

# 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业市场行情动态及 发展趋势预测报告

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行情动态及发展趋势预测报告》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/295957.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

婴幼儿奶粉——根据不同生长时期婴幼儿的营养需要进行设计的以奶粉、乳清粉、大豆、饴糖等为主要原料，加入适量的维生素和矿物质以及其他营养物质，经加工后制成的粉状食品。

婴幼儿奶粉是为了满足婴儿的营养需要，在普通奶粉的基础上加以调配的奶制品。

婴幼儿奶粉（又名婴儿配方奶粉）是根据不同生长时期婴幼儿的营养需要进行设计的，以奶粉、乳清粉、大豆、饴糖等为主要原料，加入适量的维生素和矿物质以及其他营养物质，经加工后制成的粉状食品。

奶粉是将牛奶除去水分后制成的粉末，它适宜保存。根据意大利马可·波罗在游记中的记述，中国元朝的蒙古骑兵曾携带过一种奶粉食品，是蒙古大将慧元对它进行了巧妙的干燥处理，做成了便于携带的粉末状奶粉，作为军需物质。

妈妈们都知道母乳是宝宝最好的食物，却往往因为乳汁不够，或因身体等各种原因无法哺乳。于是，奶粉就成了宝宝身边最接近完美的食品。而随着现代科学工艺的提高，大多婴儿奶粉的营养元素也越来越加全面、丰富同时也越来越接近母乳营养。比如除钙、磷、铁、碘、锌等常规元素外，还加入了维生素A、D、E、维C、B族维生素以及母乳中所特有的叶酸、泛酸等。由于消费者的特殊性，婴幼儿奶粉和普通奶粉有着不少不同处。由于婴幼儿的消化系统发育尚不完全，不能直接食用牛乳或普通奶粉，所以婴幼儿奶粉调整了蛋白质、脂肪及乳糖的比例，使其适合于婴幼儿的消化与吸收。同时，婴幼儿奶粉中还添加多种营养物质，使之能够满足不同生长时期婴幼儿的营养需要。例如：添加DHA等不饱和脂肪酸可促进婴幼儿脑细胞生长发育。另外，婴幼儿奶粉针对婴幼儿不同的生长阶段其营养配方均不相同，只有正确地购买合适的产品才能达到最好的营养效果。

2011年全国婴幼儿配方奶粉前十大品牌中上榜的国产品牌有五个，分别是伊利、贝因美、圣元、雅士利、飞鹤。伊利奶粉及奶制品销量额达到56亿元。尽管国产品牌挤进前十，然而和安吉兰德、多美滋、美赞臣、雀巢、雅培、惠氏这五大洋奶粉动辄五六十亿元人民币的年销售额相比，国内奶粉市场仍是洋奶粉的天下。五大洋品牌在中国婴幼儿奶粉市场合计市场份额接近60%。在国内一线城市，洋奶粉更从2004年起就占据主导地位，市场份额高达九成以上。在一线市场，国产品牌奶粉的占有率仅2%。国产奶粉的销售绝大部分是在二、三线市场实现的。“三聚氰胺”事件发生后，伊利、蒙牛、三元等国内乳品企业都加大了婴幼儿奶粉的生产和投资。都避开在一线市场与洋奶粉竞争，而是选择开拓成本较低的二、三线市场。

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20
  - 第一节婴幼儿配方奶粉概述20
    - 一、婴幼儿配方奶粉特点20
    - 二、婴幼儿奶粉分年龄段的好处20
    - 三、婴幼儿配方奶粉的分类21
    - 四、婴幼儿配方奶粉发展阶段23
    - 五、婴幼儿配方奶粉几个重要指标23
    - 六、婴幼儿配方奶粉的选择24
    - 七、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件25
  - 第二节各式婴幼儿奶粉分析25
    - 一、较大婴儿奶粉(断奶奶粉)25
    - 二、低过敏性蛋白水解配方奶粉25
    - 三、医疗用奶粉25
    - 四、无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉)26
- 第二章2014-2015年中国婴幼儿奶粉运行环境解析26
  - 第一节2015年中国宏观经济环境分析26
    - 一、国民经济运行情况GDP26
    - 二、消费价格指数CPI、PPI27
    - 三、全国居民收入情况33
    - 四、恩格尔系数33
    - 五、工业发展形势35
    - 六、固定资产投资情况44
    - 七、财政收支状况50
    - 八、中国汇率调整(人民币升值)51
    - 九、存贷款基准利率调整情况51
    - 十、存款准备金率调整情况52
    - 十一、社会消费品零售总额53
    - 十二、对外贸易&进出口54
    - 十三、中国食品制造业在国民经济中的地位分析58
  - 第二节2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场政策透析59
    - 一、《奶业整顿和振兴规划纲要》要点解析59
    - 二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准66

- 三、2015年食品安全重点工作安排66
- 四、乳制品原料和产品都要逐批检验71
- 五、《乳品质量安全监督管理条例》71
- 六、《食品安全法》的实施对婴幼儿奶粉的影响80
- 七、关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的通知82
- 八、乳制品工业产业政策85
- 第三节2014-2015年中国婴幼儿奶粉国家标准建设新进展95
  - 一、三项强制性婴幼儿奶粉国家标准95
  - 二、规范婴幼儿配方粉产品标签内容95
  - 三、碘不符合标准的婴儿奶粉禁止生产和销售96
  - 四、国家实行婴幼儿奶粉召回特别制度96
- 第四节2014-2015年中国乳制品市场社会环境分析96
  - 一、人口环境分析96
  - 二、教育环境分析97
  - 三、文化环境分析104
  - 四、生态环境分析106
  - 五、中国城镇化率107
  - 六、居民的各种消费观念和习惯107
  - 七、三聚氰胺事件使消费者对国产婴幼儿奶粉产量信任危机110
- 第三章2014-2015年中国婴幼儿奶粉技术研究新进展110
  - 第一节婴幼儿奶粉技术发展进程110
  - 第二节婴幼儿奶粉技术的研究112
    - 一、酶水解生产婴幼儿配方粉新技术112
    - 二、婴幼儿乳粉新配方的研究113
    - 三、早产儿奶粉市场开发114
  - 第三节免疫球蛋白(Ig)在婴儿配方奶粉中的应用115
    - 一、国际上将Ig应用于乳制品的研究进展115
    - 二、我国免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发的现状116
  - 第四节婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究117
    - 一、DHA和AA的生理功能117
    - 二、母乳中的DHA和AA117
    - 三、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性118
    - 四、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA过量的危害118
    - 五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题119

## 第五节婴幼儿配方奶粉的核心：复配营养素120

- 一、婴幼儿配方奶粉：高端的营养强化食品120
- 二、复配营养素：婴幼儿配方奶粉产业链的核心121

## 第四章2014-2015年中国奶粉行业整体运行态势分析122

### 第一节奶粉行业概述122

- 一、奶粉的分类122
- 二、我国奶粉市场特点分析125
- 三、国产奶粉质量抽检与质量体系126
- 四、国产奶粉品牌营销分析127
- 五、符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌128

### 第二节2014-2015年中国奶粉行业运行总况129

- 一、中国奶粉市场的特殊性129
- 二、农村奶粉市场分析130
- 三、国内婴幼儿奶粉市场高端趋势明显，民族品牌齐齐亮相133

### 第三节2014-2015年中国奶粉市场运行动态分析134

- 一、“全面二胎”撬动逾200亿奶粉市场，乳企加快布局134
- 二、新《食品安全法》推出“最严奶粉新政”，奶粉行业掀起洗牌潮134
- 三、实现“中国制造2025”，乳企加强质量品牌建设135
- 四、“羊奶粉”渐成杭州妈妈们的新宠135
- 五、外资奶粉进入降价通道抢夺奶粉市场136
- 六、婴幼儿奶粉市场潜力被看好137
- 七、奶粉向多元化方向发展137

### 第四节2014-2015年我国奶粉市场热点聚焦137

- 一、“三鹿奶粉事件”重击奶粉行业137
- 二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶138
- 三、我国原料奶粉价格情况138
- 四、“洋奶粉”价格上涨以及上涨原因分析139
- 五、进口奶粉关税回落对价格影响分析139
- 六、国内配方奶粉市场回暖140

### 第五节2014-2015年国外奶粉对我国奶粉行业的冲击分析140

- 一、进口奶粉低价倾销冲击国产奶业140
- 二、国内奶粉滞销积压严重142
- 三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点143
- 四、国外企业争夺中国奶粉市场145

- 五、中外奶粉市场大打“奶源”牌145
- 六、洋品牌调动全球能量抢占市场146
- 七、欧洲洋奶粉向本土化发展146
- 八、法国合生元欲进军中国高端奶粉市场147
- 九、韩国每日乳业高端奶粉进入我国市场148
- 十、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示149

## 第五章2014-2015年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析151

### 第一节2014-2015年全球婴幼儿奶粉市场动态分析151

- 一、国际奶荒国内多种奶粉涨价151
- 二、英特尔新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场152
- 三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题152
- 四、印度婴幼儿奶粉政策环境152

### 第二节2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行综述153

- 一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长153
- 二、国内品牌需加大研发力度153
- 三、婴幼儿奶粉市场价格分析153
- 四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显153

### 第三节2014-2015年中国婴儿配方奶粉市场调研154

- 一、婴幼儿奶粉行业消费特点154
- 二、婴幼儿奶粉消费者分析154
- 三、婴幼儿奶粉消费结构分析154
- 四、营养与安全是消费者认为最重要的因素155
- 五、国外品牌销售量远远大于国产的本土品牌155
- 六、消费者购买婴幼儿奶粉的主要渠道155
- 七、消费者对行业品牌认知度宏观调查156
- 八、婴幼儿奶粉行业品牌忠诚度调查156
- 九、消费者经常购买的品牌调查156

## 第六章2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行动态分析156

### 第一节2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行动态分析156

- 一、实力乳企将分享2016婴儿出生高峰潮红利156
- 二、价格战致使传统婴儿奶粉整体价盘持续下降157
- 三、物以稀为贵，有机奶粉、羊奶粉等品类“走红”157
- 四、传统实体分销渠道与线上虚拟电子商务渠道将进一步融合157

## 第二节2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场需求分析158

- 一、中国婴幼儿奶粉市场容量158
- 二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升159
- 三、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成159
- 四、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代159
- 五、婴幼儿奶粉市场暗战升级160

## 第三节2014-2015年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题分析160

- 一、产品线过长，产品质量不高160
- 二、产品组合深度不够，未能塑造良好的品牌形象161
- 三、销售形式传统单一，未能实现整合营销161
- 四、国内婴幼儿奶粉企业间恶性竞争，造谣诋毁161

## 第七章2014-2015年中国婴幼儿奶粉营销分析162

### 第一节2014-2015年国产婴幼儿奶粉品牌营销分析162

- 一、国产婴幼儿奶粉品牌的困境162
- 二、中心城市突破需转变观念162
- 三、消费者教育与口碑传播的营销策略162

### 第二节婴幼儿奶粉行业4P组合营销分析164

- 一、产品VS需求164
- 二、价格VS价值164
- 三、渠道VS方便性165
- 四、促销VS传播166
- 五、4P组合的变化166
- 六、4P的新发展167
- 七、以不变应万变167

### 第三节2014-2015年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式168

- 一、差异化营销168
- 二、数据库营销168
- 三、整合式营销168

### 第四节2014-2015年婴幼儿奶粉营销策略分析168

- 一、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题168
- 二、婴幼儿配方奶粉营销模式分析170
  - 1、美赞臣模式：捆绑早期教育170
  - 2、贝因美模式：借势冠军宝贝170
  - 3、雅培模式：诱惑小音乐家170

### 三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析171

## 第八章2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析171

### 第一节婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析171

#### 一、品牌婴儿配方奶粉排行分析171

#### 二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析172

### 第二节多美滋173

#### 一、企业介绍173

#### 二、多美滋中国业务转手雅士利174

#### 三、生产技术174

#### 四、销售网点175

### 第三节美赞臣176

#### 一、企业介绍176

#### 二、中国市场疲软，美赞臣2015年销售额微降176

#### 三、美赞臣坚守百年良心177

#### 四、美赞臣经营情况177

#### 五、美赞臣资产负债情况179

#### 六、美赞臣现金流量情况181

### 第四节惠氏182

#### 一、惠氏介绍182

#### 二、二胎政策促进惠氏受益182

#### 三、惠氏启赋奶粉致力创新突破配方全新升级183

#### 四、惠氏以制药的经验制造奶粉183

### 第五节雀巢185

#### 一、雀巢品牌概况185

#### 二、雀巢经营策略185

#### 三、雀巢品牌管理186

#### 四、雀巢中国发展186

#### 五、全球经济不振瑞郎升值冲击雀巢公司业务步履维艰188

### 第六节雅培189

#### 一、雅培120年的成长秘密189

#### 二、雅培携手腾讯探寻健康领域营销新途径190

#### 三、经营业绩分析191

#### 四、雅培加速发展193

### 第七节伊利194

一、伊利奶粉品牌介绍194

二、伊利产品营销194

三、伊利财务情况196

四、伊利资产负债197

五、伊利现金流量199

第八节蒙牛201

一、蒙牛国内市场的优势也在进一步扩大201

二、蒙牛战略合作202

三、蒙牛经营情况203

第九节完达山203

一、完达山奶粉实现功能细分203

二、完达山提升科技创新力助推企业发展203

三、完达山全力满足市场对巴氏奶需求204

四、完达山产品成功进驻华东物美超市大卖场205

第十节圣元205

一、圣元国际剑指第一婴幼儿奶粉品牌205

二、圣元优博奶粉获得殊荣无数彰显企业实力205

三、圣元优聪206

第十一节其他品牌动态207

一、雅士利拟向澳优出售施恩中国工厂207

三、国际化加速蒙牛雅士利世界级工厂新西兰投产208

三、南山奶粉最新事件：“致癌门”后再陷漩涡销量恐再受挫209

第九章婴幼儿奶粉负面事件影响分析210

第一节三聚氰胺事件分析210

一、背景210

二、原因211

三、危机对中国乳业的影响211

第二节安徽阜阳劣质奶粉事件212

一、基本情况212

二、主要工作措施213

第三节“空壳奶粉”事件214

第四节“大头娃娃”事件215

第五节国际婴幼儿奶粉品牌负面事件219

一、17家乳企上审计“黑榜”羊奶粉企业是重灾区219

二、美国美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉221

第六节2015年我国婴幼儿奶粉抽检不合格的四大问题分析222

一、Hello和宝露芬上榜进口奶粉也虚标营养素222

二、尴尬奶粉“国家队”也出现不合格222

三、地方保护破局挖出黑龙江陕西多家问题乳企223

四、国产与进口抽检频率不同有失公允223

第十章2014-2015年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析224

第一节2014-2015年中国奶粉市场竞争总况224

一、中国奶粉市场竞争日益激烈224

二、行业洗牌，营销手段同质化，给国产奶粉企业以重压225

三、婴幼儿奶粉市场总体下降，高端需求呈上升趋势225

四、高端市场集中度低，升级配方洋品牌优势凸显226

第二节2014-2015年中外激战婴幼儿奶粉高端市场分析227

一、高端市场空间巨大227

二、洋品牌领跑高端市场228

三、国产品牌急追不放228

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229

一、外资品牌仍处高端塔尖，尽享黄金利润229

二、国内品牌将两极分化，马太效应充分显现229

三、营销模式新突破，品牌企业受益最大230

第十一章2014-2015年中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析231

第一节北京三元食品股份有限公司（600429）231

一、企业概况231

二、企业主要经济指标分析232

三、企业盈利能力分析233

四、企业偿债能力分析233

五、企业运营能力分析235

六、企业成长能力分析235

第二节黑龙江省完达山乳业股份有限公司236

一、企业概况236

二、企业主要经济指标分析239

三、企业盈利能力分析240

四、企业偿债能力分析241

- 五、企业运营能力分析242
- 六、企业成长能力分析243
- 第三节黑龙江雅士利乳业有限公司243
  - 一、企业概况243
  - 二、企业主要经济指标分析243
  - 三、企业盈利能力分析244
  - 四、企业运营能力分析245
  - 五、企业偿债能力分析245
  - 六、企业发展能力分析246
- 第四节澳优乳品(湖南)有限公司247
  - 一、企业概况247
  - 二、企业主要经济指标分析247
  - 三、企业盈利能力分析248
  - 四、企业运营能力分析249
  - 五、企业偿债能力分析249
  - 六、企业发展能力分析250
- 第五节哈尔滨太子乳品工业有限公司251
  - 一、企业概况251
  - 二、企业主要经济指标分析252
  - 三、企业盈利能力分析252
  - 四、企业运营能力分析253
  - 五、企业偿债能力分析253
  - 六、企业发展能力分析255
- 第六节黑龙江飞鹤乳业有限公司255
  - 一、企业概况255
  - 二、企业主要经济指标分析255
  - 三、企业盈利能力分析256
  - 四、企业偿债能力分析257
  - 五、企业运营能力分析258
  - 六、企业成长能力分析259
- 第七节黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司259
  - 一、企业概况259
  - 二、企业主要经济指标分析260
  - 三、企业盈利能力分析261
  - 四、企业偿债能力分析261

五、企业运营能力分析262

六、企业发展成长能力分析263

第八节惠氏（上海）营养品有限公司263

一、企业概况263

二、企业主要经济指标分析263

三、企业盈利能力分析264

四、企业偿债能力分析265

五、企业运营能力分析266

六、企业发展成长能力分析267

第九节美赞臣（广州）有限公司267

一、企业概况267

二、企业主要经济指标分析269

三、企业盈利能力分析269

四、企业运营能力分析270

五、企业偿债能力分析271

六、企业发展能力分析272

第十节浙江贝因美科工贸股份有限公司272

一、企业概况272

二、企业主要经济指标分析274

三、企业盈利能力分析274

四、企业运营能力分析275

五、企业偿债能力分析276

六、企业发展能力分析277

第十一节广州市合生元生物制品有限公司277

一、企业概况277

二、企业主要经济指标分析278

三、企业盈利能力分析279

四、企业运营能力分析280

五、企业偿债能力分析280

六、企业发展能力分析281

第十二章2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析282

第一节2017-2022年中国婴儿乳品行业前景分析282

一、市场潜力282

二、投资方向283

## 第二节2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势283

- 一、政府对行业的政策支持力度加大283
- 二、农村及高端市场将成为国内外品牌争夺的重点283
- 三、消费者对国产品牌的信任危机283
- 四、婴儿奶粉产品的价格需求弹性不敏感283

## 第三节2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场趋势分析284

- 一、渠道多元化284
- 二、竞争复杂化284
- 三、区域差异化285
- 四、铺货延伸化285
- 五、产品高端与专业化285
- 六、策略建议286

## 第四节中国奶粉企业走向高端市场策略分析286

## 第五节婴幼儿配方奶粉发展对策分析293

- 一、提升婴幼儿奶粉品质应该先抓配方293
- 二、中国婴儿奶粉行业的营销对策294

## 第十三章2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究296

### 第一节2014-2015年婴幼儿奶粉投资概况296

- 一、婴幼儿奶粉业投资特性296
- 二、婴幼儿奶粉业投资预测297
- 三、婴幼儿奶粉业投资环境分析297

### 第二节2017-2022年中国奶粉业市场投资机会分析298

- 一、中国已成世界第一奶粉消费国298
- 二、婴幼儿奶粉市场投资潜力分析298
- 三、婴幼儿奶粉产业链及价值链研究299

### 第三节2017-2022年中国婴幼儿奶粉投资风险预警302

#### 一、婴幼儿奶粉行业环境风险302

- 1. 国际经济环境风险302
- 2. 汇率风险302
- 3. 宏观经济风险302
- 4. 宏观经济政策风险304
- 5. 区域经济变化风险304

#### 二、婴幼儿奶粉行业政策风险304

#### 三、婴幼儿奶粉行业市场风险305

- 1. 市场供需风险305
- 2. 价格风险305
- 3. 竞争风险305
- 四、婴幼儿奶粉行业其他风险分析305
- 第四节婴幼儿奶粉行业投资策略306
  - 一、婴幼儿奶粉行业发展前景预测306
  - 二、婴幼儿奶粉企业营销策略306
    - 1、产品策略306
    - 2、定价策略307
    - 3、销售渠道策略308
    - 4、促销策略309
  - 三、婴幼儿奶粉企业投资策略311
  - 四、婴幼儿奶粉企业应对当前经济形势策略建议311

图表目录：

- 图表：2014-2015年国民生产总值（GDP）表26
- 图表：2006-2015年中国GDP增速走势图27
- 图表：符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌名单128
- 图表：美赞臣经营情况177
- 图表：美赞臣资产负债情况179
- 图表：美赞臣现金流量情况181
- 图表：雅培经营业绩191
- 图表：伊利财务情况196
- 图表：伊利资产负债197
- 图表：伊利现金流量199
- 图表：蒙牛经营情况203
- 图表：2015年奶粉品牌关注排行226
- 图表：2015年奶粉品牌属性227
- 图表：2015年奶粉品牌关注度排行—进口奶粉227
- 图表：北京三元食品股份有限公司主要经济指标232
- 图表：北京三元食品股份有限公司盈利能力233
- 图表：北京三元食品股份有限公司偿债能力233
- 图表：北京三元食品股份有限公司运营能力235
- 图表：北京三元食品股份有限公司成长能力235
- 图表：2012-2015年黑龙江省完达山乳业股份有限公司财务指标与经营状况239

- 图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利能力240
- 图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司偿债能力241
- 图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司运营能力242
- 图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司成长能力243
- 图表：黑龙江雅士利乳业有限公司财务指标243
- 图表：黑龙江雅士利乳业有限公司盈利能力244
- 图表：黑龙江雅士利乳业有限公司运营能力245
- 图表：黑龙江雅士利乳业有限公司偿债能力245
- 图表：黑龙江雅士利乳业有限公司发展能力246
- 图表：2012-2015年三季度澳优乳品(湖南)有限公司财务指标与经营状况247
- 图表：澳优乳品(湖南)有限公司盈利能力248
- 图表：澳优乳品(湖南)有限公司运营能力249
- 图表：澳优乳品(湖南)有限公司偿债能力249
- 图表：澳优乳品(湖南)有限公司发展能力250
- 图表：2012-2015年三季度哈尔滨太子乳品工业有限公司财务指标与经营状况252
- 图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司盈利能力252
- 图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司运营能力253
- 图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司偿债能力253
- 图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司发展能力255
- 图表：2012-2015年黑龙江飞鹤乳业有限公司财务指标与经营状况255
- 图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司盈利能力256
- 图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司偿债能力257
- 图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司运营能力258
- 图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司成长能力259
- 图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司财务指标与经营状况260
- 图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司盈利能力261
- 图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司偿债能力261
- 图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司运营能力262
- 图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司发展能力263
- 图表：惠氏（上海）营养品有限公司财务指标与经营状况263
- 图表：惠氏（上海）营养品有限公司盈利能力264
- 图表：惠氏（上海）营养品有限公司偿债能力265
- 图表：惠氏（上海）营养品有限公司运营能力266
- 图表：惠氏（上海）营养品有限公司成长能力267
- 图表：美赞臣（广州）有限公司财务指标与经营状况269

- 图表：美赞臣（广州）有限公司盈利能力269
- 图表：美赞臣（广州）有限公司运营能力270
- 图表：美赞臣（广州）有限公司偿债能力271
- 图表：美赞臣（广州）有限公司发展能力272
- 图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利能力274
- 图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力275
- 图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司偿债能力276
- 图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司发展能力277
- 图表：广州市合生元生物制品有限公司财务指标与经营状况278
- 图表：广州市合生元生物制品有限公司盈利能力279
- 图表：广州市合生元生物制品有限公司运营能力280
- 图表：广州市合生元生物制品有限公司偿债能力280
- 图表：广州市合生元生物制品有限公司发展能力281
- 图表：2010-2015年我国婴幼儿奶粉行业投资规模297
- 图表：2017-2022年我国婴幼儿奶粉投资规模预测(亿元)297
- 图表：婴幼儿奶粉产业链及价值链图299
- 图表：中国奶制品流通渠道示意图308

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295957.html>