

# 2013-2017年中国婴幼儿奶粉行业市场态势监测及 未来前景预测研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年中国婴幼儿奶粉行业市场态势监测及未来前景预测研究报告》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.huaon.com/detail/132007.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

近年来的婴幼儿数量直线上升，为婴幼儿奶粉市场带来了商机。婴幼儿奶粉市场的规模不断扩大，市场容量节节攀高。从2005年到2011年。婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长，年复合增长率在20.79%左右，我国已经取代日本，成为仅次于美国的全球第二大婴儿配方奶粉市场，2011年度，我国婴幼儿奶粉市场规模为440亿元，其中高端婴幼儿奶粉的市场规模在230亿元左右。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国婴幼儿奶粉行业市场态势监测及未来前景预测研究报告》共十三章。首先介绍了中国婴幼儿奶粉行业的概念，接着分析了中国婴幼儿奶粉行业发展环境，然后对中国婴幼儿奶粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婴幼儿奶粉行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴幼儿奶粉行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 婴幼儿奶粉产业相关概述

##### 第一节 婴幼儿配方奶粉概述

- 一、婴幼儿配方奶粉特点
- 二、婴幼儿奶粉分年龄段的好处
- 三、婴幼儿配方奶粉的分类
- 四、婴幼儿配方奶粉发展阶段
- 五、婴幼儿配方奶粉几个重要指标
- 六、婴幼儿配方奶粉的选择
- 七、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件

##### 第二节 各式婴幼儿奶粉分析

- 一、较大婴儿奶粉(断奶奶粉)
- 二、一般奶粉(牛奶)
- 三、医疗用奶粉
- 四、无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉)

#### 第二章 2012年中国婴幼儿奶粉运行环境解析

##### 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节2012年中国婴幼儿奶粉市场政策透析

- 一、《奶业整顿和振兴规划纲要》要点解析
- 二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准
- 三、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》
- 四、乳制品原料和产品都要逐批检验
- 五、《乳品质量安全监督管理条例》
- 六、《食品安全法》的实施对婴幼儿奶粉的影响
- 七、中国奶粉收储政策分析
- 八、乳制品工业产业政策对婴幼儿奶粉企业的影响

#### 第三节 2012年中国婴幼儿奶粉国家标准建设新进展

- 一、三项强制性婴幼儿奶粉国家标准
- 二、规范婴幼儿配方粉产品标签内容
- 三、碘不符合标准的婴儿奶粉禁止生产和销售
- 四、国家实行婴幼儿奶粉召回特别制度

#### 第四节 2012年中国乳制品市场社会环境分析

- 一、人们饮食结构分析
- 二、人们的消费观念
- 三、三聚氰胺事件使消费者对国产婴幼儿奶粉产量信任危机

### 第三章 2012年中国奶粉行业整体运行态势分析

#### 第一节 奶粉行业概述

- 一、奶粉的分类
- 二、我国奶粉市场特点分析
- 三、国产奶粉质量抽检与质量体系
- 四、国产奶粉品牌营销分析
- 五、符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌

#### 第二节 2012年中国奶粉行业运行总况

- 一、中国奶粉市场的特殊性
- 二、农村奶粉市场分析
- 三、民族品牌齐打高端奶粉牌

#### 第三节 2012年中国奶粉市场运行动态分析

- 一、洋奶粉占优国产品牌欲崛起
- 二、配方奶粉成为市场竞争热点
- 三、奶粉消费量呈现轻微下滑
- 四、婴幼儿奶粉市场潜力被看好

## 五、奶粉向多元化方向发展

### 第四节 2012年我国奶粉市场热点聚焦

- 一、“三鹿奶粉事件”重击奶粉行业
- 二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶
- 三、我国原料奶粉价格情况
- 四、“洋奶粉”价格上涨以及上涨原因分析
- 五、进口奶粉关税回落对价格影响分析
- 六、国内配方奶粉市场回暖

### 第五节 2012年国外奶粉对我国奶粉行业的冲击分析

- 一、进口奶粉低价倾销冲击国产奶业
- 二、国内奶粉滞销积压严重
- 三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点
- 四、国外企业争夺中国奶粉市场情况
- 五、中外奶粉市场大打“奶源”牌
- 六、洋品牌调动全球能量抢占市场
- 七、欧洲洋奶粉向本土化发展
- 八、法国合生元欲进军中国高端奶粉市场
- 九、韩国每日乳业高端奶粉进入我国市场
- 十、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场
- 十一、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示

## 第四章 2012年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析

### 第一节 2012年全球婴幼儿奶粉市场动态分析

- 一、国际奶荒国内多种奶粉涨价
- 二、英特尔新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场
- 三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题
- 四、斯里兰卡婴幼儿奶粉市场情况
- 五、印度婴幼儿奶粉政策环境

### 第二节 2012年中国婴幼儿奶粉市场运行综述

- 一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长
- 二、国内品牌需加大研发力度
- 三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析
- 四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显

### 第三节 2012年中国婴儿配方奶粉市场调研

- 一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式
- 二、婴儿配方奶粉类型

三、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况

四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况

五、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因

六、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况

七、消费者购买婴儿配方奶粉的途径

八、消费者对婴儿配方奶粉了解途径

九、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况

十、消费者正在使用的婴儿配方奶粉品牌情况

## 第五章 2012年中国婴幼儿奶粉市场运行动态分析

### 第一节 2012年中国婴幼儿产品结构分析

一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成

二、婴幼儿奶粉中端市场分析

三、婴幼儿奶粉高端市场分析

四、中高档配方奶粉市场分析

五、婴幼儿奶粉市场价格的空档

### 第二节 2012年中国婴幼儿奶粉市场需求分析

一、中国婴幼儿奶粉市场容量

二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升

三、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成

四、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代

五、婴幼儿奶粉市场暗战升级

### 第三节 2012年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题分析

一、产品线过长，产品质量不高

二、产品组合深度不够，未能塑造良好的品牌形象

三、销售形式传统单一，未能实现整合营销

四、终端激励不足，促销细化不够

## 第六章 2012年中国婴幼儿奶粉技术研究新进展

### 第一节 婴幼儿奶粉技术发展进程

#### 第二节 婴幼儿奶粉技术的研究

一、酶水解生产婴幼儿配方粉新技术

二、婴幼儿乳粉新配方的研究

三、早产儿奶粉市场开发

#### 第三节 免疫球蛋白(Ig)在婴儿配方奶粉中的应用

一、国际上将Ig应用于乳制品的研究进展

二、我国免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发的现状

#### 第四节 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究

- 一、DHA和AA的生理功能
- 二、母乳中的DHA和AA
- 三、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性
- 四、国内外婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的现状
- 五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题

#### 第五节 婴幼儿配方奶粉的核心：复配营养素

- 一、婴幼儿配方奶粉：高端的营养强化食品
- 二、复配营养素：婴幼儿配方奶粉产业链的核心

### 第七章 2012年中国婴幼儿奶粉营销分析

#### 第一节 2012年国产婴幼儿奶粉品牌营销分析

- 一、国产婴幼儿奶粉品牌的困境
- 二、中心城市突破需转变观念
- 三、消费者教育与口碑传播的营销策略

#### 第二节 婴幼儿奶粉行业4P组合营销分析

- 一、产品VS需求
- 二、价格VS价值
- 三、渠道VS方便性
- 四、促销VS传播
- 五、4P组合的变化
- 六、4P的新发展
- 七、以不变应万变

#### 第三节 2012年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式

- 一、差异化营销
- 二、数据库营销
- 三、整合式营销

#### 第四节 2012年婴幼儿奶粉营销策略分析

- 一、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题
- 二、婴幼儿配方奶粉营销模式分析
  - 1、美赞臣模式：捆绑早期教育
  - 2、三鹿模式：抓住网络妈妈
  - 3、贝因美模式：借势冠军宝贝
  - 4、雅培模式：诱惑小音乐家

#### 三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析

### 第八章 2012年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析

## 第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析

- 一、12品牌婴儿配方奶粉的横向对比评测
- 二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析

## 第二节 多美滋

- 一、多美滋在华追加8亿投资
- 二、多美滋抢占高端奶粉市场份额
- 三、多美滋金盾推出益生元营养米粉
- 四、多美滋”在婴儿免疫研究上有新突破
- 五、多美滋奶粉陷“污染门”

## 第三节 美赞臣

- 一、美赞臣安婴妈妈A+配方奶粉市场销售情况
- 二、美赞臣全面升级婴幼儿A+系列产品
- 三、美赞臣推出含4倍以上DHA的全新升级配方奶粉
- 四、美赞臣升级后涨15%销售情况
- 五、美赞臣安婴儿A+1段婴儿配方奶粉评测
- 六、美赞臣促进脑部发育成奶粉行业新宠

## 第四节 惠氏

- 一、惠氏谋建亚洲最大配方奶粉厂
- 二、惠氏要做婴幼儿配方奶粉第一品牌
- 三、惠氏婴儿配方奶粉创造了7项世界纪录
- 四、惠氏以制药的经验制造奶粉
- 五、惠氏金装爱儿乐1段婴儿配方奶粉评测

## 第五节 雀巢

- 一、雀巢品牌概况
- 二、雀巢金牌奶粉主打升级战
- 三、雀巢奶粉价格波动情况
- 四、雀巢抢夺国内高端幼儿奶粉市场

## 第六节 雅培

- 一、雅培120年的成长秘密
- 二、雅培全球召回婴儿奶粉
- 三、经营业绩分析
- 四、雅培在中国本土化加速

## 第七节 伊利

- 一、伊利奶粉获选十大信赖品牌
- 二、伊利领跑高端奶粉市场

三、伊利建成全球奶粉样板工厂

四、伊利奶粉营养有新突破

五、伊利将婴幼儿奶粉工厂搬入卖场

#### 第八节 蒙牛

一、蒙牛国内市场的优势也在进一步扩大

二、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场

三、问题奶粉事件后蒙牛伊利销售情况已恢复8成

#### 第九节 完达山

一、完达山奶粉实现功能细分

二、完达山打造绿色奶源基地

三、国内最大奶粉生产线落户完达山

四、完达山乳业的品牌效应

#### 第十节 圣元

一、圣元国际剑指第一婴幼儿奶粉品牌

二、圣元乳业营养棒生产线开始调试生产

三、圣元优聪1段婴儿奶粉评测

#### 第十一节 其他品牌动态

一、国内销售的澳优能力多奶粉批批合格

三、雅士利施恩已恢复生产

三、雅士利婴幼儿奶粉样本解析

四、南山奶粉营销瞄准网络博客

### 第九章 婴幼儿奶粉负面事件影响分析

#### 第一节 三聚氰胺事件分析

一、三鹿婴幼儿奶粉三聚氰胺超标

二、22家企业婴幼儿奶粉检出三聚氰胺

三、伊利VS蒙牛回应“毒奶粉”事件

四、受三聚氰胺影响，国内乳业巨头损失惨重

#### 第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件

一、基本情况

二、主要工作措施

#### 第三节 “空壳奶粉”事件

#### 第四节 “大头娃娃”事件

#### 第五节 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件

一、雀巢奶粉碘超标凸显跨国公司遇质量信任危机

二、美国美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉

### 三、奶制品信任危机再现，多美滋惊现小虫

#### 第六节 婴幼儿奶粉不合格事件及原因分析

- 一、三种婴儿奶粉磷钙铁锌严重低于标准含量
- 二、婴幼儿乳粉三成不合格广东两企入黑名单
- 三、婴幼儿奶粉三成不合格营养强化剂不达标
- 四、广州：邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌
- 五、专家称市面婴幼儿奶粉有欺骗嫌疑

#### 第十章 2012年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析

##### 第一节 2012年中国奶粉市场竞争总况

- 一、中国奶粉市场竞争日益激烈
- 二、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中
- 三、奶粉企业亏损使行业格局转变

##### 第二节 2012年中外激战婴幼儿奶粉高端市场分析

- 一、高端市场空间巨大
- 二、洋品牌领跑高端市场
- 三、国产品牌急追不放

##### 第三节 三聚氰氨事件后中国婴幼儿奶粉行业新格局预测分析

- 一、外资品牌仍处高端塔尖，尽享黄金利润
- 二、国内品牌将两极分化，马太效应充分显现
- 三、营销模式新突破，品牌企业受益最大

#### 第十一章 2012年中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析

##### 第一节 北京三元食品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第四节 澳优乳品(湖南)有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第六节 黑龙江飞鹤乳业有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第七节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第八节 惠氏(上海)营养品有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第九节 美赞臣(广州)有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

##### 第十节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

###### 一、企业概况

###### 二、竞争优势分析

###### 三、2011-2012年经营状况分析

#### 四、2013-2017年公司发展战略分析

### 第十二章 2012-2018年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析

#### 第一节 2012-2018年中国婴儿乳品行业前景分析

- 一、“占有率”是竞争优势
- 二、“产品品质”是成功关键
- 三、“品牌价值”是助推器

#### 第二节 2012-2018年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势

- 一、政府对行业的政策支持力度加大
- 二、农村及高端市场将成为国内外品牌争夺的重点
- 三、市场竞争品牌化，行业购并不可避免
- 四、婴幼儿奶粉的未来市场前景

#### 第三节 2012-2018年中国推广中高档婴幼儿配方奶粉策略

- 一、加强品牌推广
- 二、知识营销与产品营销相结合
- 三、加强渠道建设
- 四、加强服务

#### 第四节 中国奶粉企业走向高端市场策略分析

#### 第五节 婴幼儿配方奶粉发展对策分析

- 一、提升婴幼儿奶粉品质应该先抓配方
- 二、中国婴儿奶粉行业的营销对策

#### 第六节 2012-2018年中国婴幼儿奶粉市场前景预测分析

- 一、中国婴幼儿奶粉市场规模及增长预测分析
- 二、中国婴幼儿奶粉市场销售前景预测分析
- 三、中国婴幼儿奶粉市场盈利空间预测分析

### 第十三章 2012-2018年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究

#### 第一节 2012年婴幼儿奶粉投资概况

- 一、婴幼儿奶粉业投资特性
- 二、婴幼儿奶粉业资金投入—辉山婴幼儿奶粉基地
- 三、婴幼儿奶粉业投资环境分析

#### 第二节 2012-2018年中国奶粉业市场投资机会分析

- 一、中国已成世界第一奶粉消费国
- 二、婴幼儿奶粉市场投资潜力分析
- 三、与产业链相关的投资的机会分析

#### 第三节 2012-2018年中国婴幼儿奶粉投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险

## 二、市场竞争风险

## 三、市场运营机制风险

### 第四节 专家投资建议

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2017年中国婴幼儿奶粉行业市场态势监测及未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/132007.html>