

2024-2030年中国乳酸菌饮品市场增长潜力与投资策略制定报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国乳酸菌饮品市场增长潜力与投资策略制定报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/report/A25043ZJZT.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2024-02-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国乳酸菌饮品市场增长潜力与投资策略制定报告》介绍了乳酸菌饮品行业相关概述、中国乳酸菌饮品产业运行环境、分析了中国乳酸菌饮品行业的现状、中国乳酸菌饮品行业竞争格局、对中国乳酸菌饮品行业做了重点企业经营状况分析及中国乳酸菌饮品产业发展前景与投资预测。您若想对乳酸菌饮品产业有个系统的了解或者想投资乳酸菌饮品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

乳酸菌饮品是含乳饮料中一个重要细分领域，以乳或乳制品为原料，经乳酸菌发酵制得的乳液中，加入水、白砂糖、酸味剂，以及果汁、茶、咖啡、植物提取液等当中的一种或几种调制而成。根据其是否经过杀菌处理而区分为杀菌（非活性）型 / 常温乳酸菌和未杀菌（活菌）型 / 低温乳酸菌。

2014-2018年五年间，我国乳酸菌饮品市场复合增长率为13.7%，2018年中国大陆乳酸菌行业市场规模达340.9亿元。未来中国大陆乳酸菌市场将持续稳定发展，有望在2023年达到477.6亿的规模。

乳酸菌市场上低温乳酸菌发展较早。由于要求乳酸菌饮品中含有活的乳酸菌，低温乳酸菌需在2-10摄氏度贮存和销售，密封包装的活性乳酸菌保质期较短。2018-2022年五年间，低温乳酸菌的复合增长率为8.5%，2018年市场规模为203.2亿。常温乳酸菌是另外一种常见乳酸菌饮品，与低温乳酸菌饮品区别主要在于乳酸菌在生产过程中热力杀菌处理阶段已被灭活。因此，常温乳酸菌可以在常温下贮存和销售。

常温乳酸菌也可以和果汁、蔬菜汁、谷物等天然元素结合，不断推出健康、营养、口感丰富的产品，适应不同消费场景。受益于低温乳酸菌产品建立的消费需求基础，常温乳酸菌也被视为具有“促消化”、“润肠道”等功能，是营养、健康的饮品。同时，因无需冷链运输、易于贮藏，常温乳酸菌的销售半径大大扩展，目标市场更为广阔。

饮料即饮品是经过定量包装的，供直接饮用或按一定比例用水冲调或冲泡饮用的，乙醇含量（质量分数）不超过0.5%的制品。也可分为饮料浓浆或固体形态。

饮料一般可分为含酒精饮料和无酒精饮料，无酒精饮料又称软饮料。酒精饮料系指供人们饮用且乙醇(酒精)含量在百分之0.5—65(v/v)的饮料，包括各种发酵酒、蒸馏酒及配制酒。无酒精饮料是指酒精含量小于百分之0.5(v/v)，以补充人体水分为主要目的的流质食品，包括固体饮料。

我国饮料企业成本、区位优势明显，同时也存在技术落后，创新力不足，企业产品单一，

国际贸易能力差等问题。我国人民生活水平的快速发展给饮料企业带来了更加广阔的市场，饮料企业应该加快技术升级和规模扩展以应对来自外资企业的竞争。

饮料行业作为中国快速消费品市场的重要组成部分，经历了多年的快速发展和变化。随着消费者需求的多样化、健康意识的提高以及市场环境的变化，中国饮料行业正面临新的机遇和挑战。本文将分析中国饮料行业的现状，并探讨未来的市场前景。市场格局：中国饮料市场呈现出多元化的格局，包括碳酸饮料、果汁饮料、茶饮料、能量饮料等众多品类。其中，瓶装水、茶饮料和果汁饮料占据了最大的市场份额。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2024-2030年中国饮料制造市场分析与投资前景研究报告》表明：2023年我国饮料产量累计值达17499.8万吨，期末总额比上年累计增长4.1%。

指标	2023年12月	2023年11月	2023年10月	2023年9月	2023年8月	2023年7月	饮料产量当期值(万吨)
饮料产量当期值(万吨)	1313.4	1029.7	1060.4	1614.9	1834.2	1890.7	1313.4
饮料产量累计值(万吨)	17499.8	16177.7	15302.5	14232.6	12631.5	10935.2	17499.8
饮料产量同比增长(%)	4	4.3	-3.8	-0.5	-0.1	-0.3	4
饮料产量累计增长(%)	4.1	4	3.6	3.5	4	6.1	4.1

更多数据请关注【博思数据官方网站 <http://www.bosidata.com>】

数据来源：博思数据整理

第一章 乳酸菌饮品行业相关概述

第一节 乳酸菌饮品行业定义

第二节 乳酸菌饮品发展历程

第二章 中国乳酸菌饮品行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

第二节 2022年中国乳酸菌饮品行业社会环境分析

第三节 2022年乳酸菌饮品政策环境

第三章 全球乳酸菌饮品行业发展分析

第一节 2022-2023年全球乳酸菌饮品市场调研

一、全球乳酸菌饮品市场调研

二、全球乳酸菌饮品市场需求分析

第二节 2022-2023年全球部分地区乳酸菌饮品市场发展分析

第三节 2024-2030年全球乳酸菌饮品市场发展预测

第四章 中国乳酸菌饮品行业发展现状分析

第一节 2022-2023年乳酸菌饮品行业发展现状

第二节 2022-2023年乳酸菌饮品企业发展分析

第三节 2022-2023年乳酸菌饮品行业经济运行分析

第四节 2022-2023年乳酸菌饮品市场发展分析

第五节 乳酸菌饮品行业面临的挑战及发展建议

第五章 中国乳酸菌饮品消费市场调研

第一节 2022-2023年乳酸菌饮品客户特征分析

第二节 2022-2023年乳酸菌饮品客户对乳酸菌饮品选择的调查

第三节 2022-2023年乳酸菌饮品行业影响客户选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

第四节 2022-2023年乳酸菌饮品市场客户费渠道分析

第六章 中国乳酸菌饮品行业市场营销战略分析

第一节 乳酸菌饮品企业营销分析

一、乳酸菌饮品市场营销现状

二、乳酸菌饮品品牌成功因素分析

三、乳酸菌饮品企业营销战略研究

第二节 乳酸菌饮品营销渠道分析

一、乳酸菌饮品销售渠道构成

二、乳酸菌饮品营销渠道策略分析

第三节 乳酸菌饮品行业营销策略分析

第七章 2018-2022年中国乳酸菌饮品行业数据监测

第一节 2018-2022年行业偿债能力分析

第二节 2018-2022年行业盈利能力分析

第三节 2018-2022年行业发展能力分析

第四节 2018-2022年行业企业数量及变化趋势

第八章 中国乳酸菌饮品细分产品

第一节 2022-2023年常温乳酸菌饮品行业

第二节 2022-2023年低温乳酸菌饮品行业

第九章 中国乳酸菌饮品行业发展分析

第一节 2022-2023年乳酸菌饮品市场发展分析

一、乳酸菌饮品发展分析

二、乳酸菌饮品市场发展有利因素分析

三、乳酸菌饮品市场消费特点分析

第二节 2022-2023年乳酸菌饮品行业存在的问题及对策

第十章 中国乳酸菌饮品行业竞争格局分析

第一节 2022-2023年乳酸菌饮品行业竞争结构分析

一、乳酸菌饮品种类品牌竞争

二、乳酸菌饮品技术创新竞争

三、乳酸菌饮品销售渠道竞争

第二节 2022-2023年乳酸菌饮品区域市场格局分析

第十一章 中国乳酸菌饮品主要企业分析

第一节 东君乳业（禹城）有限公司

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司投资前景

第二节 福建好彩头食品股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司投资前景

第三节 小洋人生物乳业集团

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司投资前景

第四节 内蒙古伊利实业集团股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司投资前景

第五节 光明乳业股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司投资前景

第六节 湖北均瑶大健康饮品股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司投资前景

第十二章 中国乳酸菌饮品行业趋势预测分析

第一节 2024-2030年乳酸菌饮品市场前景预测分析

一、2024-2030年乳酸菌饮品市场发展潜力分析

二、2024-2030年乳酸菌饮品市场前景预测分析

第二节 2024-2030年乳酸菌饮品产品市场前景预测分析

第十三章 中国乳酸菌饮品行业发展趋势分析

第一节 对乳酸菌饮品市场发展预测

第二节 2024-2030年乳酸菌饮品市场发展趋势

第十四章 中国乳酸菌饮品行业投资趋势分析

第一节 市场策略分析

一、乳酸菌饮品价格策略分析

二、乳酸菌饮品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国乳酸菌饮品品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、乳酸菌饮品实施品牌战略的意义

三、乳酸菌饮品企业品牌的现状分析

四、我国乳酸菌饮品企业的品牌战略

五、乳酸菌饮品品牌战略管理的策略

第四节 乳酸菌饮品企业经营管理策略

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/A25043ZJZT.html>