

2023-2029年中国乳酸菌饮 品市场深度评估与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国乳酸菌饮品市场深度评估与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202304/354039.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国乳酸菌饮品市场深度评估与发展前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

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分析

一、全球乳酸菌饮品市场分析

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 2023-2029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分析

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、公司发展战略

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、公司发展战略

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、公司发展战略

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、公司发展战略

第五节 光明乳业股份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

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、公司发展战略

第十二章 中国乳酸菌饮品行业发展前景分析

第一节 2023-2029年乳酸菌饮品市场发展前景分析

一、2023-2029年乳酸菌饮品市场发展潜力分析

二、2023-2029年乳酸菌饮品市场发展前景分析

第二节 2023-2029年乳酸菌饮品产品市场发展前景分析

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 2023-2029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发展战略研究

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.cction.com/report/202304/354039.html>