

2018-2024年中国发酵食品市场供需预测与投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国发酵食品市场供需预测与投资方向研究报告》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/201710/577079.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

发酵食品是指人们利用有益微生物加工制造的一类食品，发酵食品具有独特的风味，如酸奶、干酪、酒酿、泡菜、酱油、食醋、豆豉、黄酒、啤酒、葡萄酒等。发酵食品已经成为食品工业中的重要分支。

发酵食品种类 种类 食品名称 酒精饮料 蒸馏酒、黄酒、果酒、啤酒等 乳制品 酸奶、酸性奶油、马奶酒、干酪等 豆制品 豆腐乳、豆豉、纳豆等 发酵蔬菜 泡菜、酸菜等 调味品 醋、黄酱、酱油、甜味剂（如天冬甜味精）、增味剂和味精等

资料来源：公开资料整理

2016年底，全球第二大食品饮料公司百事可乐收购了一家发酵饮料的生产商KeVita。这一事件也向食品饮料行业放出了一个很明显的信号，发酵食品已经迎来了发酵成熟期。

消化健康，是目前为止最受关注的，也是最为持久的流行趋势之一。发酵食品的成功也与这一消费趋势相关，消费者会越来越趋向于选择无乳糖、无麸质的产品，以及植物基的饮品。

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 发酵食品行业相关概述

1.1 发酵食品行业定义及特点

1.1.1 发酵食品行业的定义

1.1.2 发酵食品行业服务特点

1.2 发酵食品行业相关分类

1.3 发酵食品行业盈利模式分析

第二章 2014-2017年中国发酵食品行业发展环境分析

2.1 发酵食品行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 发酵食品行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 发酵食品行业社会环境分析（S）

2.3.1 人口发展变化情况

2.3.2 城镇化水平

2.3.3 居民消费水平及观念分析

2.3.4 社会文化教育水平

2.3.5 社会环境对行业的影响

2.4 发酵食品行业技术环境分析（T）

2.4.1 发酵食品技术分析

2.4.2 发酵食品技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球发酵食品行业发展概述

3.1 2014-2017年全球发酵食品行业发展情况概述

3.1.1 全球发酵食品行业发展现状

3.1.2 全球发酵食品行业发展特征

3.1.3 全球发酵食品行业市场规模

3.2 2014-2017年全球主要地区发酵食品行业发展状况

3.2.1 欧洲发酵食品行业发展情况概述

3.2.2 美国发酵食品行业发展情况概述

3.2.3 日韩发酵食品行业发展情况概述

3.3 2018-2024年全球发酵食品行业发展前景预测

3.3.1 全球发酵食品行业市场规模预测

3.3.2 全球发酵食品行业发展前景分析

3.3.3 全球发酵食品行业发展趋势分析

3.4 全球发酵食品行业重点企业发展动态分析

第四章 中国发酵食品行业发展概述

4.1 中国发酵食品行业发展状况分析

4.1.1 中国发酵食品行发展概况

4.1.2 中国发酵食品行发展特点

4.2 2014-2017年发酵食品行业发展现状

4.2.1 2014-2017年发酵食品行业市场规模

4.2.2 2014-2017年发酵食品行业发展现状

4.3 2018-2024年中国发酵食品行业面临的困境及对策

4.3.1 发酵食品行业发展面临的瓶颈及对策分析

- 1、发酵食品行业面临的瓶颈
- 2、发酵食品行业发展对策分析

4.3.2 发酵食品企业发展存在的问题及对策

- 1、发酵食品企业发展存在的不足
- 2、发酵食品企业发展策略

第五章 中国发酵食品行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2017年中国发酵食品行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2017年中国发酵食品行业市场供需分析

5.3.1 中国发酵食品行业供给分析

5.3.2 中国发酵食品行业需求分析

5.3.3 中国发酵食品行业供需平衡

5.4 2014-2017年中国发酵食品行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国发酵食品行业细分市场分析

6.1 细分市场一

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场建议

第七章 发酵食品行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 发酵食品行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 发酵食品行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 发酵食品行业营销现状分析

8.4 发酵食品行业电子商务的应用情况分析

8.5 发酵食品行业营销创新发展趋势分析

第九章 发酵食品行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 发酵食品行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.3 案例三

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 发酵食品行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 发酵食品行业商业模式创新选择

第十章 中国发酵食品行业市场竞争格局分析

10.1 中国发酵食品行业竞争格局分析

10.1.1 发酵食品行业区域分布格局

10.1.2 发酵食品行业企业规模格局

10.1.3 发酵食品行业企业性质格局

10.2 中国发酵食品行业竞争五力分析

10.2.1 发酵食品行业上游议价能力

10.2.2 发酵食品行业下游议价能力

10.2.3 发酵食品行业新进入者威胁

10.2.4 发酵食品行业替代产品威胁

10.2.5 发酵食品行业现有企业竞争

10.3 中国发酵食品行业竞争SWOT分析

10.3.1 发酵食品行业优势分析（S）

10.3.2 发酵食品行业劣势分析（W）

10.3.3 发酵食品行业机会分析（O）

10.3.4 发酵食品行业威胁分析（T）

10.4 中国发酵食品行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国发酵食品行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国发酵食品行业领先企业竞争力分析

11.1 佛山市海天调味食品股份有限公司竞争力分析

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业业务发展情况

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业发展战略分析

11.2 李锦记（中国）销售有限公司竞争力分析

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业业务发展情况

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

- 11.2.5 企业最新发展动态
- 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 江苏恒顺集团有限公司竞争力分析
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业业务发展情况
 - 11.3.3 企业竞争优势分析
 - 11.3.4 企业经营状况分析
 - 11.3.5 企业最新发展动态
 - 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4 贵阳南明老干妈风味食品有限责任公司竞争力分析
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业业务发展情况
 - 11.4.3 企业竞争优势分析
 - 11.4.4 企业经营状况分析
 - 11.4.5 企业最新发展动态
 - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5 内蒙古伊利实业股份有限公司竞争力分析
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业业务发展情况
 - 11.5.3 企业竞争优势分析
 - 11.5.4 企业经营状况分析
 - 11.5.5 企业最新发展动态
 - 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司竞争力分析
 - 11.6.1 企业发展基本情况
 - 11.6.2 企业业务发展情况
 - 11.6.3 企业竞争优势分析
 - 11.6.4 企业经营状况分析
 - 11.6.5 企业最新发展动态
 - 11.6.6 企业发展战略分析
- 11.7 上海光明乳业股份有限公司竞争力分析
 - 11.7.1 企业发展基本情况
 - 11.7.2 企业业务发展情况
 - 11.7.3 企业竞争优势分析
 - 11.7.4 企业经营状况分析

11.7.5 企业最新发展动态

11.7.6 企业发展战略分析

11.8 宜宾五粮液股份有限公司竞争力分析

11.8.1 企业发展基本情况

11.8.2 企业业务发展情况

11.8.3 企业竞争优势分析

11.8.4 企业经营状况分析

11.8.5 企业最新发展动态

11.8.6 企业发展战略分析

11.9 中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司竞争力分析

11.9.1 企业发展基本情况

11.9.2 企业业务发展情况

11.9.3 企业竞争优势分析

11.9.4 企业经营状况分析

11.9.5 企业最新发展动态

11.9.6 企业发展战略分析

11.10 上海高夫食品有限公司竞争力分析

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业业务发展情况

11.10.3 企业竞争优势分析

11.10.4 企业经营状况分析

11.10.5 企业最新发展动态

11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2018-2024年中国发酵食品行业发展趋势与前景分析

12.1 2018-2024年中国发酵食品市场发展前景

12.1.1 2018-2024年发酵食品市场发展潜力

12.1.2 2018-2024年发酵食品市场发展前景展望

12.1.3 2018-2024年发酵食品细分行业发展前景分析

12.2 2018-2024年中国发酵食品市场发展趋势预测

12.2.1 2018-2024年发酵食品行业发展趋势

12.2.2 2018-2024年发酵食品市场规模预测

12.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测

12.3 2018-2024年中国发酵食品行业供需预测

12.3.1 2018-2024年中国发酵食品行业供给预测

12.3.2 2018-2024年中国发酵食品行业需求预测

12.3.3 2018-2024年中国发酵食品供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对发酵食品行业的影响

12.4.4 互联网+背景下发酵食品行业的发展趋势

第十三章 2018-2024年中国发酵食品行业投资前景

13.1 发酵食品行业投资现状分析

13.2 发酵食品行业投资特性分析

13.2.1 发酵食品行业进入壁垒分析

13.2.2 发酵食品行业盈利模式分析

13.2.3 发酵食品行业盈利因素分析

13.3 发酵食品行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 重点区域投资机会

13.3.4 产业发展的空白点分析

13.4 发酵食品行业投资风险分析

13.4.1 发酵食品行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 关联产业风险

13.4.5 技术研发风险

13.4.6 其他投资风险

13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

13.5.2 企业投资挑战和机遇

13.5.3 企业投资问题和投资策略

1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

13.6 发酵食品行业投资潜力与建议

13.6.1 发酵食品行业投资潜力分析

13.6.2 发酵食品行业最新投资动态

13.6.3 发酵食品行业投资机会与建议

第十四章 2018-2024年中国发酵食品企业投资战略分析

14.1 企业投资战略制定基本思路

14.1.1 企业投资战略的特点

14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 发酵食品企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 投资建议

15.2.1 行业发展策略建议——ZYCY

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/577079.html>