



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007—2008年中国酸奶市场 投资价值决策咨询及行业竞争力 调查市场分析及发展趋势研究报

## 一、调研说明

《2007—2008年中国酸奶市场投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析及发展趋势研究报》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/44260.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

第一章 研究概述	8
第一节 研究背景	9
第二节 研究内容	10
第三节 研究方法	11
第四节 数据来源	12
第五节 研究团队	13
第二章 酸奶行业市场概述	14
第一节 2004-2006年国外酸奶行业市场现状	15
第二节 2004-2006年国外酸奶产品种类	16
第三节 2007-2008年国外酸奶发展趋势	17
第四节 2004-2006年中国酸奶行业市场现状	18
第五节 2004-2007年中国酸奶产量现状	19
第六节 2004-2007年中国酸奶消费市场现状	20
第七节 2004-2007年中国酸奶竞争力状况	21
第八节 2007-2008年中国酸奶行业发展趋势	22
第三章 国内酸奶行业现状及营销模式	23
第一节 2004-2007年国内酸奶行业发展态势	24
一、酸奶的定义与分类	25
二、近几年国内酸奶产量和人均消费水平的变化态势	26
三、国内酸奶产量	27
四、国内市场人均酸奶消费水平	28
第二节 2004-2007年国内酸奶市场发展态势	29
一、酸奶市场各区域市场容量推估	30
二、酸奶消费的重点城市分析	31
第三节 2004-2007年国内酸奶市场变化特征	32
一、产品种类变化特征分析	33
二、产品价格变化特征分析	34

1、 酸奶产品不同价位的分布	35
2、 不同包装类型酸奶的零售价格变化态势	36
3、 不同包装类型酸奶饮料的零售价格变化态势	37
4、 塑料杯装酸奶价格的地区差异	38
三、 酸奶产品渠道特征分析	39
1、 酸奶的获取途径	40
2、 酸奶的销售渠道	41
3、 不同城市的购买渠道比较	42
四、 酸奶包装形态变化特征分析	43
1、 2004-2007年不同包装形式的市场占有率	44
2、 2004-2007年不同包装类型酸奶家庭渗透率变化态势	45
3、 2004-2007年不同包装类型酸奶饮料家庭渗透率变化态势	46
4、 2004-2007年北京酸奶市场不同包装类型的市场变化态势	47
5、 2004-2007年上海酸奶市场不同包装类型的市场变化态势	48
6、 2004-2007年广东酸奶市场不同包装类型的市场变化态势	49
7、 2004-2007年沈阳酸奶市场不同包装类型的市场变化态势	50
8、 2004-2007年深圳酸奶市场不同包装类型的市场变化态势	51
9、 2004-2007年重庆酸奶市场不同包装类型的市场变化态势	52
第四节 2004-2007国内酸奶市场竞争格局的变化	53
一、 酸奶和酸奶饮料基本竞争格局	54
二、 酸奶不同品牌发展态势	55
三、 主要酸奶品牌市场销售量和市场占有率	56
第五节 2004-2007年主要城市不同品牌的市场占有率	57
一、 北京不同品牌酸奶市场占有率分析	58
二、 上海不同品牌酸奶市场占有率分析	59
三、 沈阳不同品牌酸奶市场占有率分析	60
四、 广东不同品牌酸奶市场占有率分析	61
第六节 不同品牌的市场定位	62
一、 三元酸奶市场定位	63
二、 光明酸奶市场定位	64
三、 伊利酸奶市场定位	65
四、 蒙牛酸奶市场定位	66

五、三鹿酸奶市场定位	67
第七节 2007-2010年国内酸奶和酸奶饮料市场发展趋势	68
一、细分市场方面	69
二、销售渠道方面	70
三、价格方面	71
四、促销方面	72
五、品牌间的整合方面	73
第四章 2004-2007年酸奶消费市场变化特征分析	74
第一节 消费者酸奶购买习惯分析	75
一、消费者酸奶购买总体情况	76
二、消费者酸奶购买频率	77
三、消费者酸奶消费量	78
四、消费者酸奶消费价格	79
五、消费者酸奶购买地点选择	80
六、消费者酸奶购买关注度	81
七、消费者酸奶饮用时间的接受程度	82
第二节 消费者酸奶口味偏好分析	83
一、消费者喜好的酸奶类型	84
二、消费者喜好的酸奶口味类型	85
三、消费者评判酸奶口味的标准	86
第三节 消费者酸奶品牌偏好分析	87
一、酸奶品牌影响力	88
二、酸奶品牌消费者总体知名度	89
三、消费者最常饮用酸奶品牌	90
四、消费者选择酸奶品牌考虑因素	91
第四节 消费者酸奶包装偏好分析	92
一、消费者经常购买的酸奶包装	93
二、消费者对现有各类酸奶包装的总体评价	94
三、消费者对现有各类酸奶包装的缺陷的认同度	95
四、消费者对现有各类酸奶包装的指标评价	96
第五节 2007-2010年中国酸奶消费市场发展趋势预测	97

第五章 国内酸奶产品包装及未来发展趋势	98
第一节 国内酸奶行业新产品、新技术和新包装发展趋势	99
一、目前国内酸奶市场主要包装企业的基本概况	100
1、海思亚	101
2、BOSCH	102
3、I.P.	103
4、国际纸业在中国的发展情况	104
5、利乐	105
6、康美包	106
7、杭州中亚	107
8、上海四国	108
二、2007-2010年国内酸奶包装发展趋势预测	109
第二节 2004-2007年国内酸奶包装的变化情况	110
一、2004—2007酸奶不同包装市场占有率变化态势	111
二、北京市场酸奶包装变化趋势分析	112
三、上海市场酸奶包装变化趋势分析	113
四、广州市场酸奶包装变化趋势分析	114
五、深圳市场酸奶包装变化趋势分析	115
六、沈阳市场酸奶包装变化趋势分析	116
七、酸奶包装的流行趋势预测	117
八、酸奶包装的流行趋势预测的依据	118
第六章 国际酸奶行业现状及营销模式分析	119
第一节 国际酸奶市场发展态势	120
一、国外酸奶产品的定义和分类	121
1、定义	122
2、分类	123
二、世界不同地区(国家)酸奶产量、消费量和人均	124
1、消费水平	125
2、产量	126
3、消费量	127

4、人均消费水平	128
第二节 世界酸奶主要生产国和消费国的国内酸奶行业发展态势	129
一、法国	130
1、法国酸奶行业发展态势	131
2、法国酸奶市场特点	132
3、酸奶总产量	133
4、酸奶总产值	134
5、人均消费量	135
6、渗透率	136
7、从零售市场看酸奶不同行业（或品种）的变化情况	137
8、对外贸易	138
9、销售渠道	139
10、生产厂家/品牌份额	140
11、前景	141
二、英国	142
1、英国酸奶行业发展态势	143
2、市场特点	144
3、产量	145
4、从零售市场看酸奶不同行业（或品种）的变化情况	146
5、销售渠道	147
6、生产厂家/品牌市场份额	148
7、英国酸奶市场生产厂家/品牌份额解析	149
8、前景	150
三、意大利	151
1、意大利酸奶行业发展态势	152
2、市场特点	153
3、市场容量	154
4、从零售市场看酸奶不同行业（或品种）的特征	155
5、销售渠道	156
6、对外贸易	157
7、生产厂家/品牌份额	158
8、前景	159

四、西班牙	160
1、西班牙酸奶行业发展态势	161
2、市场特点	162
3、市场容量	163
4、从零售市场看酸奶不同行业（或品种）的变化情况	164
5、销售渠道	165
6、品牌份额	166
7、前景	167
第七章 国外酸奶行业未来发展趋势	168
第一节 从酸奶市场容量来看	169
第二节 从消费者来看	170
第三节 从酸奶产品口味来看	171
第四节 从酸奶产品的功能来看	172
第五节 从酸奶产品的包装来看	173
第六节 从产品的品牌来看	174
第七节 从酸奶产品的销售渠道上看	175
第八章 第五章国际酸奶产品包装及未来发展趋势	176
第一节 国外酸奶行业新产品、新技术和新包装发展趋势	177
一、国外酸奶行业新产品发展趋势	178
二、国际上流行的各种酸牛奶	179
第二节 外酸奶行业包装发展趋势	180
一、目前古国际酸奶市场主要包装企业的基本概况	181
1、海思亚	182
2、BOSCH	183
3、I.P.	184
4、利乐	185
5、康美	186
6、伊莱克斯德	187
二、近年来国外酸奶包装的变化情况	188
1、包装材料	189

2、 包装规格	190
3、 包装方式	191
第三节 未来几年国外酸奶包装的发展趋势	192
一、 包装向着低成本、安全卫生、方便携带和环保方向发展	193
二、 包装设计突出个性化色彩，吸引儿童和妇女的视线	194

## 第九章 酸奶市场发展趋势 195

### 第一节 市场细分 196

### 第二节 国内中小乳品企业酸奶产品走向 197

## 第十章 行业投资价值分析 198

### 第一节 中国乳业竞争投资分析 199

### 第二节 乳业上市公司投资价值分析 200

### 第三节 国内酸奶行业投资价值分析 201

### 第四节 国内酸奶行业投资效益分析 202

### 第五节 国内酸奶行业投资趋势分析 203

报告图表目录（共计136张图表）略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44260.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。