

2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业市场竞争格局及 投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业市场竞争格局及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/294962.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

伴随母乳喂养率下降与毒奶粉事件后，国内婴幼儿奶粉价格尤其是进口奶粉价格普遍上涨，中国婴幼儿奶粉市场规模持续上扬。2013年后，母婴用品渠道渗透率的提高、移动互联网的推动，以及消费方式的升级进一步驱动婴幼儿奶粉销售与拓展至下一级市场。伴随2016年二孩政策的全面放开，国内婴幼儿奶粉市场将迎来又一销售小高峰。预计2018年中国婴幼儿奶粉市场规模将达到1297亿元人民币。

2016-2018年中国婴幼儿奶粉市场规模预测

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 30

第一节 婴幼儿配方奶粉概述 30

一、配方奶粉相关概述 30

二、婴幼儿奶粉的定义 30

三、婴幼儿奶粉主要特点 31

四、婴幼儿配方奶粉作用 31

第二节 婴幼儿配方奶粉的分类 32

一、婴幼儿配方奶粉的分类 32

（一）婴儿配方奶粉的分类 32

（二）按奶粉适用对象分类 33

（三）西方配方奶粉的分类 34

二、婴幼儿奶粉分段及好处 34

（一）婴儿配方奶粉 段 34

（二）婴儿配方奶粉 段 35

（三）婴儿配方奶粉 段 35

第三节 婴幼儿配方奶粉发展概述 35

一、婴幼儿配方奶粉发展历程 35

- 二、婴幼儿配方奶粉重要指标 37
- 三、婴幼儿配方奶粉选择要求 40
- 四、婴幼儿配方奶粉符合的条件 44

第二章 中国婴幼儿奶粉产业链分析 46

第一节 婴幼儿奶粉上游市场分析 46

一、中国奶牛场生产管理状况 46

- (一) 奶牛场发展基本状况 46
- (二) 奶牛场饲养管理状况 48
- (三) 奶牛场原料奶的质量 49
- (四) 奶牛场经济效益情况 49

二、中国奶牛养殖市场分析 51

- (一) 奶牛养殖存栏规模分析 51
- (二) 奶牛养殖基地分布情况 52
- (三) 中国奶类产量增长分析 57
- (四) 中国牛奶产量增长分析 58

三、国内奶业价格形势分析 60

- (一) 奶类生产价格指数 60
- (二) 原料奶的价格走势 60
- (三) 鲜奶零售价格分析 61
- (四) 鲜奶价格影响因素 61

第二节 婴幼儿奶粉消费者市场分析 63

一、中国家庭育儿方式分析 63

(一) 中国第三次生育高峰 63

母乳喂养率和新生儿数量直接影响婴幼儿奶粉需求量。我国0-6个月纯母乳喂养率仅30%，二胎全面放开带来的新生儿增量与曾出现过小波生育高峰的85后逐步进入生育期，可以预计未来5年婴幼儿奶粉需求量增速稳定。

2008-2015年度出生人口数据

- (二) 80后成新妈妈人群主流 63
- (三) 中国妈妈育儿观念分析 64
- (四) 宝宝母乳喂养比例调查 65
- (五) 婴幼儿奶粉喂养的原因 65
- (六) 中国家庭育儿支出分析 66

二、婴儿配方奶粉消费市场分析 66

- (一) 中国新增的婴幼儿数量分析 66
 - (二) 准妈妈希望喂养的奶粉品牌 67
 - (三) 首次选择的婴幼儿奶粉品牌 68
 - (四) 消费者正在使用婴儿奶粉品牌 69
 - (五) 婴幼儿奶粉品牌更换原因分析 69
 - 三、消费者对婴幼儿奶粉认知分析 69
 - (一) 消费者对婴儿奶粉成份了解情况 69
 - (二) 婴儿配方奶粉品牌选用情况分析 70
 - (三) 消费者对婴儿奶粉品牌选用原因 70
 - (四) 消费者对婴儿奶粉作用关注情况 71
 - (五) 消费者购买婴儿配方奶粉的途径 72
 - (六) 消费者对婴儿配方奶粉了解途径 72
 - (七) 消费者在婴儿配方奶粉开支情况 73
 - 第三节 婴幼儿奶粉相关产业分析 74
 - 一、2015年中国乳制品行业发展分析 74
 - (一) 中国乳制品行业发展概况 74
 - (二) 中国乳制品产量增长分析 75
 - (三) 乳制品行业企业规模分析 77
 - (四) 乳制品行业资产规模分析 77
 - (五) 乳制品行业销售收入分析 78
 - (六) 乳制品行业利润总额分析 79
 - 二、2015年乳制品行业运营效益分析 80
 - (一) 乳制品行业盈利能力分析 80
 - (二) 乳制品行业的毛利率分析 82
 - (三) 乳制品行业偿债能力分析 82
 - (四) 乳制品行业运营能力分析 83
- 第三章 2016年中国婴幼儿奶粉行业政策环境分析 85
- 第一节 中国婴幼儿奶粉行业政策环境分析 85
 - 一、中国乳品奶粉安全国家新标准 85
 - 二、《粉状婴幼儿配方食品良好生产规范》 87
 - 三、《原料乳与乳制品中三聚氰胺检测方法》 88
 - 四、《乳制品工业产业政策(2009年修订)》 88
 - 第二节 婴幼儿奶粉质量安全相关政策 90
 - 一、《食品安全法》对婴幼儿奶粉的影响 90

- 二、《乳品质量安全监督管理条例》解读 90
- 三、《关于进一步加强乳品质量安全工作的通知》 95
- 四、《农产品质量安全发展“十三五”发展规划》 100
- 第三节 中国婴幼儿奶粉行业最新政策动向 102
 - 一、《奶业整顿和振兴规划纲要》解析 102
 - 二、《原料奶收购贷款中央财政贴息管理办法》 104
 - 三、《婴幼儿配方乳粉生产企业监督检查规定》 106
 - 四、2016年我国部分婴幼儿奶粉税率下调 113
 - 五、中国“单独二胎”政策正式出台 114

第四章 2016年中国婴幼儿奶粉市场态势分析 115

- 第一节 中国奶粉行业发展现状 115
 - 一、奶粉产品特征及其分类 115
 - 二、中国奶粉市场主要特点 115
 - 三、中国奶粉产量增长分析 116
 - 四、中国奶源基础有待加强 117
 - 五、符合标准的进口奶粉品牌 117
- 第二节 中国婴幼儿奶粉市场现状 118
 - 一、婴幼儿奶粉市场容量高速增长 118
 - 二、婴幼儿奶粉企业售后服务分析 119
 - 三、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显 120
 - 四、中国婴幼儿奶粉代购发展分析 120
 - 五、中国婴幼儿奶粉中端市场分析 121
 - 六、洋奶粉价格上涨及其原因分析 122
- 第三节 中国婴幼儿奶粉市场规模分析 122
 - 一、中国婴幼儿食品市场规模分析 122
 - 二、婴幼儿配方奶粉零售量分析 123
 - 三、婴幼儿配方奶粉零售额分析 124
 - 四、婴幼儿配方奶粉市场结构分析 124
 - (一) 标准配方奶粉零售规模分析 124
 - (二) 幼儿配方奶粉零售规模分析 125
 - (三) 后续配方奶粉零售规模分析 125
- 第四节 进口奶粉对中国奶粉冲击分析 126
 - 一、中国婴幼儿奶粉进出口分析 126
 - (一) 婴幼儿奶粉进口数量分析 126

2016年1-5月我国共进口婴幼儿配方奶粉7.69万吨，同比增长27.7%，价值10.6亿美元，同比增长27.3%。5月我国共进口婴幼儿配方奶粉1.68万吨，同比增长34.5%，价值2.2亿美元，同比增长27.2%。进口价格来看，5月进口价格为1.35万美元/吨（约8.8万元/吨），同比下降5.4%；1-5月进口的平均价格为1.38万美元/吨，同比下降0.3%。

2014-2016年婴幼儿奶粉进口量及价格

2016年1-5月进口婴幼儿配方奶粉主要来源国及比重

- (二) 外资与国产婴儿奶粉价格 126
- (三) 婴幼儿奶粉出口状况分析 127
- 二、进口奶粉低价冲击国产奶业 127
- 三、升级配方洋奶粉品牌优势凸显 128
- 四、进口婴幼儿奶粉对中国市场影响 129
- 五、洋奶粉称雄给国产品牌的启示 129
- 第五节 婴幼儿奶粉销售中存在的问题 130
- 一、产品同质化严重且质量不高 130
- 二、婴儿奶粉产品组合深度不够 131
- 三、销售形式传统单一有待整合 131
- 四、终端激励不足促销细化不够 132
- 第六节 中国婴幼儿奶粉市场策略分析 132
- 一、提高婴幼儿奶粉的产品质量 132
- 二、加强品牌推广提升品牌形象 133
- 三、知识营销与产品营销相结合 133
- 四、开发婴幼儿奶粉营销新渠道 133

- 第五章 中国高端婴幼儿奶粉市场分析 135
- 第一节 中国高端婴幼儿奶粉市场分析 135
- 一、高端婴幼儿奶粉增长迅速 135
- 二、婴幼儿奶粉高端化的趋势 135
- 三、高端婴幼儿奶粉市场特点 135
- 四、高端奶粉市场洋奶粉占优 136
- 五、国内企业进军高端奶粉市场 137
- 六、韩国高端奶粉进入中国市场 137
- 第二节 高端婴幼儿奶粉市场竞争分析 137
- 一、洋品牌领跑高端奶粉市场 137

- 二、高端婴幼儿奶粉成竞争焦点 138
- 三、国产品牌进军高端奶粉市场 139
- 四、乳企推新产品剑指高端奶粉 139
- 第三节 高端婴幼儿奶粉营销策略分析 140
 - 一、高端婴幼儿奶粉渠道选择 140
 - (一) 大中城市高端奶粉销售渠道 140
 - (二) 小城市高端奶粉销售渠道 141
 - 二、高端婴幼儿奶粉的促销策略 141
 - 三、高端婴幼儿奶粉的全程服务 141
 - 四、高端国产奶粉市场策略分析 142
- 第四节 奶粉企业进军高端市场策略 144
 - 一、高端奶粉目标市场审视 144
 - 二、高端奶粉品牌架构定位 144
 - 三、高端奶粉市场产品创新 145
 - 四、高端奶粉品牌传播策略 146
 - 五、高端奶粉渠道管理策略 148

- 第六章 中国婴幼儿奶粉市场竞争格局分析 150
 - 第一节 中国奶粉市场竞争状况分析 150
 - 一、中外奶粉市场大打奶源牌 150
 - 二、中国奶粉市场竞争日益激烈 150
 - 三、国外企业争夺中国奶粉市场 151
 - 四、洋奶粉本土化垄断国内市场 151
 - 第二节 婴幼儿奶粉行业竞争结构分析 152
 - 一、行业竞争强度分析 152
 - 二、新进入者威胁分析 153
 - 三、来自替代品的竞争 154
 - 四、供应商的议价能力 154
 - 五、购买者的议价能力 155
 - 第三节 中国婴幼儿奶粉市场竞争分析 156
 - 一、婴幼儿奶粉市场竞争现状 156
 - 二、配方奶粉成市场竞争热点 157
 - 三、婴幼儿奶粉企业集中度分析 157
 - 四、婴幼儿奶粉市场集中度分析 158
 - 五、婴幼儿奶粉品牌关注度分析 159

(一) 进口奶粉品牌关注度分析 161

(二) 国产奶粉品牌关注度分析 161

第四节 婴幼儿奶粉未来竞争格局分析 162

一、奶粉品牌与渠道成竞争关键 162

二、外资奶粉品牌仍处高端塔尖 163

三、国内奶粉品牌呈现两极分化 163

四、品牌企业受益营销模式突破 164

第七章 中国婴幼儿奶粉主要品牌市场分析 165

第一节 多美滋 165

一、消费者购买渠道分析 165

二、消费者购买频率分析 165

三、消费者收入水平分析 166

四、购买人群的消费比重 166

五、产品各方面性能比较 167

六、奶粉品牌竞争力分析 172

第二节 美赞臣 172

一、消费者购买渠道分析 172

二、消费者购买频率分析 173

三、购买者收入水平分析 173

四、购买人群的消费比重 174

五、产品各方面性能比较 175

六、奶粉品牌竞争力分析 179

第三节 惠氏 179

一、消费者购买渠道分析 179

二、消费者购买频率分析 180

三、消费者收入水平分析 181

四、购买人群的消费比重 181

五、产品各方面性能比较 182

六、奶粉品牌竞争力分析 186

第四节 伊利 187

一、消费者购买渠道分析 187

二、消费者购买频率分析 188

三、消费者收入水平分析 188

四、购买人群的消费比重 189

五、产品各方面性能比较 189

六、奶粉品牌竞争力分析 193

第五节 雀巢 194

一、消费者购买渠道分析 194

二、消费者购买频率分析 195

三、消费者收入水平分析 195

四、购买人群的消费比重 196

五、产品各方面性能比较 196

六、奶粉品牌竞争力分析 200

第六节 贝因美 201

一、消费者购买渠道分析 201

二、消费者购买频率分析 202

三、消费者收入水平分析 202

四、购买人群的消费比重 203

五、产品各方面性能比较 203

六、奶粉品牌竞争力分析 208

第七节 雅培 208

一、消费者购买渠道分析 208

二、消费者购买频率分析 209

三、消费者收入水平分析 209

四、购买人群的消费比重 210

五、产品各方面性能比较 211

六、奶粉品牌竞争力分析 215

第八节 飞鹤 215

一、消费者购买渠道分析 216

二、消费者购买频率分析 216

三、消费者收入水平分析 217

四、购买人群的消费比重 217

五、产品各方面性能比较 218

六、奶粉品牌竞争力分析 222

第九节 圣元 222

一、消费者购买渠道分析 223

二、消费者购买频率分析 223

三、消费者收入水平分析 224

四、购买人群的消费比重 224

五、产品各方面性能比较	225
六、奶粉品牌竞争力分析	229
第十节 光明	230
一、消费者购买渠道分析	230
二、消费者购买频率分析	230
三、消费者收入水平分析	231
四、购买人群的消费比重	231
五、产品各方面性能比较	232
六、奶粉品牌竞争力分析	236
第十一节 合生元	237
一、消费者购买渠道分析	237
二、消费者购买频率分析	238
三、消费者收入水平分析	238
四、购买人群的消费比重	239
五、产品各方面性能比较	239
六、奶粉品牌竞争力分析	243
第十二节 雅士利	244
一、消费者购买渠道分析	244
二、消费者购买频率分析	245
三、消费者收入水平分析	245
四、购买人群的消费比重	246
五、产品各方面性能比较	246
六、奶粉品牌竞争力分析	250
第十三节 澳优	251
一、消费者购买渠道分析	251
二、消费者购买频率分析	252
三、消费者收入水平分析	252
四、购买人群的消费比重	253
五、产品各方面性能比较	253
六、奶粉品牌竞争力分析	257
第十四节 金摇篮	258
一、消费者购买渠道分析	258
二、消费者购买频率分析	259
三、消费者收入水平分析	259
四、购买人群的消费比重	260

五、产品各方面性能比较 260

六、奶粉品牌竞争力分析 264

第十五节 迈高 265

一、迈高品牌的发展简介 265

二、适用的消费年龄分析 265

三、品牌特色与优势产品 266

四、消费者购买渠道分析 266

五、迈高品牌的广告途径 267

六、奶粉品牌竞争力分析 267

第十六节 蒙牛阿拉 268

一、蒙牛品牌的发展简介 268

二、适用的消费年龄分析 268

三、品牌特色与优势产品 269

四、消费者购买频率分析 269

五、消费者购买渠道分析 270

六、蒙牛品牌的广告途径 270

七、奶粉品牌竞争力分析 271

第八章 中国婴幼儿奶粉消费者市场调查分析 272

第一节 婴幼儿奶粉消费者基本情况分析 272

一、婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 272

二、婴幼儿奶粉消费者家庭生活态度 273

三、婴幼儿奶粉消费者家庭休闲活动 277

第二节 华北地区婴幼儿奶粉消费者调查分析 279

一、北京婴幼儿奶粉消费调查分析 279

二、天津婴幼儿奶粉消费调查分析 280

三、太原婴幼儿奶粉消费调查分析 281

四、哈尔滨婴幼儿奶粉消费调查分析 282

第三节 东北地区婴幼儿奶粉消费者调查分析 284

一、长春婴幼儿奶粉消费调查分析 284

二、沈阳婴幼儿奶粉消费调查分析 285

三、大连婴幼儿奶粉消费调查分析 286

第四节 华东地区婴幼儿奶粉消费者调查分析 287

一、济南婴幼儿奶粉消费调查分析 287

二、青岛婴幼儿奶粉消费调查分析 289

- 三、南京婴幼儿奶粉消费调查分析 290
- 四、苏州婴幼儿奶粉消费调查分析 291
- 五、上海婴幼儿奶粉消费调查分析 292
- 六、杭州婴幼儿奶粉消费调查分析 294
- 七、宁波婴幼儿奶粉消费调查分析 295
- 八、福州婴幼儿奶粉消费调查分析 296
- 九、厦门婴幼儿奶粉消费调查分析 297
- 第五节 华中地区婴幼儿奶粉消费者调查分析 299
 - 一、合肥婴幼儿奶粉消费调查分析 299
 - 二、南昌婴幼儿奶粉消费调查分析 300
 - 三、郑州婴幼儿奶粉消费调查分析 301
 - 四、长沙婴幼儿奶粉消费调查分析 302
 - 五、武汉婴幼儿奶粉消费调查分析 304
- 第六节 华南地区婴幼儿奶粉消费者调查分析 305
 - 一、广州婴幼儿奶粉消费调查分析 305
 - 二、深圳婴幼儿奶粉消费调查分析 306
 - 三、佛山婴幼儿奶粉消费调查分析 307
 - 四、南宁婴幼儿奶粉消费调查分析 309
 - 五、海口婴幼儿奶粉消费调查分析 310
- 第七节 西部地区婴幼儿奶粉消费者调查分析 311
 - 一、成都婴幼儿奶粉消费调查分析 311
 - 二、重庆婴幼儿奶粉消费调查分析 312
 - 三、昆明婴幼儿奶粉消费调查分析 314
 - 四、西安婴幼儿奶粉消费调查分析 315
- 第九章 中国婴幼儿奶粉市场营销策略分析 317
 - 第一节 中国婴幼儿奶粉市场营销分析 317
 - 一、婴幼儿奶粉主要营销模式分析 317
 - (一) 全面投入型营销模式 317
 - (二) 传统通路型营销模式 318
 - (三) 渠道激励型营销模式 319
 - (四) 高空投入型营销模式 320
 - 二、婴幼儿奶粉销售渠道分析 321
 - (一) 商超渠道 321
 - (二) 母婴用品 321

- (三) 海外代购 321
- (四) 医务渠道 322
- (五) 药店渠道 323
- (六) 网络购买 323
- 三、婴幼儿奶粉主流品牌营销分析 324
 - (一) 贝因美--公关事件拉动模式 324
 - (二) 多美滋--医务渠道领先者 324
 - (三) 伊利--强调品质领先策略 325
 - (四) 美素--福音传播的坚持者 325
- 第二节 婴幼儿奶粉市场营销策略分析 325
 - 一、婴幼儿奶粉产品和需求 325
 - 二、婴幼儿奶粉价格和价值 326
 - 三、婴幼儿奶粉渠道方便性 327
 - 四、婴幼儿奶粉促销和传播 328
- 第三节 中国婴幼儿奶粉广告投放分析 328
 - 一、婴幼儿食品广告投放整体状况 328
 - 二、婴幼儿食品广告投放特点分析 329
 - 三、中国婴幼儿奶粉广告投放分析 332
- 第四节 中国婴幼儿奶粉营销创新策略 334
 - 一、婴幼儿奶粉差异化营销 334
 - 二、婴幼儿奶粉数据库营销 334
 - 三、婴幼儿奶粉整合式营销 334
 - 四、婴幼儿奶粉协同营销策略 334
 - 五、婴幼儿奶粉深度分销策略 336
 - 六、婴幼儿奶粉口碑营销策略 337
- 第五节 国产婴幼儿奶粉营销策略选择 338
 - 一、加强品质管理提高产品质量 339
 - 二、进行市场细分占领农村市场 339
 - 三、通过整合营销突出品牌个性 340

- 第十章 中国重点省区婴幼儿奶粉市场分析 341
 - 第一节 北京婴幼儿奶粉市场分析 341
 - 一、北京市婴幼儿奶粉消费环境 341
 - 二、北京市奶业市场竞争力分析 342
 - 三、北京市婴幼儿人口数量分析 342

- 四、北京市婴幼儿奶粉市场规模 343
- 五、北京市婴幼儿奶粉市场动态 343
- 第二节 天津婴幼儿奶粉市场分析 344
 - 一、天津市婴幼儿奶粉消费环境 344
 - 二、天津市奶业市场竞争力分析 345
 - 三、天津市婴幼儿人口数量分析 345
 - 四、天津市婴幼儿奶粉市场规模 346
 - 五、天津市婴幼儿奶粉市场动态 346
- 第三节 河北婴幼儿奶粉市场分析 346
 - 一、河北省婴幼儿奶粉消费环境 346
 - 二、河北省奶业市场竞争力分析 348
 - 三、河北省婴幼儿人口数量分析 348
 - 四、河北省婴幼儿奶粉市场规模 348
 - 五、河北省婴幼儿奶粉市场动态 349
- 第四节 山西婴幼儿奶粉市场分析 350
 - 一、山西省婴幼儿奶粉消费环境 350
 - 二、山西省奶业市场竞争力分析 351
 - 三、山西省婴幼儿人口数量分析 351
 - 四、山西省婴幼儿奶粉市场规模 352
 - 五、山西省婴幼儿奶粉市场动态 352
- 第五节 内蒙古婴幼儿奶粉市场分析 352
 - 一、内蒙古婴幼儿奶粉消费环境 352
 - 二、内蒙古奶业市场竞争力分析 354
 - 三、内蒙古婴幼儿人口数量分析 354
 - 四、内蒙古婴幼儿奶粉市场规模 354
 - 五、内蒙古婴幼儿奶粉市场动态 355
- 第六节 辽宁婴幼儿奶粉市场分析 357
 - 一、辽宁省婴幼儿奶粉消费环境 357
 - 二、辽宁省奶业市场竞争力分析 358
 - 三、辽宁省婴幼儿人口数量分析 358
 - 四、辽宁省婴幼儿奶粉市场规模 359
 - 五、辽宁省婴幼儿奶粉市场动态 359
- 第七节 吉林婴幼儿奶粉市场分析 359
 - 一、吉林省婴幼儿奶粉消费环境 359
 - 二、吉林省奶业市场竞争力分析 361

- 三、吉林省婴幼儿人口数量分析 361
- 四、吉林省婴幼儿奶粉市场规模 361
- 五、吉林省婴幼儿奶粉市场动态 362
- 第八节 黑龙江婴幼儿奶粉市场分析 363
 - 一、黑龙江省婴幼儿奶粉消费环境 363
 - 二、黑龙江省奶业市场竞争力分析 364
 - 三、黑龙江省婴幼儿人口数量分析 364
 - 四、黑龙江省婴幼儿奶粉市场规模 365
 - 五、黑龙江省婴幼儿奶粉市场动态 365
- 第九节 上海婴幼儿奶粉市场分析 366
 - 一、上海市婴幼儿奶粉消费环境 366
 - 二、上海市奶业市场竞争力分析 367
 - 三、上海市婴幼儿人口数量分析 367
 - 四、上海市婴幼儿奶粉市场规模 368
 - 五、上海市婴幼儿奶粉市场动态 368
- 第十节 江苏婴幼儿奶粉市场分析 368
 - 一、江苏省婴幼儿奶粉消费环境 368
 - 二、江苏省奶业市场竞争力分析 370
 - 三、江苏省婴幼儿人口数量分析 370
 - 四、江苏省婴幼儿奶粉市场规模 370
 - 五、江苏省婴幼儿奶粉市场动态 371
- 第十一节 浙江婴幼儿奶粉市场分析 371
 - 一、浙江省婴幼儿奶粉消费环境 371
 - 二、浙江省奶业市场竞争力分析 372
 - 三、浙江省婴幼儿人口数量分析 373
 - 四、浙江省婴幼儿奶粉市场规模 373
 - 五、浙江省婴幼儿奶粉市场动态 373
- 第十二节 安徽婴幼儿奶粉市场分析 374
 - 一、安徽省婴幼儿奶粉消费环境 374
 - 二、安徽省奶业市场竞争力分析 375
 - 三、安徽省婴幼儿人口数量分析 376
 - 四、安徽省婴幼儿奶粉市场规模 376
 - 五、安徽省婴幼儿奶粉市场动态 377
- 第十三节 福建婴幼儿奶粉市场分析 378
 - 一、福建省婴幼儿奶粉消费环境 378

- 二、福建省奶业市场竞争力分析 379
- 三、福建省婴幼儿人口数量分析 379
- 四、福建省婴幼儿奶粉市场规模 380
- 五、福建省婴幼儿奶粉市场动态 380
- 第十四节 山东婴幼儿奶粉市场分析 380
 - 一、山东省婴幼儿奶粉消费环境 380
 - 二、山东省奶业市场竞争力分析 382
 - 三、山东省婴幼儿人口数量分析 382
 - 四、山东省婴幼儿奶粉市场规模 382
 - 五、山东省婴幼儿奶粉市场动态 383
- 第十五节 江西婴幼儿奶粉市场分析 384
 - 一、江西省婴幼儿奶粉消费环境 384
 - 二、江西省奶业市场竞争力分析 385
 - 三、江西省婴幼儿人口数量分析 385
 - 四、江西省婴幼儿奶粉市场规模 386
 - 五、江西省婴幼儿奶粉市场动态 386
- 第十六节 河南婴幼儿奶粉市场分析 387
 - 一、河南省婴幼儿奶粉消费环境 387
 - 二、河南省奶业市场竞争力分析 388
 - 三、河南省婴幼儿人口数量分析 388
 - 四、河南省婴幼儿奶粉市场规模 389
 - 五、河南省婴幼儿奶粉市场动态 389
- 第十七节 湖北省婴幼儿奶粉市场分析 391
 - 一、湖北省婴幼儿奶粉消费环境 391
 - 二、湖北省奶业市场竞争力分析 392
 - 三、湖北省婴幼儿人口数量分析 392
 - 四、湖北省婴幼儿奶粉市场规模 393
 - 五、湖北省婴幼儿奶粉市场动态 393
- 第十八节 湖南婴幼儿奶粉市场分析 394
 - 一、湖南省婴幼儿奶粉消费环境 394
 - 二、湖南省奶业市场竞争力分析 395
 - 三、湖南省婴幼儿人口数量分析 395
 - 四、湖南省婴幼儿奶粉市场规模 396
 - 五、湖南省婴幼儿奶粉市场动态 396
- 第十九节 广东婴幼儿奶粉市场分析 397

一、广东省婴幼儿奶粉消费环境 397

二、广东省奶业市场竞争力分析 398

三、广东省婴幼儿人口数量分析 398

四、广东省婴幼儿奶粉市场规模 399

五、广东省婴幼儿奶粉市场动态 399

第二十章 四川婴幼儿奶粉市场分析 400

一、四川省婴幼儿奶粉消费环境 400

二、四川省奶业市场竞争力分析 401

三、四川省婴幼儿人口数量分析 401

四、四川省婴幼儿奶粉市场规模 402

五、四川省婴幼儿奶粉市场动态 402

第二十一章 重庆婴幼儿奶粉市场分析 403

一、重庆市婴幼儿奶粉消费环境 403

二、重庆市奶业市场竞争力分析 405

三、重庆市婴幼儿人口数量分析 405

四、重庆市婴幼儿奶粉市场规模 405

五、重庆市婴幼儿奶粉市场动态 406

第十一章 中国婴幼儿奶粉重点企业竞争力分析 408

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 408

一、企业基本情况介绍 408

二、企业经营情况分析 408

三、企业经济指标分析 409

四、企业盈利能力分析 410

五、企业偿债能力分析 410

六、企业运营能力分析 411

七、企业成本费用分析 411

八、企业发展前景展望 411

第二节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 412

一、企业基本情况介绍 412

二、企业经营情况分析 413

三、企业经济指标分析 414

四、企业盈利能力分析 415

五、企业偿债能力分析 415

六、企业运营能力分析 415

- 七、企业成本费用分析 416
- 八、企业发展前景展望 416
- 第三节 光明乳业股份有限公司 417
 - 一、企业基本情况介绍 417
 - 二、企业经营情况分析 417
 - 三、企业经济指标分析 419
 - 四、企业盈利能力分析 419
 - 五、企业偿债能力分析 419
 - 六、企业运营能力分析 420
 - 七、企业成本费用分析 420
 - 八、企业发展前景展望 421
- 第四节 圣元营养食品有限公司 422
 - 一、企业基本情况介绍 422
 - 二、企业主要产品分析 423
 - 三、企业经济指标分析 423
 - 四、企业盈利能力分析 424
 - 五、企业偿债能力分析 424
 - 六、企业运营能力分析 424
- 第五节 澳优乳业股份有限公司 425
 - 一、企业基本情况介绍 425
 - 二、企业主要产品介绍 425
 - 三、企业经济指标分析 427
 - 四、企业盈利能力分析 428
 - 五、企业偿债能力分析 428
 - 六、企业运营能力分析 428
 - 七、企业成本费用分析 429
 - 八、企业发展情况分析 429
- 第六节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 431
 - 一、企业基本情况介绍 431
 - 二、企业经营情况分析 431
 - 三、企业经济指标分析 432
 - 四、企业盈利能力分析 433
 - 五、企业偿债能力分析 433
 - 六、企业运营能力分析 433
 - 七、企业成本费用分析 434

第七节 American Dairy (飞鹤乳业) 434

- 一、企业基本情况介绍 434
- 二、企业主要产品介绍 435
- 三、企业经济指标分析 436
- 四、企业运营指标分析 436
- 五、企业发展情况分析 437
- 六、企业发展战略分析 437

第八节 Mead Johnson Nutrition (美赞臣) 438

- 一、企业基本情况介绍 438
- 二、企业主要产品分析 438
- 三、企业经济指标分析 439
- 四、企业运营指标分析 439
- 五、企业发展优势分析 440
- 六、企业中国分公司介绍 440

第九节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司 441

- 一、企业基本情况介绍 441
- 二、企业主要产品介绍 442
- 三、企业主要经济指标 443
- 四、企业发展优势分析 443
- 五、企业发展情况分析 446

第十节 广州市合生元生物制品有限公司 446

- 一、企业基本情况介绍 446
- 二、企业经营情况分析 447
- 三、企业经济指标分析 448
- 四、企业盈利能力分析 449
- 五、企业偿债能力分析 449
- 六、企业运营能力分析 449
- 七、企业成本费用分析 450

第十一节 哈尔滨太子乳品工业有限公司 450

- 一、企业基本情况介绍 450
- 二、企业主要产品介绍 451
- 三、企业主要经济指标 451
- 四、企业经营优势分析 452
- 五、企业发展前景展望 453

第十二节 雅士利国际集团有限公司 453

一、企业基本情况介绍 453

二、企业经营情况分析 454

三、企业经济指标分析 455

四、企业盈利能力分析 455

五、企业偿债能力分析 455

六、企业运营能力分析 456

七、企业成本费用分析 456

八、企业经营优势分析 457

第十三节 上海惠氏营养品有限公司 458

一、企业基本情况介绍 458

二、企业主要产品分析 459

三、企业主要经济指标 460

四、企业经营优势分析 460

五、企业最新发展动态 461

第十四节 江西美庐乳业有限公司 462

一、企业基本情况介绍 462

二、企业主要产品介绍 462

三、企业主要经济指标 463

四、企业营销网络分析 463

五、企业生产情况分析 463

六、企业发展战略分析 464

第十五节 雅培贸易（上海）有限公司 465

一、企业基本情况介绍 465

二、企业发展历程分析 465

三、企业生产情况分析 465

四、企业主要产品分析 466

五、企业经营情况分析 467

六、雅培基金会营养学研究所 467

第十二章 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场前景分析 469

第一节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场趋势分析 469

一、政府对行业政策支持力度加大 469

二、婴幼儿奶粉市场竞争趋势分析 469

三、市场竞争下行业购并不可避免 469

四、婴幼儿奶粉“无香”是大趋势 470

第二节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业前景分析 471

一、中国乳制品行业发展前景分析 471

二、未来中国奶粉市场竞争力分析 471

三、中国婴幼儿奶粉消费前景广阔 473

四、婴幼儿奶粉需求加速扩容分析 473

第三节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场预测分析 474

一、中国婴幼儿奶粉零售量预测分析 474

二、中国婴幼儿配方奶粉零售额预测 474

（一）标准配方奶粉零售规模预测分析 475

（二）后续配方奶粉零售规模预测分析 475

（三）幼儿配方奶粉零售规模预测分析 476

第十三章 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资战略分析 477

第一节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉投资特征分析 477

一、婴幼儿奶粉行业投资环境分析 477

二、婴幼儿奶粉行业投资壁垒分析 477

三、婴幼儿配方奶粉投资特性分析 478

四、婴幼儿配方奶粉投资盈利分析 478

第二节 2017-2022年婴幼儿奶粉市场投资机会分析 479

一、中国婴幼儿奶粉投资潜力分析 479

二、高端婴幼儿奶粉投资机会分析 479

三、农村婴幼儿奶粉投资机会分析 480

四、上游奶源领域的投资机会分析 481

第三节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉投资风险分析 481

一、宏观调控风险 481

二、产业政策风险 482

三、市场竞争风险 482

四、产品质量风险 482

五、成本价格风险 483

第四节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资建议 483

一、婴幼儿奶粉SWOT分析 483

二、适时进军高端奶粉市场 484

三、二三线市场还有待开发 484

第十四章 婴幼儿奶粉企业投融资及IPO上市策略指导 485

第一节 婴幼儿奶粉企业融资渠道与选择分析 485

- 一、婴幼儿奶粉企业融资方法与渠道简析 485
- 二、利用股权融资谋划企业发展机遇 487
- 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道 491
- 四、适度债权融资配置自身资本结构 492
- 五、关注民间资本和外资的投资动向 493

第二节 婴幼儿奶粉企业境内IPO上市目的及条件 494

- 一、婴幼儿奶粉企业境内上市主要目的 494
- 二、婴幼儿奶粉企业上市需满足的条件 495
 - (一) 企业境内主板 IPO 主要条件 495
 - (二) 企业境内中小板IPO主要条件 496
 - (三) 企业境内创业板IPO主要条件 497
- 三、企业改制上市中的关键问题 498

第三节 婴幼儿奶粉企业IPO上市的相关准备 499

- 一、企业该不该上市 499
- 二、企业应何时上市 499
- 三、企业应何地上市 500
- 四、企业上市前准备 500
 - (一) 企业上市前综合评估 500
 - (二) 企业的内部规范重组 500
 - (三) 选择并配合中介机构 501
 - (四) 应如何选择中介机构 501

第四节 婴幼儿奶粉企业IPO上市的规划实施 501

- 一、上市费用规划和团队组建 501
- 二、尽职调查及问题解决方案 505
- 三、改制重组需关注重点问题 509
- 四、企业上市辅导及注意事项 511
- 五、上市申报材料制作及要求 513
- 六、网上路演推介及询价发行 515

第五节 婴幼儿奶粉企业IPO上市审核流程 516

- 一、企业IPO上市基本审核流程 516
- 二、企业IPO上市具体审核环节 517
- 三、与发行审核流程相关的事项 520

部分图表目录：

- 图表 1 婴幼儿配方奶粉分类(按照适用对象不同分) 35
 - 图表 2 常用西方配方奶粉分类 36
 - 图表 3 婴幼儿奶粉分段及使用年龄 37
 - 图表 4 婴幼儿配方奶粉的几个重要指标 41
 - 图表 5 2009-2015年中国不同规模牛场数统计 48
 - 图表 6 2011-2015年中国牛奶场平均规模统计 49
 - 图表 7 中国奶牛场(户)数地区分布情况 49
 - 图表 8 奶牛场饲养模式的分布情况 50
 - 图表 9 牛床使用的垫料具体分布情况 51
 - 图表 10 2015年规模奶牛场原料奶销售价格分布情况 53
 - 图表 11 2011-2015年中国奶牛存栏量及单产情况 54
 - 图表 12 2011-2015年中国奶牛存栏量变化趋势图 54
 - 图表 13 2015年大城市郊区奶牛养殖情况统计 55
 - 图表 14 2015年东北内蒙古奶业产区奶牛养殖情况统计 55
 - 图表 15 2015年中原奶业产区奶牛养殖情况统计 56
 - 图表 16 2015年西部奶业产区奶牛养殖情况统计 56
 - 图表 17 2015年南方奶业产区奶牛养殖情况统计 57
 - 图表 18 2015年各地区奶牛存栏量及单产统计 57
 - 图表 19 2015年中国分省区奶牛养殖分布结构图 58
 - 图表 20 2011-2015年中国奶类产量统计 59
 - 图表 21 2011-2015年中国奶类产量变化趋势图 59
 - 图表 22 2011-2015年中国牛奶产量统计 60
 - 图表 23 2011-2015年中国牛奶产量变化趋势图 60
 - 图表 24 2015年中国分省区牛奶产量统计 61
 - 图表 25 2012-2015年中国奶类生产价格指数 62
 - 图表 26 2011-2015年中国生鲜乳月度平均收购价格统计 62
 - 图表 27 2015年中国鲜奶零售价格走势 63
 - 图表 28 第三次生育高峰伴随着两波消费浪潮 65
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294962.html>