

# 2016-2022年中国酸奶市场专项调研及投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国酸奶市场专项调研及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201606/422130.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

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

历史证据显示，酸奶作为食品至少有4500多年的历史了，最早期的酸奶可能是游牧民族装在羊皮袋里的奶受到依附在袋的细菌自然发酵，而成为奶酪。

酸奶的发酵过程使奶中糖、蛋白质有20%左右被水解成为小的分子（如半乳糖和乳酸、小的肽链和氨基酸等），奶中脂肪含量一般是3%~5%。经发酵后，乳中的脂肪酸可比原料奶增加2倍，这些变化使酸奶更易消化和吸收，各种营养素的利用率得以提高。酸奶由纯牛奶发酵而成，除保留了鲜牛奶的全部营养成分外，在发酵过程中乳酸菌还可以产生人体营养所必须的多种维生素，如VB1、VB2、VB6、VB12等。

营养成分表(每100g)：

营养成分	含量	营养成分	含量	营养成分	含量	热量(大卡)			
铁(毫克)	0.4	锌(毫克)	0.53	碳水化合物(克)	9.3	72			
核黄素(毫克)	0.15	锰(毫克)	0.02	蛋白质(克)	2.5	脂肪(克)	2.7		
0.12	胆固醇(毫克)	15	磷(毫克)	85	烟酸(毫克)	0.2	钾(毫克)	150	
维生素C(毫克)	1	钙(毫克)	118	硒(微克)	1.71	维生素E(毫克)	0.12	维生素A(微克)	26
						镁(毫克)	12	钠(毫克)	39.8

根据Euromonitor的数据统计，2004年全国酸奶产品零售量约为153.59万吨;到2014年全国酸奶产品零售量约为546.68万吨，较2004年增长255.93%

2004-2014年年均复合增长率为13.54%。发行人生产的DXR系列全自动塑杯成型灌装封切设备和DGD系列全自动预制杯灌装封口设备广泛应用于酸奶产品的灌装环节。

中国智研咨询发布的《2016-2022年中国酸奶市场专项调研及投资前景预测报告》共九章。首先介绍了酸奶行业市场发展环境、酸奶整体运行态势等，接着分析了酸奶行业市场运行的现状，然后介绍了酸奶市场竞争格局。随后，报告对酸奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了酸奶行业发展趋势与投资预测。您若想对酸奶产业有个系统的了解或者想投资酸奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2013-2015年世界酸奶行业整体运营状况分析 21

### 第一节 2013-2015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 2013-2015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 2013-2015年中国酸奶产业运行环境解析 26

### 第一节 2013-2015年中国酸奶行业经济环境分析 26

#### 一、2013-2015年中国GDP增长情况分析 26

#### 二、2013-2015年中国工业经济发展形势分析 27

#### 三、2013-2015年中国全社会固定资产投资分析 31

#### 四、2013-2015年中国社会消费品零售总额分析 33

#### 五、2013-2015年中国城乡居民收入与消费分析 35

#### 六、2013-2015年中国对外贸易发展形势分析 38

### 第二节 2013-2015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 2013-2015年中国酸奶行业社会环境分析 54

#### 一、2015年中国人口规模与结构分析 54

#### 二、2015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 2013-2015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
  - 2004-2014年全国牛奶产量(万吨)
  - 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
  - 2006-2015年中国乳制品产量及增长率统计表
- 第四章 2013-2015年中国酸奶产业运行态势分析 69
  - 第一节 2013-2015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、2015年中国原奶价格高涨 72
  - 第二节 2013-2015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 2013-2015年中国酸奶市场最新动态分析 79
    - 一、2015年夏季老酸奶创造销售奇迹 79
    - 二、2015年蒙牛获全球首个酸奶世界冠军 79
    - 三、2015年蒙牛收购华北最大酸奶企业君乐宝 80
    - 四、2015年国内首款常温酸牛奶上市 81
    - 五、2015年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 2013-2015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 2013-2015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、2015年光明全国化战略步伐提速	98
四、2015年伊利产品全线升级	99
五、2015年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 2013-2015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
2004-2014年全国酸奶产品零售量(万吨)	
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、2009-2015年国酸奶进口数量情况 116

#### 二、2009-2015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、2009-2015年中国酸奶出口数量情况 117

#### 二、2009-2015年中国酸奶出口金额情况 118

### 第三节 2009-2015年中国酸奶产品进出口均价分析 119

### 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 2013-2015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 2013-2015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 (ZY GXH)

### 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 (ZY GXH)

#### 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 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 34

图表 12 2015年社会消费品零售总额环比增长趋势图 35

图表 13 2009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 36

图表 14 2009-2015年城镇居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 15 2009-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 37

图表 16 2009-2015年农村居民人均消费性支出及增长趋势图 37

图表 17 2009-2015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 2015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 2002-2015年中国奶类及牛奶产量情况统计 61
- 图表 31 2002-2015年中国奶类产品产量趋势图 62
- 图表 32 2002-2015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 2009-2015年中国主要省区乳制品产量情况统计 68
- 图表 43 2008-2015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 2008-2015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 2006-2015年中国酸奶市场渗透率 90
- 图表 53 2015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 2009-2015年搅拌型酸奶市场零售量增长趋势图 111
- 图表 61 2009-2015年中国凝固型酸奶市场零售量增长趋势 111
- 图表 62 2009-2015年中国酸奶市场零售规模统计 112
- 图表 63 2009-2015年中国酸奶市场零售规模增长趋势图 112
- 图表 64 2009-2015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 2009-2015年中国搅拌型酸奶零售规模统计 113
- 图表 67 2009-2015年中国搅拌型酸奶零售规模增长趋势图 114
- 图表 68 2009-2015年中国凝固型酸奶零售规模统计 114
- 图表 69 2009-2015年中国凝固型酸奶零售规模增长趋势图 114
- 图表 70 2009-2015年中国搅拌型酸奶零售价格增长趋势图 115
- 图表 71 2009-2015年中国凝固型酸奶零售价格增长趋势图 115
- 图表 72 2009-2015年中国酸奶进口数量统计 116
- 图表 73 2009-2015年中国酸奶进口数量增长趋势图 116
- 图表 74 2009-2015年中国酸奶进口金额统计 117
- 图表 75 2009-2015年中国酸奶进口金额增长趋势图 117
- 图表 76 2009-2015年中国酸奶出口数量统计 118
- 图表 77 2009-2015年中国酸奶出口数量增长趋势图 118
- 图表 78 2009-2015年中国酸奶出口金额统计 118
- 图表 79 2009-2015年中国酸奶出口金额增长趋势图 119
- 图表 80 2009-2015年中国酸奶进出口均价情况 119
- 图表 81 2009-2015年中国酸奶进出口均价趋势图 120
- 图表 82 2015年中国主要省市（分海关）酸奶进口统计 120
- 图表 83 2015年中国主要省市（分海关）酸奶进口统计 121
- 图表 84 2015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 2015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 2015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 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力 137
- 图表 103 2009-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力 138
- 图表 104 2009-2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力 138
- 图表 105 2009-2015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 2009-2015年光明乳业股份有限公司收入与利润统计 141
- 图表 110 2009-2015年光明乳业股份有限公司资产与负债统计 141
- 图表 111 2009-2015年光明乳业股份有限公司盈利能力情况 142
- 图表 112 2009-2015年光明乳业股份有限公司偿债能力情况 142
- 图表 113 2009-2015年光明乳业股份有限公司运营能力情况 142
- 图表 114 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司盈利能力 147
- 图表 122 2009-2015年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司偿债能力 147
- 图表 123 2009-2015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 2009-2015年北京三元食品股份有限公司收入与利润统计 150
- 图表 127 2009-2015年北京三元食品股份有限公司资产与负债统计 150
- 图表 128 2009-2015年北京三元食品股份有限公司盈利能力情况 150
- 图表 129 2009-2015年北京三元食品股份有限公司偿债能力情况 151
- 图表 130 2009-2015年北京三元食品股份有限公司运营能力情况 151
- 图表 131 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年四川新希望农业股份有限公司盈利能力情况 156
- 图表 139 2009-2015年四川新希望农业股份有限公司偿债能力情况 157
- 图表 140 2009-2015年四川新希望农业股份有限公司运营能力情况 157
- 图表 141 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司偿债能力统计 160
- 图表 146 2009-2015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 2009-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司盈利能力 161
- 图表 148 2009-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司毛利率趋势图 161
- 图表 149 2009-2015年乐百氏(广东)食品饮料有限公司运营能力统计 162
- 图表 150 2009-2015年大连三寰乳业有限公司资产及负债统计 163
- 图表 151 2009-2015年大连三寰乳业有限公司收入及利润统计 163
- 图表 152 2009-2015年大连三寰乳业有限公司偿债能力统计 164
- 图表 153 2009-2015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 2009-2015年大连三寰乳业有限公司盈利能力统计 164
- 图表 155 2009-2015年大连三寰乳业有限公司毛利率变化趋势图 165
- 图表 156 2009-2015年大连三寰乳业有限公司运营能力统计 165
- 图表 157 2009-2015年成都乃奇乐乳业有限公司资产及负债统计 166
- 图表 158 2009-2015年成都乃奇乐乳业有限公司收入及利润统计 166
- 图表 159 2009-2015年成都乃奇乐乳业有限公司偿债能力统计 167

- 图表 160 2009-2015年成都乃奇乐乳业有限公司盈利能力统计 167
- 图表 161 2009-2015年成都乃奇乐乳业有限公司运营能力统计 167
- 图表 162 2009-2015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 2009-2015年杭州娃哈哈集团酸奶饮品零售额增长趋势 169
- 图表 165 2009-2015年济南佳宝乳业酸奶饮品零售额 170
- 图表 166 2009-2015年济南佳宝乳业酸奶饮品零售额增长趋势 171
- 图表 167 2009-2015年养乐多（中国）有限公司酸奶饮品零售额 172
- 图表 168 2009-2015年养乐多（中国）有限公司酸奶饮品零售额 172
- 图表 169 2009-2015年沈阳乳业酸奶饮品零售额 174
- 图表 170 2009-2015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.chyxx.com/research/201606/422130.html>