015年中国GDP增长情况分析 26

二、2014-2015年中国工业经济发展形势分析 27

三、2014-2015年中国全社会固定资产投资分析 31

四、2014-2015年中国社会消费品零售总额分析 33

五、2014-2015年中国城乡居民收入与消费分析 35

六、2014-2015年中国对外贸易发展形势分析 38

第二节 2014-2015年中国酸奶政策环境分析 38

一、《中华人民共和国食品安全法》 38

二、《乳品质量安全监督管理条例》 42

三、中国制定乳品安全国家新标准 48

四、中国酸乳制品的卫生标准 49

五、中国乳制品工业产业政策 51

第三节 2014-2015年中国酸奶行业社会环境分析 54

一、2014年中国人口规模与结构分析 54

二、2014年城乡居民乳制品消费情况 57

三、中国乳制品和酸奶消费特征分析 59

四、中国食品安全环境分析 60

第四节 2014-2015年中国乳制品产业环境分析 61

一、2015年中国奶类及牛奶产量分析 61

二、2015年中国乳制品行业发展概述 62

三、2015年中国乳制品行业发展概况 63

四、2015年中国乳制品产量增长分析 66

第四章 2014-2015年中国酸奶产业运行态势分析 69

第一节 2014-2015年中国酸奶行业现状分析 69

一、中国酸奶发展迎来"黄金时期" 69

二、奶源争霸加速乳业整合 69

三、中国酸奶发酵剂使用现状 71

四、酸奶市场益生菌概念模糊 72

五、2014-2015年中国原奶价格高涨 72

第二节 2014-2015年中国酸奶市场综述 73

一、中国酸奶市场发展概况 73

二、中国酸奶市场特征分析 74

三、酸奶的市场增长趋势明显 75

四、酸奶市场快速增长的因素分析 76

五、酸奶细分市场发展分析 77

第三节 中国酸奶市场最新动态分析 79

一、夏季老酸奶创造销售奇迹 79

二、蒙牛获全球首个酸奶世界冠军 79

三、蒙牛收购华北最大酸奶企业君乐宝 80

四、国内首款常温酸牛奶上市 81

五、雅士利通过乳制品工业产业政策审核 82

第四节 中国酸奶市场竞争状况分析 83

一、中国酸奶生产厂商市场占有率 83

二、中国酸奶品牌市场占有率分析 84

三、中国酸奶品牌表现及价值分析 85

四、中国酸奶产业竞争焦点的变化 89

第五节 2014-2015年中国酸奶市场消费分析 89

一、中国酸奶市场渗透率 89

二、中国酸奶消费者分城市分布状况 90

三、中国酸奶消费者分布状况 92

四、中国酸奶消费人群的特点 93

第六节 2014-2015年中国酸奶市场营销分析 95

一、红枣酸奶的跨界营销 95

二、青海老酸奶的营销突围 97

三、光明全国化战略步伐提速 98

四、伊利产品全线升级 99

五、君乐宝高端新品齐上市 99

第七节 主要酸奶品牌策略对比 100

一、产品策略 100

二、价格策略 102

三、渠道策略 104

四、推广策略 105

第八节 2014-2015年中国酸奶产业发展存在的问题分析 106

一、乳酸菌饮品标准滞后 106

二、酸奶冷链管理的瓶颈 107

三、酸奶产业低门槛引发混战 107

四、酸奶企业存在的问题 108

五、酸奶产业营销中存在的瓶颈 109

六、生产过程中的问题及解决方法 110

第五章 2015年中国酸奶市场销售状况分析 111

第一节 2015年中国酸奶市场销售量分析 111

一、2015年中国搅拌型酸奶市场销售量分析 111

二、2015年中国凝固型酸奶市场销售量分析 111

第二节 2015年中国酸奶零售规模分析 112

一、2015年中国酸奶零售规模分析 112

二、2015年中国酸奶市场结构分析 112

三、2015年中国搅拌型酸奶零售规模分析 113

四、2015年中国凝固型酸奶零售规模分析 114

第三节 2015年中国酸奶市场销售价格分析 115

一、2015年中国搅拌型酸奶零售价格分析 115

二、2015年中国凝固型酸奶零售价格分析 115

第六章 2013-2015年中国酸奶产品进出口状况分析 116

第一节 2015年中国酸奶产品进口分析 116

一、2011-2015年中国酸奶进口数量情况 116

二、2011-2015年中国酸奶进口金额情况 116

第二节 2015年中国酸奶产品出口分析 117

一、2011-2015年中国酸奶出口数量情况 117

二、2011-2015年中国酸奶出口金额情况 118

第三节 2011-2015年中国酸奶产品进出口均价分析 119 2009-2014年中国酸乳（04031000）进

出口平均单价分析 年份 进口平均价格（美元/吨） 出口平均价格（美元/吨） 2009年
3407.03 812.02 2010年 3365.74 773.45 2011年 3672.30 805.58 2012年 3153.17 1171.97

2013年 3601.32 1678.02 2014年 ** ** 数据来源：中国海关、艾凯咨询网整理

第四节 2015年中国酸奶产品进出口省市分析 120

一、2015年中国酸奶进口省市情况 120

二、2015年中国酸奶出口省市情况 121

第五节 2015年中国酸奶产品进出口流向分析 122

一、2015年中国酸奶进口来源地情况 122

二、2015年中国酸奶出口目的地情况 123

第七章 2014-2015年酸奶包装行业发展分析 124

第一节 酸奶常见的包装形式 124

一、玻璃瓶、陶瓷罐包装 124

二、塑料包装 124

三、爱克林壶形包装 126

四、复合材料包装 126

五、金属罐包装 128

六、五类常见酸奶包装的对比分析 128

第二节 酸奶的包装构图现状分析 129

一、突出产品特色以"色"诱人 129

二、产品图案"鲜"声夺人 130

三、不同品类"牵线"不同包装图案 131

第三节 酸奶包装发展趋势分析 131

一、针对不同人群的包装 131

二、安全卫生的包装 131

三、信息化和功能型包装 131

四、绿色化的包装 132

第四节 未来酸奶包装形式预测 132

第八章 2014-2015年中国酸奶行业重点企业发展分析 133

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 133

- 一、公司基本情况 133
- 二、2015年企业经营情况分析 135
- 三、2015年企业经济指标分析 136
- 四、2015年企业盈利能力分析 137
- 五、2015年企业偿债能力分析 137
- 六、2015年企业运营能力分析 138
- 七、2015年企业成本费用分析 138

第二节 光明乳业股份有限公司 139

- 一、公司基本情况 139
- 二、2015年企业经营情况分析 140
- 三、2015年企业经济指标分析 141
- 四、2015年企业盈利能力分析 141
- 五、2015年企业偿债能力分析 142
- 六、2015年企业运营能力分析 142
- 七、2015年企业成本费用分析 142

第三节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 143

- 一、公司基本情况 143
- 二、2015年企业经营情况分析 145
- 三、2015年企业经济指标分析 146
- 四、2015年企业盈利能力分析 147
- 五、2015年企业偿债能力分析 147
- 六、2015年企业运营能力分析 147

第四节 北京三元食品股份有限公司 148

- 一、公司基本情况 148
- 二、2015年企业经营情况分析 149
- 三、2015年企业经济指标分析 149
- 四、2015年企业盈利能力分析 150
- 五、2015年企业偿债能力分析 150
- 六、2015年企业运营能力分析 151

七、2015年企业成本费用分析 151

第五节 四川新希望农业股份有限公司 152

一、公司基本情况 152

二、2015年企业经营情况分析 153

三、2015年企业经济指标分析 155

四、2015年企业盈利能力分析 156

五、2015年企业偿债能力分析 156

六、2015年企业运营能力分析 157

七、2015年企业成本费用分析 157

第六节 乐百氏(广东)食品饮料有限公司 158

一、公司基本情况 158

二、2015年企业主要经济指标 159

三、2015年企业偿债能力分析 160

四、2015年企业盈利能力分析 160

五、2015年企业运营能力分析 161

第七节 大连三寰乳业有限公司 162

一、公司基本情况 162

二、2015年企业主要经济指标 163

三、2015年企业偿债能力分析 164

四、2015年企业盈利能力分析 164

五、2015年企业运营能力分析 165

第八节 成都乃奇乐乳业有限公司 165

一、公司基本情况 165

二、2015年企业主要经济指标 166

三、2015年企业偿债能力分析 166

四、2015年企业盈利能力分析 167

五、2015年企业运营能力分析 167

第九节 杭州娃哈哈集团 168

一、企业基本情况 168

二、公司经营状况分析 168

第十节 济南佳宝乳业有限公司 169

一、企业基本情况 169

二、公司经营状况分析 170

第十一节 养乐多（中国）有限公司 171

一、企业基本情况 171

二、公司经营状况分析 172

第十二节 沈阳乳业有限公司（辉山乳业） 173

一、企业基本情况 173

二、公司经营状况 173

第十三节 青海小西牛生物乳业有限公司 174

第九章 2016-2022年中国酸奶行业发展前景及趋势预测 176

第一节 2016-2022年中国酸奶市场销售量预测 176

一、2016-2022年中国搅拌型酸奶市场销售量预测 176

二、2016-2022年中国凝固型酸奶市场销售量预测 177

第二节 2016-2022年中国酸奶市场零售规模预测 177

一、2016-2022年中国酸奶市场零售规模预测 177

二、2016-2022年中国搅拌型酸奶市场零售规模预测 178

三、2016-2022年中国凝固型酸奶市场零售规模预测 179

第三节 2016-2022年中国酸奶及相关产业发展趋势分析 180

一、酸奶市场按照消费人群的细分趋势 180

二、风味型酸奶的发展趋势 181

三、中国酸奶发酵剂发展趋势分析 182

四、乳品添加剂应用发展趋势 184

图表目录：

图表 1 酸奶的分类 14

图表 2 牛奶与酸奶中各营养成分的比较 15

图表 3 酸奶生产流程图 19

图表 4 欧洲国家乳制品消费发展阶段分析 24

图表 5 2011-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图 27

图表 6 2000-2015年中国规模以上工业企业经济指标统计 29

图表 7 2011-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 30

图表 8 2015年规模以上工业增加值环比增长趋势图 31

图表 9 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 32

图表 10 2015年固定资产投资（不含农户）环比增长趋势图 32

图表 11 2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 34

图表 12 2014年社会消费品零售总额环比增长趋势图 35

图表 13 2011-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 36

图表 14 2011-2015年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 15 2011-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 37

图表 16 2011-2015年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 17 2011-2015年中国进出口总额增长趋势图 38

图表 18 酸乳的感官指标 50

图表 19 酸乳的理化指标 50

图表 20 酸乳的微生物指标 50

图表 21 酸乳的乳酸菌指标 50

图表 22 乳制品企业能源消耗及水消耗指标 52

图表 23 2015年中国人口数及其构成情况 54

图表 24 2006-2015年中国人口数量变化趋势图 55

图表 25 2006-2015年中国城镇居民奶及奶制品人均消费支出趋势图 57

图表 26 2014年中国城镇居民不同收入水平家庭的奶及乳制品人均消费量 58

图表 27 1990-2015年中国农村居民的奶及乳制品人均消费量 58

图表 28 2015年不同地区农村居民的奶及乳制品人均消费量 58

图表 29 酸奶消费者细分及消费特征 60

图表 30 2002-2014年中国奶类及牛奶产量情况统计 61

图表 31 2002-2014年中国奶类产品产量趋势图 62

图表 32 2002-2014年中国牛奶产量趋势图 62

图表 33 2015年中国乳制品行业经济指标统计 62

图表 34 2015年中国乳制品行业经济指标统计 64

图表 35 2015年中国乳制品行业前五省区企业数量排名 65

图表 36 2015年中国乳制品行业前五省区资产总计排名 65

图表 37 2015年中国乳制品行业前五省区销售收入排名 66

图表 38 2015年中国乳制品行业前五省区利润总额排名 66

图表 39 2006-2015年中国乳制品和液体乳产品产量统计 67

图表 40 2006-2015年乳制品产量增长趋势图 67

图表 41 2006-2015年液体乳产量增长趋势图 67

图表 42 2011-2015年中国主要省区乳制品产量情况统计 68

图表 43 2011-2015年中国酸奶生产厂商市场占有率 84

图表 44 2015年中国酸奶市场份额排名前五位的企业 84

图表 45 2011-2015年中国酸奶市场品牌占比 85

图表 46 酸奶品牌知晓度 86

图表 47 酸奶品牌饮用频率 86

图表 48 酸奶品牌购买频率 87

图表 49 酸奶品牌议价空间 87

图表 50 酸奶品牌推荐度 88

图表 51 中国酸奶市场需求总体状况 90

图表 52 2006-2013年中国酸奶市场渗透率 90

图表 53 2013年中国分城市酸奶市场需求状况 91

图表 54 2015年酸奶市场渗透率排名前五名的城市 92

图表 55 2015年酸奶平均每周使用次数排名前五名的城市 92

图表 56 酸奶轻中重度消费者分布 93

图表 57 不同的酸奶渗透率状况 93

图表 58 不同社会阶层的酸奶渗透率状况 94

图表 59 分TGI家庭生命周期的酸奶渗透率 95

图表 60 2011-2015年搅拌型酸奶市场零售量增长趋势图 111

图表 61 2011-2015年中国凝固型酸奶市场零售量增长趋势 111

图表 62 2011-2015年中国酸奶市场零售规模统计 112

图表 63 2011-2015年中国酸奶市场零售规模增长趋势图 112

图表 64 2011-2015年中国酸奶零售市场结构 113

图表 65 2015年中国酸奶市场零售市场结构 113

图表 66 2011-2015年中国搅拌型酸奶零售规模统计 113

图表 67 2011-2015年中国搅拌型酸奶零售规模增长趋势图 114

图表 68 2011-2015年中国凝固型酸奶零售规模统计 114

图表 69 2011-2015年中国凝固型酸奶零售规模增长趋势图 114

图表 70 2011-2015年中国搅拌型酸奶零售价格增长趋势图 115

图表 71 2011-2015年中国凝固型酸奶零售价格增长趋势图 115

图表 72 2011-2015年中国酸奶进口数量统计 116

图表 73 2011-2015年中国酸奶进口数量增长趋势图	116
图表 74 2011-2015年中国酸奶进口金额统计	117
图表 75 2011-2015年中国酸奶进口金额增长趋势图	117
图表 76 2011-2015年中国酸奶出口数量统计	118
图表 77 2011-2015年中国酸奶出口数量增长趋势图	118
图表 78 2011-2015年中国酸奶出口金额统计	118
图表 79 2011-2015年中国酸奶出口金额增长趋势图	119
图表 80 2011-2015年中国酸奶进出口均价情况	119
图表 81 2011-2015年中国酸奶进出口均价趋势图	120
图表 82 2013年中国主要省市（分海关）酸奶进口统计	120
图表 83 2014年中国主要省市（分海关）酸奶进口统计	121
图表 84 2013年中国主要省市（分海关）酸奶出口统计	121
图表 85 2015年中国主要省市（分海关）酸奶出口统计	121
图表 86 2015年中国酸奶进口来源地情况	122
图表 87 2014年中国酸奶进口来源地情况	122
图表 88 2015年中国酸奶出口流向情况	123
图表 89 2014年中国酸奶出口流向情况	123
图表 90 百利包和包瑞包性能对比	124
图表 91 塑料包装材料阻隔性对比	125
图表 92 利乐包和康美包性能对比	127
图表 93 利乐冠盖的改变过程	128
图表 94 5类酸奶包装的特点	129
图表 95 外包装上各种主色调的比例	130
图表 96 外包装主要图案的比例	130
图表 97 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司分行业及产品情况	136
图表 98 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司业务结构情况	136
图表 99 2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司分地区情况表	136
图表 100 2011-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司收入与利润	137
图表 101 2011-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产与负债	137
图表 102 2011-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力	137
图表 103 2011-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力	138
图表 104 2011-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力	138

图表 105 2011-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成本费用 138

图表 106 2015年光明乳业股份有限公司分产品情况表 140

图表 107 2015年光明乳业股份有限公司业务结构情况 140

图表 108 2015年光明乳业股份有限公司分地区情况表 141

图表 109 2011-2015年光明乳业股份有限公司收入与利润统计 141

图表 110 2011-2015年光明乳业股份有限公司资产与负债统计 141

图表 111 2011-2015年光明乳业股份有限公司盈利能力情况 142

图表 112 2011-2015年光明乳业股份有限公司偿债能力情况 142

图表 113 2011-2015年光明乳业股份有限公司运营能力情况 142

图表 114 2011-2015年光明乳业股份有限公司成本费用统计 143

图表 115 2015年光明乳业股份有限公司成本费用结构图 143

图表 116 蒙牛集团生产基地地区分布 145

图表 117 2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司分产品情况 146

图表 118 2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司业务结构情况 146

图表 119 2011-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司收入与利润 146

图表 120 2011-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司资产与负债 147

图表 121 2011-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司盈利能力 147

图表 122 2011-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司偿债能力 147

图表 123 2011-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司运营能力 148

图表 124 2015年北京三元食品股份有限公司分产品情况表 149

图表 125 2015年北京三元食品股份有限公司分地区情况表 149

图表 126 2011-2015年北京三元食品股份有限公司收入与利润统计 150

图表 127 2011-2015年北京三元食品股份有限公司资产与负债统计 150

图表 128 2011-2015年北京三元食品股份有限公司盈利能力情况 150

图表 129 2011-2015年北京三元食品股份有限公司偿债能力情况 151

图表 130 2011-2015年北京三元食品股份有限公司运营能力情况 151

图表 131 2011-2015年北京三元食品股份有限公司成本费用统计 151

图表 132 2015年北京三元食品股份有限公司成本费用结构图 152

图表 133 2015年四川新希望农业股份有限公司分产品情况表 154

图表 134 2015年四川新希望农业股份有限公司业务结构情况 155

图表 135 2015年四川新希望农业股份有限公司分地区情况表 155

图表 136 2011-2015年四川新希望农业股份有限公司收入与利润统计 156

图表 137 2011-2015年四川新希望农业股份有限公司资产与负债统计 156

图表 138 2011-2015年四川新希望农业股份有限公司盈利能力情况 156

图表 139 2011-2015年四川新希望农业股份有限公司偿债能力情况 157

图表 140 2011-2015年四川新希望农业股份有限公司运营能力情况 157

图表 141 2011-2015年四川新希望农业股份有限公司成本费用统计 157

图表 142 2015年四川新希望农业股份有限公司成本费用结构图 158

图表 143 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司资产及负债统计 159

图表 144 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司收入及利润统计 159

图表 145 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司偿债能力统计 160

图表 146 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司资产负债率变化趋势图 160

图表 147 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司盈利能力 161

图表 148 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司毛利率趋势图 161

图表 149 2011-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司运营能力统计 162

图表 150 2011-2015年大连三寰乳业有限公司资产及负债统计 163

图表 151 2011-2015年大连三寰乳业有限公司收入及利润统计 163

图表 152 2011-2015年大连三寰乳业有限公司偿债能力统计 164

图表 153 2011-2015年大连三寰乳业有限公司资产负债率变化趋势图 164

图表 154 2011-2015年大连三寰乳业有限公司盈利能力统计 164

图表 155 2011-2015年大连三寰乳业有限公司毛利率变化趋势图 165

图表 156 2011-2015年大连三寰乳业有限公司运营能力统计 165

图表 157 2011-2015年成都乃奇乐乳业有限公司资产及负债统计 166

图表 158 2011-2015年成都乃奇乐乳业有限公司收入及利润统计 166

图表 159 2011-2015年成都乃奇乐乳业有限公司偿债能力统计 167

图表 160 2011-2015年成都乃奇乐乳业有限公司盈利能力统计 167

图表 161 2011-2015年成都乃奇乐乳业有限公司运营能力统计 167

图表 162 2011-2015年杭州娃哈哈集团酸奶饮品零售额及增长情况 169

图表 163 2015年杭州娃哈哈集团旗下酸奶饮品品牌零售额 169

图表 164 2011-2015年杭州娃哈哈集团酸奶饮品零售额增长趋势 169

图表 165 2011-2015年济南佳宝乳业酸奶饮品零售额 170

图表 166 2011-2015年济南佳宝乳业酸奶饮品零售额增长趋势 171

图表 167 2011-2015年养乐多(中国)有限公司酸奶饮品零售额 172

图表 168 2011-2015年养乐多(中国)有限公司酸奶饮品零售额 172

图表 169 2011-2015年沈阳乳业酸奶饮品零售额 174

图表 170 2011-2015年沈阳乳业酸奶饮品零售额增长趋势 174

图表 171 2016-2022年中国搅拌型酸奶市场销售量预测 176

图表 172 2016-2022年中国搅拌型酸奶市场销售量增长趋势预测 176

图表 173 2016-2022年中国凝固型酸奶市场销售量预测 177

图表 174 2016-2022年中国凝固型酸奶市场销售量增长趋势预测 177

图表 175 2016-2022年中国酸奶市场总体零售规模预测 178

图表 176 2016-2022年中国酸奶市场整体零售规模及增长趋势预测 178

图表 177 2016-2022年中国搅拌型酸奶市场零售规模预测 179

图表 178 2016-2022年中国搅拌型酸奶市场零售规模增长趋势预测 179

图表 179 2016-2022年中国凝固型型酸奶市场零售规模预测 179

图表 180 2016-2022年中国凝固型酸奶市场零售规模增长趋势预测 180

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276246.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。