

2014-2019年中国乳酸菌及其制品市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国乳酸菌及其制品市场现状分析及投资前景研究报告》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/qitashipin1403/167198HULU.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-03

【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《2014-2019年中国乳酸菌及其制品市场现状分析及投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了乳酸菌相关概述、中国乳酸菌制品行业市场发展环境等，接着分析了中国乳酸菌制品行业运行的现状，然后介绍了中国乳酸菌制品市场竞争格局。随后，报告对中国乳酸菌制品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国乳酸菌制品行业发展趋势与投资预测。您若想对乳酸菌制品产业有个系统的了解或者想投资乳酸菌制品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

人体肠道内乳酸菌拥有的数量,随着人的年龄增长会逐渐减少,不健康的饮食习惯、摄入低纤维的食物、每天的压力都会对肠胃健康造成不良的影响。通过乳酸菌清除肠道垃圾能使人们的生活更加健康。当前,由于抗生素的大量使用,使人体肠道内以乳酸菌为主的正常菌群已遭到严重的破坏,人的抵抗力越来越低,人类的健康正面临严重的威胁。人们正在不断寻求新的更加有效的抗菌产品,世界上发达国家已经认识到并开始了以使用乳酸菌为代表的免疫疗法革命。其实普通的乳酸菌,活力极弱,它们只能在相对受限制的环境中存活,一旦脱离开这些环境,其自身也会遭到灭亡。只有经过特殊工艺处理的乳酸菌才能到达肠道。进入肠道内的乳酸菌,必须具备数量多、活力强的特性,才能发挥其生物功效。

如何研制出高浓度且活力强的乳酸菌,成为了当今微生物学家们追求的梦想。以乳酸菌饮料为代表的乳酸菌应用产业开始走红,已成为业内的投资热点。要有高质量的产品,必须健全产品的质量,便于生产,也便于管理。医药保健品质量标准已经引起国家有关部门的关注。标准不健全很难与国际接轨。要使乳酸菌及其产业在中国稳健地发展,并给消费者带来真正的健康,就要有规范的东西,那就是标准。老百姓知道如何消费,企业知道如何生产,也便于政府管理。这样,乳酸菌制品及乳酸菌的产业在中国将越走越远,发展会越来越健康。

第一章 乳酸菌相关概述

第一节 乳酸菌的类型及特点

一、动物源乳酸菌

二、植物源乳酸菌

第二节 乳酸菌的生成

第三节 非活性乳酸菌和活性乳酸菌的区别

第四节 乳酸菌应用

第二章 2013年世界乳酸菌制品行业整体运营状况分析

第一节 2013年世界乳酸菌制品行业市场综述

- 一、世界乳酸菌制品市场特征分析
- 二、世界发酵型乳酸菌奶饮品已空前发达
- 三、世界乳酸菌制品市场动态分析

第二节 2013年世界乳酸菌制品品牌主要国家分析

- 一、日本乳酸菌市场七十年历久不衰
- 二、美国乳酸菌市场分析
- 三、欧洲乳酸菌市场运行格局

第三节 2014-2019年世界乳酸菌制品行业发展趋势分析

第三章 2013年世界品牌乳酸菌制品企业营运状况浅析

第一节 日本养乐多集团

- 一、企业概况
- 二、最新动态分析
- 三、在华市场投资运行情况
- 四、品牌竞争力分析
- 五、国际化发展战略分析

第二节 法国达能集团

- 一、企业概况
- 二、最新动态分析
- 三、在华市场投资运行情况
- 四、品牌竞争力分析
- 五、国际化发展战略分析

第四章 2013年中国乳酸菌制品行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国乳酸菌制品市场政策环境分析

- 一、中国乳酸菌饮料行业呼唤更为科学的标准
- 二、活性乳酸菌数目标标准亟待更新

三、乳酸菌饮料国标修订势在必行

第三节 2013年中国乳酸菌制品市场环境分析

第五章 2013年中国乳酸菌制品行业运行态势剖析

第一节 中国乳酸菌制品产业现状综述

- 一、我国最大乳酸菌奶饮料基地分析
- 二、中国乳酸菌行业高速增长年产值达到二十五亿元
- 三、中国乳酸菌产业发展迎来“黄金时期”

第二节 2013年中国乳酸菌产业市场分析

- 一、市场运行特点分析
- 二、技术最新进展
- 三、国外乳酸菌产业经验借鉴

第三节 2013年中国乳酸菌产业存在的问题分析

- 一、乳酸菌功效被夸大
- 二、乳酸菌制品现行标准有三大缺陷
- 三、乳酸菌饮品市场三大乱象
- 四、乳酸菌产业低门槛引发混战

第六章 2011-2013年中国乳酸菌相行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国液体乳及乳制品制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国液体乳及乳制品制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国液体乳及乳制品制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国液体乳及乳制品制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2012年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2013年中国液体乳及乳制品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2011年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2012年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2013年中国液体乳及乳制品制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2013年中国乳酸菌及制品业市场消费调研

第一节 2013年中国乳酸菌制品消费市场状况分析

一、市场销售的乳酸菌产品

二、乳酸菌制品市场消费分析

三、活性乳酸菌饮料消费分析

第二节 2013年中国乳酸菌重点需求应用领域分析

一、乳酸菌在食品中应用情况分析

二、乳酸菌在黄酒生产中应用分析

三、乳酸菌在水产养殖中应用分析

第八章 2013年中国乳酸菌制品业热点产品市场剖析

第一节 乳酸菌饮品

一、乳酸菌奶市场产销分析

二、太子奶等乳酸菌奶将掀起新一轮乳业革命

三、乳酸菌饮品大品牌当家

四、酸奶市场标准先行

五、洋品牌全线撤退

六、乳酸菌奶引领中国乳业价值提升

第二节 干酪市场分析

一、干酪行业特征

二、2013年干酪市场动态分析

三、干酪市场价格分析

四、我国奶酪业有望迎来增长期

第三节 酱油市场分析

一、乳酸菌在酱油酿造中的应用分析

二、中国酱油的种类和等级

三、中国酱油制造业总体运行分析

四、2014-2019年我国酱油技术发展展望

第四节 乳酸菌添加剂

一、天然乳酸菌饲料添加剂介绍

二、世界普遍关注绿色生物替代品天然乳酸菌饲料添加剂

三、天然乳酸菌饲料添加剂直接饲喂应用效果

四、乳酸菌添加剂应用前景展望

第九章 2013年中国乳酸菌制品行业市场销售策略分析

第一节 产品策略分析

一、消费结构

二、市场情况

三、产品策略

第二节 销售渠道分析

一、乳品销售渠道比较

二、促销策略

第三节 品牌策略分析

一、中国乳制品行业的品牌策略

二、蒙牛品牌攻防战的启示

第四节 太子奶乳酸菌饮品营销策略

一、差异化营销策略

二、建立庞大营销网络高利润回报

三、软硬结合着力品牌塑造

第十章 2013年中国乳酸菌制品市场竞争格局透析

第一节 2013年中国乳酸菌制品市场竞争总况

一、乳酸菌成乳业竞争新焦点

二、乳酸菌饮料异军突起

三、乳酸菌饮料养乐多借三聚氰胺事件冲击国内乳企趁势扩张

第二节 国际巨头中国乳酸菌奶市场发力

第三节 2013年中国乳酸菌制品市场竞争力探析

一、乳酸菌奶品开打品牌战

二、价格竞争分析

三、营销方式竞争分析

第四节 乳酸菌制品行业竞争结构分析

一、行业内现有企业的竞争

二、新进入者的威胁

三、替代品的威胁

四、供应商的讨价还价能力

五、购买者的讨价还价能力

第五节 2013年中国乳酸菌产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业集中度分析

第六节 2014-2019年中国乳酸菌及制品业市场竞争趋势分析

第十一章 2013年中国乳酸菌制品优势企业竞争力分析

第一节 深圳市深宝实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 湖南太子奶集团生物科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 广州益力多乳品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 内蒙古双娃乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 南通红梅乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 广西皇氏生物工程乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 广州珠江美乐多饮品（香港）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 呼伦贝尔康益药业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 哈尔滨一洲制药有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十节 北京弗蒙特生物技术有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二章 2014-2019年中国乳酸菌制品行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2014-2019年中国乳酸菌制品行业发展前景分析

- 一、乳酸菌饮料明天更辉煌
- 二、国内外益生菌产品的发展普遍受到重视成为液态食品中的增长热点
- 三、发酵型乳酸菌奶饮品成为全球乳制品发展的新方向
- 四、乳酸菌饮料成奶品新宠

第二节 2014-2019年中国乳酸菌制品行业发展趋势分析

- 一、新鲜发酵乳制品的最新发展及趋势
- 二、乳酸菌制品渠道的发展趋势分析
- 三、发酵型乳酸菌奶饮品成为国际发展的新趋势

第三节 2014-2019年中国乳酸菌制品市场盈利预测分析

第四节 2014-2019年中国乳制品发展战略分析

- 一、开拓市场及扩大乳制品消费
- 二、加快科技步伐提高产品质量
- 三、调整产品结构及开发新产品

第十三章 2014-2019年中国乳酸菌及其制品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、价格策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第二节 提高乳酸菌制品企业竞争力的策略

一、提高中国乳酸菌制品企业核心竞争力的对策

二、影响乳酸菌制品企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高乳酸菌制品企业竞争力的策略

第三节 对我国乳酸菌制品品牌的战略思考

一、乳酸菌制品品牌的特性和作用

二、乳酸菌制品品牌价值战略研究

三、我国乳酸菌制品品牌竞争趋势

四、乳酸菌制品企业品牌发展战略

第十四章 2014-2019年中国乳酸菌制品行业投资前景预测分析

第一节 2014-2019年中国乳酸菌制品行业投资环境分析

第二节 2014-2019年中国乳酸菌及制品业投资特性分析

一、行业的周期性

二、行业进入壁垒

三、行业推动因素

四、行业预期与建议

第三节 2014-2019年中国乳酸菌制品行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第四节 2014-2019年中国乳酸菌制品行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第五节 2014-2019年中国乳酸菌制品行业投资策略分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1403/167198HULU.html>