

2025-2031年中国含乳饮料 行业发展趋势与投资可行性报告

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

《2025-2031年中国含乳饮料行业发展趋势与投资可行性报告》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/202506/488079.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

我国含乳饮料实现主营业务收入1192.01亿元，同比增长3.84%，占饮料行业比重18.54%。主营业务成本936.10亿元，同比增长3.78%。含乳饮料企业数量为286个，比重13.55%。其中，亏损企业14个，亏损金额1.63亿元，同比下降7.39%，比重4.28%。在所有子行业中亏损金额最小。受含乳饮料行业利润高、进入壁垒低、行业发展空间大等因素影响，很多乳制品加工企业和饮料企业纷纷加大对含乳饮料产品的开发和生产力度，含乳饮料生产企业数量持续增加，其中不乏乳业巨头蒙牛乳业、伊利股份和饮料寡头可口可乐等，这导致我国含乳饮料市场竞争十分激烈。

在全国一线品牌方面，企业数量较少、品牌集中，以娃哈哈、蒙牛乳业、伊利股份等为代表。娃哈哈品牌在产品定位、品牌影响力、营销渠道、业务规模等方面优势地位较为突出，已成为中国含乳饮料的领军企业；蒙牛乳业和伊利股份凭借乳制品生产优势在含乳饮料行业占据先天优势，凭借其强大的品牌优势、完善的营销网络以及持续不断的广告宣传，使其在含乳饮料市场也取得了较大的成功。

在区域性品牌方面，企业数量相对较多，以光明乳业、小洋人以及本公司等品牌为代表，该类品牌以区域市场为中心，销售规模 and 市场份额在区域市场占比较高，并凭借产品差异化优势，在区域市场形成了突出的竞争优势。

根据农业部《全国奶业“十五”发展规划和2024年远景目标规划》，预计2024年奶类产量将达到6,000万吨，人均占有奶量将达到42千克/年以上。因此，受益于乳制品需求的增加，含乳饮料未来发展空间广阔。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国含乳饮料行业发展趋势与投资可行性报告》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 含乳饮料行业界定和分类

第一节 行业定义、基本概念

第二节 行业基本特点

第三节 行业分类

第二章 2020-2024年含乳饮料行业国内外发展概述

第一节 全球含乳饮料行业发展概况

- 一、全球含乳饮料行业发展现状
- 二、全球含乳饮料行业发展趋势
- 三、主要国家和地区发展状况
- 第二节 中国含乳饮料行业发展概况
 - 一、中国含乳饮料行业发展历程与现状
 - 二、中国含乳饮料行业发展中存在的问题
- 第三章 2024年中国含乳饮料行业发展环境分析
 - 第一节 宏观经济环境
 - 第二节 宏观政策环境
 - 第三节 国际贸易环境
 - 第四节 含乳饮料行业政策环境
 - 第五节 含乳饮料行业技术环境
- 第四章 2020-2024年含乳饮料行业市场分析
 - 第一节 市场规模
 - 一、2020-2024年含乳饮料行业市场规模及增速
 - 二、含乳饮料行业市场饱和度
 - 三、影响含乳饮料行业市场规模的因素
 - 四、2025-2031年含乳饮料行业市场规模及增速预测
 - 第二节 市场结构
 - 第三节 市场特点
 - 一、含乳饮料行业所处生命周期
 - 二、技术变革与行业革新对含乳饮料行业的影响
 - 三、差异化分析
- 第五章 2020-2024年含乳饮料区域市场分析
 - 第一节 区域市场分布状况
 - 第二节 重点区域市场需求分析
 - 第三节 区域市场需求变化趋势
- 第六章 含乳饮料行业生产分析
 - 第一节 产能产量分析
 - 一、2020-2024年饮料行业生产总量及增速
 - 二、2020-2024年含乳饮料行业生产总量及增速
 - 三、影响含乳饮料行业产能产量的因素

四、2025-2031年含乳饮料行业生产总量及增速预测

第二节 区域生产分析

一、含乳饮料企业区域分布情况

二、重点省市含乳饮料行业生产状况

第三节 行业供需平衡分析

一、行业供需平衡现状

二、影响含乳饮料行业供需平衡的因素

三、含乳饮料行业供需平衡趋势预测

第七章 含乳饮料行业产品价格分析

第一节 2020-2024年含乳饮料产品价格特征

第二节 中国含乳饮料产品当前市场价格评述

第三节 影响中国市场含乳饮料产品价格的因素

第四节 主流厂商含乳饮料产品价位及价格策略

第五节 2025-2031年含乳饮料产品未来价格变化趋势

第八章 含乳饮料行业细分行业分析

第一节 主要含乳饮料细分行业

第二节 各细分行业需求与供给分析

第三节 细分行业发展趋势

第九章 2020-2024年含乳饮料行业下游用户分析

第一节 用户结构（用户分类及占比）

第二节 用户需求特征及需求趋势

第三节 用户的其它特性

第十章 2020-2024年含乳饮料行业替代品分析

第一节 替代品种类

第二节 替代品对含乳饮料行业的影响

第三节 替代品发展趋势

第十一章 2024年含乳饮料行业主导驱动因素分析

第一节 国家政策导向

第二节 关联行业发展

第三节 行业技术发展

第四节 行业竞争状况

第五节 社会需求的变化

第十二章 2020-2024年含乳饮料行业渠道分析

第一节 含乳饮料产品主流渠道形式

第二节 各类渠道要素对比

第三节 行业销售渠道变化趋势

第十三章 2020-2024年含乳饮料行业盈利能力分析

第一节 2020-2024年含乳饮料行业销售毛利率

第二节 2020-2024年含乳饮料行业销售利润率

第三节 2020-2024年含乳饮料行业总资产收益率

第四节 2025-2031年含乳饮料行业盈利能力预测

第十四章 2020-2024年含乳饮料行业成长性分析

第一节 2020-2024年含乳饮料行业销售收入增长分析

第二节 2020-2024年含乳饮料行业总资产增长分析

第三节 2020-2024年含乳饮料行业利润增长分析

第四节 2025-2031年含乳饮料行业增长情况预测

第十五章 2020-2024年含乳饮料行业进、出口现状与趋势

第一节 出口分析

第二节 进口分析

第十六章 2020-2024年含乳饮料行业竞争分析

第一节 重点含乳饮料企业市场份额

第二节 含乳饮料行业市场集中度

第三节 行业竞争群组

第四节 潜在进入者

第五节 替代品威胁

第六节 供应商议价能力

第七节 下游用户议价能力

第十七章 2020-2024年含乳饮料行业重点企业分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 杭州娃哈哈集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 厦门银鹭集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 养乐多（中国）投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 光明乳业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 中国旺旺控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 深圳市晨光乳业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 河北承德露露股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 河北养元智汇饮品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十八章 2025-2031年含乳饮料行业风险分析

第一节 含乳饮料行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 产业链上、下游及各关联产业风险

第三节 含乳饮料行业政策风险

第四节 含乳饮料行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

第十九章 2025-2031年含乳饮料行业发展前景及投资机会

第一节 含乳饮料行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 含乳饮料企业营销策略

一、产品策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

第三节 含乳饮料企业投资机会

一、子行业投资机会

二、区域市场投资机会

三、产业链投资机会

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202506/488079.html>