

2017-2022年中国乳酸菌制品行业深度调研与投资 前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国乳酸菌制品行业深度调研与投资前景分析报告》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/201707/542406.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

乳酸菌指发酵糖类主要产物为乳酸的一类无芽孢、革兰氏染色阳性细菌的总称。乳酸菌可以说是巨噬细胞、nk细胞这些人体免疫细胞的“兴奋剂”，乳酸菌可以激活这些细胞以消灭体内的有害菌和癌细胞。

乳酸菌（lactic acid bacteria，LAB）是一类能利用可发酵碳水化合物产生大量乳酸的细菌的通称。这类细菌在自然界分布极为广泛，具有丰富的物种多样性。它们不仅是研究分类、生化、遗传、分子生物学和基因工程的理想材料，在理论上具有重要的学术价值，而且在工业、农牧业、食品和医药等与人类生活密切相关的重要领域应用价值也极高。此外，这类菌中有些细菌又是人畜的致病菌，因此受到人们极大的关注和重视。

智研咨询发布的《2017-2022年中国乳酸菌制品行业深度调研与投资前景分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 乳酸菌总论 14

第一节 乳酸菌行业定义及分类 14

一、乳酸菌定义 14

二、乳酸菌分类 14

三、国家药监局准许在食品中添加的乳酸菌种类 15

第二节 乳酸菌使用及功能 17

一、非活性乳酸菌和活性乳酸菌的区别 18

二、非活性乳酸菌的使用规定 18

三、乳酸菌十大生理功能 19

第三节 双歧杆菌类使用及功能 19

一、双歧杆菌的使用规定 20

二、双歧杆菌生理功能 20

第四节 其他乳酸菌使用及功能 24

一、其他乳酸菌的使用规定 24

二、其他乳酸菌生理功能 27

第二章 乳酸菌行业发展概况及应用分析 30

第一节 中国乳酸菌行业现状概述	30
一、中国乳酸菌行业现状概述	30
二、中国双歧杆菌行业现状概述	31
三、其他乳酸菌行业现状概述	33
第二节 中国乳酸菌应用领域分析	35
一、中国乳酸菌应用领域分析	35
二、中国双歧杆菌应用领域分析	36
三、中国其他乳酸菌应用领域分析	37
第三章 乳酸菌技术最新发展趋势分析	39
第一节 国外同类技术重点研发方向	39
第二节 国内乳酸菌研发技术路径分析	39
第三节 国内最新研发动向	39
第四节 技术走势预测	39
第五节 技术进步对企业发展影响	40
第四章 中国乳酸菌保健品消费市场分析	42
第一节 中国乳酸菌保健品消费市场分析	42
一、乳酸菌健康保健品行业特征	42
二、目前中国市面上的乳酸菌保健品的种类与品牌	42
三、主要消费群特点	43
四、乳酸菌健康保健品市场规模及在中国的市场现状	44
第二节 中国双歧杆菌保健品消费市场分析	44
一、双歧杆菌健康保健品行业特征	44
二、目前中国市面上的双歧杆菌保健品的种类与品牌	45
三、主要消费群特点	45
四、双歧杆菌保健品市场规模及在中国的市场现状	46
第三节 中国其他乳酸菌保健品消费市场分析	46
一、其他乳酸菌健康保健品行业特征	47
二、目前中国市面上的其他乳酸菌保健品的种类与品牌	47
三、主要消费群特点	49
四、其他乳酸菌健康保健品市场规模及在中国的市场现状	50
第五章 中国乳酸菌保健品竞争态势分析	51
第一节 乳酸菌保健品的竞争态势	51
一、乳酸菌保健品的经营企业	51
二、乳酸菌保健品的主要品牌	52
三、乳酸菌保健品各品牌产品的销售额、市场规模与未来趋势	52

第二节 双歧杆菌保健品的竞争态势 54

一、双歧杆菌保健品的经营企业 54

二、双歧杆菌保健品的主要品牌 54

三、双歧杆菌保健品各品牌产品的销售额、市场规模与未来趋势 55

第三节 其他乳酸菌保健品的竞争态势 57

一、其他乳酸菌保健品的经营企业 57

二、其他乳酸菌保健品的主要品牌 57

三、其他乳酸菌保健品各品牌产品的销售额、市场规模与未来趋势 58

第四节 利用乳酸菌生产的能提高免疫力的产品的销售额 59

第六章 中国乳酸菌保健品营销特点 61

第一节 乳酸菌类保健品的营销特点 61

一、产品策略 61

二、渠道分析 61

三、定价分析 62

四、促销分析 62

第二节 双歧杆菌类保健品的竞争态势 63

一、产品策略 63

二、渠道分析 65

三、定价分析 66

四、促销分析 68

第三节 其他乳酸菌类保健品的竞争态势 69

一、产品策略 69

二、渠道分析 71

三、定价分析 71

四、促销分析 73

第七章 中国乳酸菌保健品运营状况分析 75

第一节 乳酸菌类保健品运营状况分析 75

一、产销分析 75

二、盈利分析 75

第二节 双歧杆菌类保健品运营状况分析 76

一、产销分析 76

二、盈利分析 77

第三节 其他乳酸菌类保健品运营状况分析 77

一、产销分析 77

二、盈利分析 78

第八章 中国乳酸菌健康保健品优势企业竞争力分析	79
第一节 北京同仁堂健康药业股份有限公司	79
一、企业概况	79
二、企业主要经济指标分析	81
三、企业成长能力分析	86
第二节 青岛东海药业有限公司	86
一、企业概况	87
二、企业主要经济指标分析	88
三、企业成长能力分析	93
第三节 广州市合生元生物制品有限公司	94
一、企业概况	94
二、企业主要经济指标分析	95
三、企业成长能力分析	99
第四节 上海交大昂立股份有限公司	100
一、企业概况	100
二、企业主要经济指标分析	101
三、企业成长能力分析	112
第五节 北京时间生物科技有限公司	113
一、企业概况	113
二、企业主要经济指标分析	114
三、企业成长能力分析	118
第六节 广东健力宝药业有限公司	119
一、企业概况	119
二、企业主要经济指标分析	121
三、企业成长能力分析	126
第九章 2017-2022年中国乳酸菌保健品前景分析及建议	128
第一节 中国乳酸菌保健品注册办法及政策趋势分析	128
第二节 中国乳酸菌健康保健品行业发展前景预测	130
一、2017-2022年乳酸菌保健品行业发展前景预测	130
二、2017-2022年双歧杆菌保健品行业发展前景预测	131
三、2017-2022年其他乳酸菌保健品行业发展前景预测	131
第三节 中国乳酸菌保健品行业发展建议	132
图表目录：	
图表1 列入可用于食品的菌种有悠久使用历史	15
图表2 我国可用于生产保健食品的益生菌	17

图表3 中国乳酸菌产业发展历程	30
图表4 2011-2016年中国乳酸菌行业市场规模分析	31
图表5 2011-2016年我国益生菌行业销售额分析	31
图表6 2011-2016年我国双歧杆菌行业市场规模分析	33
图表7 2011-2016年我国双歧杆菌行业销售额分析	33
图表8 2011-2016年我国益生菌行业市场规模分析	34
图表9 2011-2016年我国益生菌行业销售额分析	34
图表10 2016年中国乳酸菌应用比例	35
图表11 2016年中国双歧杆菌应用比例	37
图表12 2016年中国益生菌应用比例	37
图表13 2016年中国乳酸菌保健品市场占有率	42
图表14 2016年中国乳酸菌保健品行业不同消费者分析	43
图表15 2011-2016年中国乳酸菌保健品市场规模分析	44
图表16 2016年中国双歧杆菌保健品市场占有率	45
图表17 2016年中国双歧杆菌保健品行业不同消费者分析	45
图表18 2011-2016年中国双歧杆菌保健品市场规模分析	46
图表19 2016年中国益生菌保健品市场占有率	49
图表20 2016年中国益生菌保健品行业不同消费者分析	49
图表21 2011-2016年中国益生菌保健品市场规模分析	50
图表22 我国乳酸菌保健品主要企业	51
图表23 2016年中国乳酸菌保健品不同品牌市场份额分析	52
图表24 2011-2016年中国乳酸菌保健品不同品牌销售额分析	52
图表25 2011-2016年中国乳酸菌保健品不同品牌市场规模分析	53
图表26 2017-2022年中国乳酸菌保健品不同品牌市场规模预测分析	54
图表27 2016年中国双歧杆菌保健品不同品牌市场份额分析	54
图表28 2011-2016年中国双歧杆菌保健品不同品牌销售额分析	55
图表29 2011-2016年中国双歧杆菌保健品不同品牌市场规模分析	56
图表30 2017-2022年中国双歧杆菌保健品不同品牌市场规模预测分析	56
图表31 2016年中国益生菌保健品不同品牌市场份额分析	57
图表32 2011-2016年中国益生菌保健品不同品牌销售额分析	58
图表33 2011-2016年中国益生菌保健品不同品牌市场规模分析	58
图表34 2017-2022年中国益生菌保健品不同品牌市场规模预测分析	59
图表35 2009-2011年诺丽果汁产品销售额分析	60
图表36 双歧杆菌类保健品渠道策略示意图	65
图表37 益生菌生产企业定价目标选择	71

图表38 益生菌企业对付竞争者降价的程序 73

图表39 2011-2016年中国乳酸菌类保健品产销分析 75

图表40 2011-2016年中国乳酸菌类保健品盈利能力分析 75

图表41 2011-2016年中国双歧杆菌类保健品产销分析 76

图表42 2011-2016年中国双歧杆菌类保健品盈利能力分析 77

图表43 2011-2016年中国益生菌类保健品产销分析 77

图表44 2011-2016年中国益生菌类保健品盈利能力分析 78

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201707/542406.html>