

# 2015-2020年中国婴幼儿奶粉市场运行态势及发展趋势研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国婴幼儿奶粉市场运行态势及发展趋势研究报告》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/158460.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

- 第一章 婴幼儿奶粉产业相关概述 31
  - 第一节 婴幼儿配方奶粉概述 31
    - 一、婴幼儿配方奶粉的概述 31
    - 二、婴幼儿奶粉配方的作用 32
    - 三、婴幼儿奶粉分段及好处 33
    - 四、婴幼儿配方奶粉的分类 34
    - 五、婴幼儿配方奶粉发展历程 36
    - 六、婴幼儿配方奶粉重要指标 37
    - 七、婴幼儿配方奶粉的选择 40
    - 八、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件 45
  - 第二节 各式婴幼儿奶粉分析 45
    - 一、较大婴儿奶粉(断奶奶粉) 45
    - 二、一般奶粉(牛奶) 45
    - 三、医疗用奶粉 45
    - 四、无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉) 46
    - 五、低过敏性蛋白水解配方奶粉 46
- 第二章 2014年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析 47
  - 第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析 47
    - 一、2014年中国GDP增长情况分析 47
    - 二、2014年工业经济发展形势分析 48
    - 三、2014年全社会固定资产投资分析 50
    - 四、2014年社会消费品零售总额分析 52
    - 五、2014年城乡居民收入与消费分析 53
    - 六、2014年对外贸易的发展形势分析 55
  - 第二节 2013-2014年中国婴幼儿奶粉市场政策透析 56
    - 一、中国制定乳品奶粉安全国家新标准 56
    - 二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准 58
    - 三、《奶业整顿和振兴规划纲要》解析 59
    - 四、《乳品质量监督管理条例》解读 62
    - 五、《乳制品工业产业政策(2009年修订)》 67
    - 六、《食品安全法》对婴幼儿奶粉的影响 77
    - 七、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》 77
  - 第三节 2014年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析 78

- 一、2014年中国人口及结构总体情况 78
- 二、2014年中国人口及地区分布状况 79
- 三、2014年中国人口出生率情况分析 81
- 四、2014年中国婴幼儿总数情况分析 82
- 第四节 2014年中国乳制品产业环境分析 83
  - 一、2014年中国奶类及牛奶产量分析 83
  - 二、2014年中国乳制品行业发展概述 84
  - 三、2006-2014年中国乳制品产量增长分析 87
- 第五节 2014年中国重点地区乳制品概况分析 89
  - 一、内蒙古奶业概况分析 89
  - 二、黑龙江奶业概况分析 90
  - 三、山东省奶业概况分析 92
  - 四、陕西省奶业概况分析 93
  - 五、广东省奶业概况分析 95
  - 六、河南省奶业概况分析 96
  - 七、江苏省奶业概况分析 98
- 第三章 2014年中国奶粉行业整体运行态势分析 100
  - 第一节 奶粉行业概述 100
    - 一、奶粉的分类 100
    - 二、国产奶粉质量抽检与质量体系 100
    - 三、符合标准的进口奶粉品牌 101
  - 第二节 2014年中国奶粉行业运行总况 102
    - 一、中国奶粉市场特点分析 102
    - 二、农村奶粉市场分析 104
    - 三、民族品牌齐打高端奶粉牌 104
  - 第三节 2014年中国奶粉市场行情动态分析 105
    - 一、洋奶粉占优国产品牌欲崛起 105
    - 二、配方奶粉成为市场竞争热点 105
    - 三、婴幼儿奶粉市场潜力被看好 105
    - 四、奶粉向多元化方向发展 106
  - 第四节 2013-2014年中国奶粉市场热点聚焦 106
    - 一、“三鹿奶粉事件”重击奶粉行业 106
    - 二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶 106
    - 三、2014年中国奶粉价格情况 107
    - 四、2014“洋奶粉”价格上涨以及原因分析 107

- 五、“奶粉限购潮”席卷全球 108
- 六、国内乳企纷纷贴上“洋标签” 109
- 七、2014年进口乳品新规则及影响 110
- 第五节 2014年国外奶粉对中国奶粉行业的冲击分析 111
  - 一、进口奶粉低价冲击国产奶业 111
  - 二、升级配方洋品牌优势凸显分析 112
  - 三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点 112
  - 四、韩国每日乳业高端奶粉进入中国市场 113
  - 五、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场 114
  - 六、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示 114
- 第六节 2014年中国奶粉行业波特五力模型分析 115
  - 一、行业内竞争强度 115
  - 二、新进入者威胁分析 116
  - 三、来自替代品的竞争 117
  - 四、供应商的议价能力 117
  - 五、购买者的议价能力 118
- 第四章 2014年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析 120
  - 第一节 2014年全球婴幼儿奶粉市场动态分析 120
    - 一、发达国家婴幼儿奶粉的法律规定 120
    - 二、英特尔拓展中国婴幼儿奶粉市场 120
    - 三、美国婴幼儿奶粉被指含高氯酸盐 121
    - 四、美国第一大婴幼儿奶粉广告诉讼案 121
  - 第二节 2014年中国婴幼儿奶粉市场运行综述 122
    - 一、婴幼儿奶粉市场容量高速增长 122
    - 二、奶粉企业加大研发力度 123
    - 三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析 123
    - 四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显 124
  - 第三节 2013-2014年中国婴儿配方奶粉市场调研 124
    - 一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式 124
    - 二、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况 125
    - 三、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况分析 125
    - 四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因 126
    - 五、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况 126
    - 六、消费者购买婴儿配方奶粉的途径 127
    - 七、消费者对婴儿配方奶粉了解途径 127

- 八、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况 128
- 九、消费者正在使用婴儿配方奶粉品牌情况 128
- 第五章 2009-2014年中国婴幼儿奶粉市场运行态势分析 130
  - 第一节 2014年中国婴幼儿奶粉行业发展现状分析 130
    - 一、2014年中国婴幼儿食品市场规模分析 130
    - 二、2014年中国婴幼儿配方奶粉零售量 131
    - 三、2014年中国婴幼儿配方奶粉零售规模 131
    - 四、2014年中国婴幼儿奶粉进出口分析 132
    - 五、中国婴幼儿奶粉代购发展分析 132
  - 第二节 2014年中国婴幼儿奶粉细分市场分析 133
    - 一、2014年中国婴幼儿配方奶粉市场结构 133
    - 二、2014年中国标准婴儿配方奶粉零售规模 134
    - 三、2014年中国幼儿配方奶粉零售规模分析 134
    - 四、2014年中国后续配方婴儿奶粉零售规模 135
  - 第三节 2014年中国婴幼儿奶粉市场结构分析 135
    - 一、婴幼儿奶粉高端市场分析 135
    - 二、婴幼儿奶粉中端市场分析 136
    - 三、高端婴幼儿奶粉市场增长迅速 137
  - 第四节 2014年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题 137
    - 一、产品线过长质量不高 137
    - 二、产品组合深度不够 138
    - 三、销售形式传统单一有待整合 138
    - 四、终端激励不足促销细化不够 138
    - 五、奶粉质量存在的问题分析 139
  - 第五节 2014年中国婴幼儿奶粉市场策略分析 139
    - 一、提高婴幼儿奶粉产品质量 139
    - 二、加强品牌推广提升品牌形象 140
    - 三、知识营销与产品营销相结合 140
    - 四、开发新的营销渠道 140
    - 五、改进和提高服务水平 141
- 第六章 2014年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析 142
  - 第一节 2014年中国奶粉市场竞争总体概况 142
    - 一、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中 142
    - 二、奶粉企业品牌与渠道成竞争关键 142
    - 三、国外企业竞相争夺中国奶粉市场 143

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 四、中外奶粉市场大打“奶源”牌        | 143 |
| 五、洋奶粉本土化欲垄断国内市场        | 144 |
| 第二节 2014年中国婴幼儿奶粉市场竞争分析 | 144 |
| 一、中国婴幼儿奶粉企业竞争分析        | 144 |
| 二、中国婴幼儿奶粉品牌竞争格局        | 146 |
| 三、中国奶粉市场竞争日益激烈         | 148 |
| 第三节 2014年中国高端奶粉市场竞争状况  | 148 |
| 一、洋品牌领跑高端婴幼儿奶粉市场       | 148 |
| 二、国内高端婴幼儿奶粉市场空间巨大      | 148 |
| 三、高端婴幼儿奶粉市场竞争日益激烈      | 149 |
| 四、国产品牌进军高端婴幼儿奶粉市场      | 150 |
| 第四节 奶粉行业品牌关注度分析        | 150 |
| 一、整体品牌关注度分析            | 150 |
| 二、品牌属性情况分析             | 151 |
| 三、进口国产品牌关注度            | 152 |
| 第五节 中国婴幼儿奶粉行业竞争格局预测分析  | 155 |
| 一、外资品牌仍处高端塔尖           | 155 |
| 二、国内品牌将呈现两极分化          | 155 |
| 三、品牌企业受益营销模式突破         | 156 |
| 第七章 中国婴幼儿奶粉品牌消费情况分析    | 157 |
| 第一节 多美滋                | 157 |
| 一、消费者购买渠道分析            | 157 |
| 二、消费者购买频率分析            | 157 |
| 三、购买人群收入水平分析           | 158 |
| 四、购买人群消费比重分析           | 158 |
| 五、产品各方面性能比较            | 159 |
| 六、优势分析                 | 164 |
| 第二节 惠氏                 | 164 |
| 一、消费者购买渠道分析            | 164 |
| 二、消费者购买频率分析            | 165 |
| 三、购买人群收入水平分析           | 165 |
| 四、购买人群消费比重分析           | 166 |
| 五、产品各方面性能比较            | 166 |
| 六、优势分析                 | 171 |
| 第三节 美赞臣                | 171 |

- 一、消费者购买渠道分析 172
- 二、消费者购买频率分析 172
- 三、购买人群收入水平分析 173
- 四、购买人群消费比重分析 173
- 五、产品各方面性能比较 174
- 六、优势分析 178
- 第四节 伊利 179
  - 一、消费者购买渠道分析 179
  - 二、消费者购买频率分析 180
  - 三、购买人群收入水平分析 180
  - 四、购买人群消费比重分析 181
  - 五、产品各方面性能比较 181
  - 六、优势分析 185
- 第五节 雀巢 186
  - 一、消费者购买渠道分析 186
  - 二、消费者购买频率分析 187
  - 三、购买人群收入水平分析 187
  - 四、购买人群消费比重分析 188
  - 五、产品各方面性能比较 188
  - 六、优势分析 192
- 第六节 贝因美 193
  - 一、消费者购买渠道分析 193
  - 二、消费者购买频率分析 194
  - 三、购买人群收入水平分析 194
  - 四、购买人群消费比重分析 195
  - 五、产品各方面性能比较 195
  - 六、优势分析 200
- 第七节 雅培 200
  - 一、消费者购买渠道分析 200
  - 二、消费者购买频率分析 201
  - 三、购买人群收入水平分析 201
  - 四、购买人群消费比重分析 202
  - 五、产品各方面性能比较 203
  - 六、优势分析 207
- 第八节 飞鹤 207

- 一、消费者购买渠道分析 208
- 二、消费者购买频率分析 208
- 三、购买人群收入水平分析 209
- 四、购买人群消费比重分析 209
- 五、产品各方面性能比较 210
- 六、优势分析 214
- 第九节 圣元 214
  - 一、消费者购买渠道分析 214
  - 二、消费者购买频率分析 215
  - 三、购买人群收入水平分析 216
  - 四、购买人群消费比重分析 216
  - 五、产品各方面性能比较 217
  - 六、优势分析 221
- 第十节 光明 222
  - 一、消费者购买渠道分析 222
  - 二、消费者购买频率分析 222
  - 三、购买人群收入水平分析 223
  - 四、购买人群消费比重分析 223
  - 五、产品各方面性能比较 224
  - 六、优势分析 228
- 第十一节 合生元 229
  - 一、消费者购买渠道分析 229
  - 二、消费者购买频率分析 230
  - 三、购买人群收入水平分析 230
  - 四、购买人群消费比重分析 231
  - 五、产品各方面性能比较 231
  - 六、优势分析 235
- 第十二节 雅士利 236
  - 一、消费者购买渠道分析 236
  - 二、消费者购买频率分析 237
  - 三、购买人群收入水平分析 237
  - 四、购买人群消费比重分析 238
  - 五、产品各方面性能比较 238
  - 六、优势分析 242
- 第十三节 澳优 243

- 一、消费者购买渠道分析 243
- 二、消费者购买频率分析 244
- 三、购买人群收入水平分析 244
- 四、购买人群消费比重分析 245
- 五、产品各方面性能比较 245
- 六、优势分析 249
- 第十四节 金摇篮 250
  - 一、消费者购买渠道分析 250
  - 二、消费者购买频率分析 251
  - 三、购买人群收入水平分析 251
  - 四、购买人群消费比重分析 252
  - 五、产品各方面性能比较 252
  - 六、优势分析 256
- 第八章 2009-2014年中国奶粉行业进出口情况分析 258
  - 第一节 2009-2014年中国奶粉进口分析 258
    - 一、中国奶粉进口数量情况 258
    - 二、中国奶粉进口金额情况 258
  - 第二节 2009-2014年中国奶粉出口分析 259
    - 一、中国奶粉出口数量情况 259
    - 二、中国奶粉出口金额情况 259
  - 第三节 2009-2014年中国奶粉进出口均价分析 260
  - 第四节 2013-2014年中国奶粉进出口流向分析 261
    - 一、中国奶粉进口来源地情况 261
    - 二、中国奶粉出口目的地情况 263
- 第九章 2014年婴幼儿奶粉技术发展分析 265
  - 第一节 婴幼儿奶粉技术发展进程 265
  - 第二节 婴幼儿奶粉技术的研究 265
    - 一、母乳配方奶粉的研究 265
    - 二、婴幼儿奶粉新配方的研究 266
    - 三、早产儿奶粉市场开发 266
  - 第三节 免疫球蛋白(IG)在婴儿配方奶粉中的应用 267
    - 一、国际上将IG应用于乳制品的研究进展情况 267
    - 二、免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发现状 268
  - 第四节 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究 269
    - 一、DHA和AA的生理功能 269

- 二、母乳中的DHA和AA 269
- 三、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性 270
- 四、国内外婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA现状 270
- 五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题 271
- 第五节 婴幼儿配方奶粉的核心 272
  - 一、婴幼儿配方奶粉的实质 272
  - 二、复配营养素是婴幼儿配方奶粉产业链的核心 273
- 第十章 2014年中国奶牛场生产管理状况分析 275
  - 第一节 奶牛场的基本状况 275
    - 一、所有制形式 275
    - 二、建成时间 276
    - 三、人员结构 276
    - 四、奶牛存栏量 276
  - 第二节 奶牛场的饲养管理状况 277
    - 一、牛群结构 277
    - 二、单产水平 277
    - 三、TMR饲喂技术采用情况 279
    - 四、机械化挤奶情况 279
    - 五、粗饲料使用情况 280
    - 六、疾病防治情况 281
  - 第三节 奶牛场原料奶的质量情况 282
    - 一、乳脂率 282
    - 二、乳蛋白率 282
    - 三、细菌总数 283
    - 四、体细胞数 283
  - 第四节 奶牛场效益情况 284
    - 一、原料奶收购价格 284
    - 二、饲养成本 284
    - 三、盈利情况 285
  - 第五节 2014年奶牛养殖业形势分析 286
    - 一、原料奶价格持续走高 286
    - 二、奶牛存栏提升 286
    - 三、生产成本上涨 286
- 第十一章 中国婴幼儿奶粉产品品牌市场状况调查分析 288
  - 第一节 中国婴幼儿奶粉主要消费市场分析 288

- 一、中国婴幼儿奶粉市场消费者家庭调查分析 288
- 二、中国婴幼儿奶粉消费者家庭生活态度分析 289
- 三、中国婴幼儿奶粉消费者家庭体育及休闲活动 293
- 第二节 华北地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 295
  - 一、北京婴幼儿奶粉消费调查分析 295
  - 二、天津婴幼儿奶粉消费调查分析 296
  - 三、太原婴幼儿奶粉消费调查分析 297
  - 四、哈尔滨婴幼儿奶粉消费调查分析 298
- 第三节 东北地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 300
  - 一、长春婴幼儿奶粉消费调查分析 300
  - 二、沈阳婴幼儿奶粉消费调查分析 301
  - 三、大连婴幼儿奶粉消费调查分析 302
- 第四节 华东地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 304
  - 一、济南婴幼儿奶粉消费调查分析 304
  - 二、青岛婴幼儿奶粉消费调查分析 305
  - 三、南京婴幼儿奶粉消费调查分析 306
  - 四、苏州婴幼儿奶粉消费调查分析 307
  - 五、上海婴幼儿奶粉消费调查分析 309
  - 六、杭州婴幼儿奶粉消费调查分析 310
  - 七、宁波婴幼儿奶粉消费调查分析 311
  - 八、福州婴幼儿奶粉消费调查分析 313
  - 九、厦门婴幼儿奶粉消费调查分析 314
- 第五节 华中地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 315
  - 一、合肥婴幼儿奶粉消费调查分析 315
  - 二、南昌婴幼儿奶粉消费调查分析 317
  - 三、郑州婴幼儿奶粉消费调查分析 318
  - 四、长沙婴幼儿奶粉消费调查分析 319
  - 五、武汉婴幼儿奶粉消费调查分析 320
- 第六节 华南地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 322
  - 一、广州婴幼儿奶粉消费调查分析 322
  - 二、深圳婴幼儿奶粉消费调查分析 323
  - 三、佛山婴幼儿奶粉消费调查分析 324
  - 四、南宁婴幼儿奶粉消费调查分析 325
  - 五、海口婴幼儿奶粉消费调查分析 327
- 第七节 西部地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 328

- 一、成都婴幼儿奶粉消费调查分析 328
- 二、重庆婴幼儿奶粉消费调查分析 329
- 三、昆明婴幼儿奶粉消费调查分析 330
- 四、西安婴幼儿奶粉消费调查分析 332
- 第十二章 2014年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析 334
- 第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析 334
- 一、主要品牌婴儿配方奶粉的横向对比 334
- 二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析 343
- 第二节 多美滋 344
- 一、多美滋换“马甲”涨10% 344
- 二、多美滋金盾推出益生元营养米粉 344
- 三、多美滋优阶系列产品采用“分阶段营养强化”新理念 344
- 四、多美滋获2014中国婴童品牌百强评选奶粉榜提名 345
- 第三节 美赞臣 346
- 一、赞臣A+早产儿配方奶粉惠及早产宝宝 346
- 二、美赞臣在华建婴儿营养中心 346
- 三、美赞臣举办国际儿科领袖峰会 347
- 四、美赞臣高端品牌攻略分析 348
- 第四节 惠氏 351
- 一、惠氏名列2014最受欢迎婴儿奶粉品牌 351
- 二、惠氏要做婴幼儿配方奶粉第一品牌 351
- 三、惠氏以制药的经验制造奶粉 352
- 四、惠氏为幼儿打造“乐动天赋”新年音乐会 353
- 第五节 雀巢 354
- 一、雀巢高价收购惠氏 354
- 二、雀巢益生菌奶粉预防婴儿过敏 354
- 三、雀巢奶粉钙及磷含量过低被警告 355
- 四、雀巢在广东投资5亿元扩产食品厂 355
- 第六节 雅培 356
- 一、雅培公司120年成长秘密解析 356
- 二、雅培全球召回折射中国网购弊端 357
- 三、雅培启动家庭科教公益项目 358
- 第七节 伊利 359
- 一、伊利在上海“SAIL CHINA”获得九大奖项 359
- 二、伊利用专利数据诠释创新精神 359

- 三、伊利全面启动品牌升级 360
- 四、伊利11亿元新西兰婴儿奶粉项目获批 360
- 第八节 蒙牛 361
  - 一、蒙牛国内市场的优势进一步扩大 361
  - 二、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场 361
  - 三、蒙牛31.8亿港元收购现代牧业股份 362
  - 四、蒙牛用科技实力提升品牌竞争力 362
- 第九节 完达山 363
  - 一、完达山奶粉实现功能细分 363
  - 二、完达山打造绿色奶源基地 363
  - 三、完达山乳业迎来高速发展期 364
  - 四、“完达山”2014年度品牌荣耀 366
- 第十节 圣元 367
  - 一、圣元抓牢质量关赢得市场 367
  - 二、圣元乳业打造百年民族品牌 367
  - 三、圣元优博奶粉以高端质量得到广泛赞誉 369
- 第十三章 2014年中国婴幼儿奶粉营销分析 371
- 第一节 2014年国产婴幼儿奶粉市场营销分析 371
  - 一、婴幼儿奶粉主流品牌营销模式分析 371
  - 二、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题 372
  - 三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析 374
  - 四、消费者教育与口碑传播营销策略 376
- 第二节 2014年中国婴儿食品广告投放分析 378
  - 一、婴幼儿食品广告投放整体状况 378
  - 二、婴幼儿食品广告投放特点分析 379
  - 三、婴儿奶粉广告投放分析 382
- 第三节 2014年中国婴幼儿奶粉中的4P营销分析 383
  - 一、产品和需求 383
  - 二、价格和价值 383
  - 三、渠道和方便性 384
  - 四、促销和传播 385
  - 五、以产品为中心到以需求为中心 386
  - 六、奶粉新营销组合因素的产生 386
- 第四节 2014年中国婴幼儿奶粉市场协同营销分析 387
  - 一、协同营销的紧迫性 387

- 二、协同营销的优势 388
- 三、协同营销的前提 388
- 四、协同营销的市场影响 389
- 第五节 2014年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式 389
  - 一、差异化营销 389
  - 二、数据库营销 389
  - 三、整合式营销 389
- 第六节 2014年国产品牌婴幼儿奶粉营销策略选择 390
  - 一、加强品质管理提高产品质量 390
  - 二、进行市场细分占领农村市场 390
  - 三、通过整合营销突出品牌个性 391
  - 四、重视医务渠道建设抢占市场先机 391
  - 五、做好深度分销重视促销和人性化管理 392
- 第十四章 2014中国婴幼儿奶粉负面事件影响分析 393
  - 第一节 三聚氰胺事件分析 393
    - 一、三鹿婴幼儿奶粉三聚氰胺超标 393
    - 二、22家企业婴幼儿奶粉检出三聚氰胺 393
    - 三、伊利VS蒙牛回应“毒奶粉”事件 395
    - 四、三聚氰胺使国内乳业巨头损失惨重 395
  - 第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件 396
    - 一、“空壳奶粉”与“大头娃娃” 396
    - 二、安徽阜阳劣质奶粉事件概况 396
    - 三、阜阳劣质奶粉事件各方应对措施 397
    - 四、安徽阜阳劣质奶粉事件调查结果 399
  - 第三节 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件 400
    - 一、雀巢奶粉重金属含量执行双重标准 400
    - 二、美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉 400
    - 三、雅培公司召回500万罐问题奶粉 401
    - 四、美素丽儿奶粉造假案 401
    - 五、新西兰乳制品被检出双氰胺 403
  - 第四节 婴幼儿奶粉其他不合格事件 403
    - 一、三种婴儿奶粉磷钙铁锌严重低于标准含量 403
    - 二、婴幼儿乳粉三成不合格 405
    - 三、婴幼儿奶粉营养强化剂不达标 405
    - 四、邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌 405

## 第十五章 2014年中国奶粉行业重点企业分析 407

### 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 407

- 一、企业基本情况 407
- 二、企业经营情况分析 407
- 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 413

- 一、企业基本情况 413
- 二、企业生产情况分析 414
- 三、企业经营情况分析 416
- 四、企业经济指标分析 417
- 五、企业盈利能力分析 418
- 六、企业偿债能力分析 418
- 七、企业运营能力分析 418
- 八、企业成本费用分析 419

### 第三节 光明乳业股份有限公司 420

- 一、企业基本情况 420
- 二、企业经营情况分析 420
- 三、企业经济指标分析 421
- 四、企业盈利能力分析 422
- 五、企业偿债能力分析 422
- 六、企业运营能力分析 423
- 七、企业成本费用分析 423
- 八、企业发展前景展望 424

### 第四节 圣元营养食品有限公司 425

- 一、企业基本情况 425
- 二、企业主要产品分析 426
- 三、企业经济指标分析 426
- 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 429

## 第五节 澳优乳业股份有限公司 429

- 一、企业基本情况 429
- 二、企业产品及业务情况 430
- 三、企业主要经济指标 431
- 四、企业在华情况介绍 432

## 第六节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 433

- 一、企业基本情况 433
- 二、企业经营情况分析 433
- 三、企业经济指标分析 434
- 四、企业盈利能力分析 435
- 五、企业偿债能力分析 435
- 六、企业运营能力分析 435
- 七、企业成本费用分析 436

## 第七节 American Dairy (飞鹤乳业) 436

- 一、企业基本情况 436
- 二、企业经济指标分析 437
- 三、企业运营指标分析 437
- 四、企业发展情况分析 437
- 五、企业发展战略分析 438

## 第八节 Mead Johnson Nutrition (美赞臣) 439

- 一、美赞臣公司简介 439
- 二、企业经济指标分析 439
- 三、企业运营指标分析 440
- 四、企业发展优势分析 440
- 五、企业中国公司介绍 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 441
- 二、企业主要经济指标 442
- 三、企业偿债能力分析 443
- 四、企业盈利能力分析 443
- 五、企业运营能力分析 444
- 六、企业发展优势分析 444
- 七、企业发展情况分析 447

## 第十节 广州市合生元生物制品有限公司 448

- 一、企业基本情况 448

- 二、企业经营情况分析 448
- 三、企业经济指标分析 449
- 四、企业盈利能力分析 450
- 五、企业偿债能力分析 450
- 六、企业运营能力分析 450
- 七、企业成本费用分析 451
- 第十一节 哈尔滨太子乳品工业有限公司 452
  - 一、企业基本情况 452
  - 二、企业主要经济指标 452
  - 三、企业偿债能力分析 453
  - 四、企业盈利能力分析 454
  - 五、企业运营能力分析 454
- 第十二节 黑龙江雅士利乳业有限公司 455
  - 一、企业基本情况 455
  - 二、企业主要经济指标 455
  - 三、企业偿债能力分析 456
  - 四、企业盈利能力分析 456
  - 五、企业运营能力分析 457
- 第十三节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司 457
  - 一、企业基本情况 457
  - 二、企业主要经济指标 458
  - 三、企业偿债能力分析 459
  - 四、企业盈利能力分析 459
  - 五、企业运营能力分析 460
- 第十四节 上海惠氏营养品有限公司 460
  - 一、企业基本情况 460
  - 二、企业主要经济指标 461
  - 三、企业偿债能力分析 462
  - 四、企业盈利能力分析 462
  - 五、企业运营能力分析 463
- 第十五节 江西美庐乳业有限公司 464
  - 一、企业基本情况 464
  - 二、企业主要经济指标 464
  - 三、企业偿债能力分析 465
  - 四、企业盈利能力分析 466

- 五、企业运营能力分析 466
- 六、企业生产情况分析 467
- 第十六节 雅培贸易（上海）有限公司 467
  - 一、企业基本情况 467
  - 二、企业生产情况分析 468
  - 三、企业主要经济指标 469
  - 四、雅培中国公司介绍 469
- 第十六章 2015-2020年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析 472
  - 第一节 2015-2020年中国婴幼儿奶粉行业前景分析 472
    - 一、未来五年，行业复合增长率预计将达到15% 472
    - 二、行业前十大集中度有望提高到80%以上 473
    - 三、国产龙头企业将受益于本土渠道优势和品牌修复 474
  - 第二节 2015-2020年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势 477
    - 一、政府对行业的政策支持力度加大 477
    - 二、农村市场将成为争夺重点 477
    - 三、市场将出现高端混战 477
    - 四、市场竞争下行业购并不可避免 478
    - 五、婴幼儿奶粉“无香”是大趋势 478
  - 第三节 2015-2020年中国奶粉企业进军高端市场策略分析 479
    - 一、目标市场的重新审视 479
    - 二、品牌架构的重新审视 479
    - 三、品牌内涵的重新审视 479
    - 四、产品创新的重新审视 480
    - 五、品牌传播的重新审视 481
    - 六、渠道管理的重新审视 482
  - 第四节 2015-2020年中国婴幼儿奶粉市场规模预测 484
    - 一、2015-2020年中国婴幼儿奶粉零售量预测分析 484
    - 二、2015-2020年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测 484
    - 三、2015-2020年中国标准配方奶粉零售规模预测 485
    - 四、2015-2020年中国后续配方奶粉零售规模预测 485
    - 五、2015-2020年中国幼儿配方奶粉零售规模预测 486
- 第十七章 2015-2020年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究 487
  - 第一节 2013-2014年中国婴幼儿奶粉投资概况 487
    - 一、2012年雀巢天价收购惠氏 487
    - 二、2012年辉山婴幼儿奶粉基地投资概况 487

三、2012年伊利公告购买新西兰大洋洲乳业有限公司100%股权 488

四、2013年雅士利宣布投资11亿元新西兰建厂 489

五、贝因美拟投资2000万欧元在爱尔兰设立全资子公司 489

四、未来中国婴幼儿奶粉业投资环境分析 490

第二节 2015-2020年中国奶粉业市场投资机会分析 490

一、中国已经成为世界奶粉消费大国 490

二、中国婴幼儿奶粉投资潜力分析 490

三、高端市场的投资机会分析 491

四、与产业链相关的投资机会分析 492

第三节 2015-2020年中国婴幼儿奶粉投资风险预警 492

一、宏观调控风险 492

二、产业政策风险 493

三、市场竞争风险 493

四、产品质量风险 493

五、成本价格风险 494

第四节 2015-2020年中国婴幼儿奶粉行业投资建议 494

一、婴幼儿奶粉SWOT分析 494

二、适时进军高端奶粉市场 495

三、二三线城市还有待开发 495

图表目录：

图表 1 婴幼儿奶粉分段及使用年龄 34

图表 2 婴幼儿配方奶粉分类(按照适用对象不同分) 35

图表 3 常用西方配方奶粉分类 36

图表 4 婴幼儿配方奶粉的几个重要指标 40

图表 5 2014年国内生产总值构成及增长速度统计 47

图表 6 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 48

图表 7 2006-2013年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 49

图表 8 2014年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 49

图表 9 2014年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 50

图表 10 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 51

图表 11 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 51

图表 12 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 53

图表 13 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 53

图表 14 2009-2014年农村居民人均纯收入及增长趋势图 54

图表 15 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 54

- 图表 16 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图 55
- 图表 17 2014年中国货物进出口总额及其增长速度 55
- 图表 18 乳制品和婴幼儿食品标准 57
- 图表 19 奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标 77
- 图表 20 2014年中国人口数量及其构成情况 78
- 图表 21 2006-2014年中国人口数量变化趋势图 79
- 图表 22 2006-2014年中国人口分地区分布状况 79
- 图表 23 2014年中国人口地区分布结构 80
- 图表 24 2006-2014年中国人口分省市分布状况 80
- 图表 25 2005-2014年中国人口出生率、死亡率和自然增长率统计 81
- 图表 26 2005-2014年中国人口出生率状况 82
- 图表 27 2005-2014年中国人口死亡率状况 82
- 图表 28 2005-2014年中国人口自然增长率状况 82
- 图表 29 2006-2014年中国婴幼儿总人数统计 83
- 图表 30 2002-2014年中国奶类及牛奶产量情况统计 83
- 图表 31 2009-2014年中国奶类产品产量趋势图 84
- 图表 32 2009-2014年中国牛奶产量趋势图 84
- 图表 33 2014年中国乳制品行业经济指标统计 85
- 图表 34 2014年中国乳制品行业前五省区企业数量排名 86
- 图表 35 2014年中国乳制品行业前五省区资产总计排名 86
- 图表 36 2014年中国乳制品行业前五省区销售收入排名 86
- 图表 37 2014年中国乳制品行业前五省区利润总额排名 87
- 图表 38 2006-2014年乳制品产量增长趋势图 87
- 图表 39 2009-2014年液体奶产量增长趋势图 88
- 图表 40 2009-2014年中国主要省区乳制品产量情况统计 88
- 图表 41 2014年内蒙古乳制品制造行业经济指标统计 89
- 图表 42 2009-2014年内蒙古乳制品产量统计 90
- 图表 43 2014年黑龙江乳制品制造行业经济指标统计 91
- 图表 44 2009-2014年黑龙江乳制品产量统计 92
- 图表 45 2014年山东省乳制品制造行业经济指标统计 92
- 图表 46 2009-2014年山东省乳制品产量统计 93
- 图表 47 2014年陕西省乳制品制造行业经济指标统计 94
- 图表 48 2009-2014年陕西省乳制品产量统计 95
- 图表 49 2014年广东省乳制品制造行业经济指标统计 95
- 图表 50 2009-2014年广东省乳制品产量统计 96

- 图表 51 2014年河南省乳制品制造行业经济指标统计 97
- 图表 52 2009-2014年河南省乳制品产量统计 98
- 图表 53 2014年江苏省乳制品制造行业经济指标统计 98
- 图表 54 2009-2014年江苏省乳制品产量统计 99
- 图表 55 符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌 101
- 图表 56 2009-2014年中国奶粉产量增长趋势图 102
- 图表 57 消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况 125
- 图表 58 消费者选用品牌的因素分析 126
- 图表 59 消费者对婴儿配方奶粉作用关注情况 127
- 图表 60 消费者购买婴儿配方奶粉的途径分析 127
- 图表 61 消费者对婴儿配方奶粉的了解途径 128
- 图表 62 消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况 128
- 图表 63 2009-2014年中国婴幼儿食品零售规模及增长趋势 130
- 图表 64 2014年婴幼儿食品零售额中婴幼儿奶粉占比 130
- 图表 65 2009-2014年中国婴幼儿配方奶粉零售量及增长趋势 131
- 图表 66 2009-2014年中国婴幼儿配方奶粉零售规模及增长趋势 131
- 图表 67 2005-2014年中国婴幼儿奶粉进口量值表 132
- 图表 68 2005-2014年中国婴幼儿奶粉出口量值表 132
- 图表 69 2014年中国婴幼儿配方奶粉市场结构 134
- 图表 70 2009-2014年中国标准婴儿配方奶粉零售规模趋势图 134
- 图表 71 2009-2014年中国幼儿配方奶粉零售规模趋势图 135
- 图表 72 2009-2014年中国后续配方奶粉零售规模趋势图 135
- 图表 73 2009-2014年中国婴幼儿奶粉主要生产厂家市场份额统计 145
- 图表 74 2014年中国婴幼儿奶粉主要生产厂家竞争格局 146
- 图表 75 2009-2014年中国婴幼儿奶粉主要品牌市场占有率 146
- 图表 76 中国婴幼儿奶粉主要品牌竞争格局 147
- 图表 77 2014年奶粉品牌关注度排行 151
- 图表 78 2013-2014年奶粉品牌关注度排行 151
- 图表 79 2014年奶粉行业品牌属性关注度 152
- 图表 80 2014年进口奶粉品牌关注度排行 153
- 图表 81 2013-2014年进口奶粉品牌关注度排行 153
- 图表 82 2014年国产奶粉品牌关注度排行 154
- 图表 83 2013-2014年国产奶粉品牌关注度排行 154
- 图表 84 多美滋金装多乐加一段奶粉消费者购买渠道 157
- 图表 85 多美滋金装多乐加一段奶粉消费者购买频率 158

- 图表 86 多美滋金装多乐加一段奶粉购买者收入水平 158
- 图表 87 多美滋金装多乐加一段奶粉购买人群消费比重 159
- 图表 88 多美滋金装多乐加一段奶粉产品包装性能分析 159
- 图表 89 多美滋金装多乐加一段奶粉产品竞争力分析 160
- 图表 90 多美滋金装多乐加一段奶粉营养成分分析 161
- 图表 91 多美滋金装多乐加一段奶粉粉质分析 161
- 图表 92 多美滋金装多乐加一段奶粉粘稠度分析 162
- 图表 93 多美滋金装多乐加一段奶粉易溶性分析 162
- 图表 94 多美滋金装多乐加一段奶粉口感分析 163
- 图表 95 多美滋金装多乐加一段奶粉性价比分析 163
- 图表 96 多美滋金装多乐加一段奶粉优势分析 164
- 图表 97 惠氏金装爱尔乐一段奶粉消费者购买渠道 165
- 图表 98 惠氏金装爱尔乐一段奶粉消费者购买频率 165
- 图表 99 惠氏金装爱尔乐一段奶粉购买者收入水平 166
- 图表 100 惠氏金装爱尔乐一段奶粉购买人群消费比重 166
- 图表 101 惠氏金装爱尔乐一段奶粉产品包装性能分析 167
- 图表 102 惠氏金装爱尔乐一段奶粉产品竞争力分析 168
- 图表 103 惠氏金装爱尔乐一段奶粉营养成分分析 168
- 图表 104 惠氏金装爱尔乐一段奶粉粉质分析 169
- 图表 105 惠氏金装爱尔乐一段奶粉粘稠度分析 169
- 图表 106 惠氏金装爱尔乐一段奶粉易溶性分析 170
- 图表 107 惠氏金装爱尔乐一段奶粉口感分析 170
- 图表 108 惠氏金装爱尔乐一段奶粉性价比分析 171
- 图表 109 惠氏金装爱尔乐一段奶粉优势分析 171
- 图表 110 美赞臣安婴儿A+1段奶粉消费者购买渠道 172
- 图表 111 美赞臣安婴儿A+1段奶粉消费者购买频率 172
- 图表 112 美赞臣安婴儿A+1段奶粉购买者收入水平 173
- 图表 113 美赞臣安婴儿A+1段奶粉购买人群消费比重 174
- 图表 114 美赞臣安婴儿A+1段奶粉产品包装性能分析 174
- 图表 115 美赞臣安婴儿A+1段奶粉产品竞争力分析 175
- 图表 116 美赞臣安婴儿A+1段奶粉营养成分分析 176
- 图表 117 美赞臣安婴儿A+1段奶粉粉质分析 176
- 图表 118 美赞臣安婴儿A+1段奶粉粘稠度分析 177
- 图表 119 美赞臣安婴儿A+1段奶粉易溶性分析 177
- 图表 120 美赞臣安婴儿A+1段奶粉口感分析 178

- 图表 121 美赞臣安婴儿A+1段奶粉性价比分析 178
- 图表 122 美赞臣安婴儿A+1段奶粉优势分析 179
- 图表 123 伊利婴儿配方一段奶粉消费者购买渠道 179
- 图表 124 伊利婴儿配方一段奶粉消费者购买频率 180
- 图表 125 伊利婴儿配方一段奶粉购买者收入水平 180
- 图表 126 伊利婴儿配方一段奶粉购买人群消费比重 181
- 图表 127 伊利婴儿配方一段奶粉产品包装性能分析 182
- 图表 128 伊利婴儿配方一段奶粉产品竞争力分析 182
- 图表 129 伊利婴儿配方一段奶粉营养成分分析 183
- 图表 130 伊利婴儿配方一段奶粉粉质分析 183
- 图表 131 伊利婴儿配方一段奶粉粘稠度分析 184
- 图表 132 伊利婴儿配方一段奶粉易溶性分析 184
- 图表 133 伊利婴儿配方一段奶粉口感分析 185
- 图表 134 伊利婴儿配方一段奶粉性价比分析 185
- 图表 135 伊利婴儿配方一段奶粉优势分析 186
- 图表 136 雀巢能恩金盾1段奶粉消费者购买渠道 186
- 图表 137 雀巢能恩金盾1段奶粉消费者购买频率 187
- 图表 138 雀巢能恩金盾1段奶粉购买者收入水平 187
- 图表 139 雀巢能恩金盾1段奶粉购买人群消费比重 188
- 图表 140 雀巢能恩金盾1段奶粉产品包装性能分析 188
- 图表 141 雀巢能恩金盾1段奶粉产品竞争力分析 189
- 图表 142 雀巢能恩金盾1段奶粉营养成分分析 190
- 图表 143 雀巢能恩金盾1段奶粉粉质分析 190
- 图表 144 雀巢能恩金盾1段奶粉粘稠度分析 191
- 图表 145 雀巢能恩金盾1段奶粉易溶性分析 191
- 图表 146 雀巢能恩金盾1段奶粉口感分析 192
- 图表 147 雀巢能恩金盾1段奶粉性价比分析 192
- 图表 148 雀巢能恩金盾1段奶粉优势分析 193
- 图表 149 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉消费者购买渠道 193
- 图表 150 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉消费者购买频率 194
- 图表 151 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉购买者收入水平 194
- 图表 152 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉购买人群消费比重 195
- 图表 153 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉产品包装性能分析 196
- 图表 154 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉产品竞争力分析 196
- 图表 155 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉营养成分分析 197

- 图表 156 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉粉质分析 197
- 图表 157 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉粘稠度分析 198
- 图表 158 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉易溶性分析 198
- 图表 159 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉口感分析 199
- 图表 160 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉性价比分析 199
- 图表 161 贝因美冠军宝贝幼童成长奶粉优势分析 200
- 图表 162 雅培金装幼儿喜康力奶粉消费者购买渠道 201
- 图表 163 雅培金装幼儿喜康力奶粉消费者购买频率 201
- 图表 164 雅培金装幼儿喜康力奶粉购买者收入水平 202
- 图表 165 雅培金装幼儿喜康力奶粉购买人群消费比重 202
- 图表 166 雅培金装幼儿喜康力奶粉产品包装性能分析 203
- 图表 167 雅培金装幼儿喜康力奶粉产品竞争力分析 204
- 图表 168 雅培金装幼儿喜康力奶粉营养成分分析 204
- 图表 169 雅培金装幼儿喜康力奶粉粉质分析 205
- 图表 170 雅培金装幼儿喜康力奶粉粘稠度分析 205
- 图表 171 雅培金装幼儿喜康力奶粉易溶性分析 206
- 图表 172 雅培金装幼儿喜康力奶粉口感分析 206
- 图表 173 雅培金装幼儿喜康力奶粉性价比分析 207
- 图表 174 雅培金装幼儿喜康力奶粉优势分析 207
- 图表 175 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉消费者购买渠道 208
- 图表 176 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉消费者购买频率 208
- 图表 177 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉购买者收入水平 209
- 图表 178 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉购买人群消费比重 210
- 图表 179 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉产品包装性能分析 210
- 图表 180 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉产品竞争力分析 211
- 图表 181 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉营养成分分析 211
- 图表 182 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉粉质分析 212
- 图表 183 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉粘稠度分析 212
- 图表 184 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉易溶性分析 213
- 图表 185 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉口感分析 213
- 图表 186 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉性价比分析 214
- 图表 187 飞鹤飞帆1段婴儿奶粉优势分析 214
- 图表 188 圣元优博婴儿配方奶粉消费者购买渠道 215
- 图表 189 圣元优博婴儿配方奶粉消费者购买频率 215
- 图表 190 圣元优博婴儿配方奶粉购买者收入水平 216

- 图表 191 圣元优博婴儿配方奶粉购买人群消费比重 217
- 图表 192 圣元优博婴儿配方奶粉产品包装性能分析 217
- 图表 193 圣元优博婴儿配方奶粉产品竞争力分析 218
- 图表 194 圣元优博婴儿配方奶粉营养成分分析 218
- 图表 195 圣元优博婴儿配方奶粉粉质分析 219
- 图表 196 圣元优博婴儿配方奶粉粘稠度分析 219
- 图表 197 圣元优博婴儿配方奶粉易溶性分析 220
- 图表 198 圣元优博婴儿配方奶粉口感分析 220
- 图表 199 圣元优博婴儿配方奶粉性价比分析 221
- 图表 200 圣元优博婴儿配方奶粉优势分析 221
- 图表 201 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉消费者购买渠道 222
- 图表 202 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉消费者购买频率 223
- 图表 203 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉购买者收入水平 223
- 图表 204 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉购买人群消费比重 224
- 图表 205 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉产品包装性能分析 224
- 图表 206 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉产品竞争力分析 225
- 图表 207 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉营养成分分析 226
- 图表 208 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉粉质分析 226
- 图表 209 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉粘稠度分析 227
- 图表 210 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉易溶性分析 227
- 图表 211 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉口感分析 228
- 图表 212 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉性价比分析 228
- 图表 213 光明金装优幼婴儿配方1段奶粉优势分析 229
- 图表 214 合生元金装婴儿配方1段奶粉消费者购买渠道 229
- 图表 215 合生元金装婴儿配方1段奶粉消费者购买频率 230
- 图表 216 合生元金装婴儿配方1段奶粉购买者收入水平 230
- 图表 217 合生元金装婴儿配方1段奶粉购买人群消费比重 231
- 图表 218 合生元金装婴儿配方1段奶粉产品包装性能分析 232
- 图表 219 合生元金装婴儿配方1段奶粉产品竞争力分析 232
- 图表 220 合生元金装婴儿配方1段奶粉营养成分分析 233
- 图表 221 合生元金装婴儿配方1段奶粉粉质分析 233
- 图表 222 合生元金装婴儿配方1段奶粉粘稠度分析 234
- 图表 223 合生元金装婴儿配方1段奶粉易溶性分析 234
- 图表 224 合生元金装婴儿配方1段奶粉口感分析 235
- 图表 225 合生元金装婴儿配方1段奶粉性价比分析 235

- 图表 226 合生元金装婴儿配方1段奶粉优势分析 236
- 图表 227 雅士利金装一段奶粉消费者购买渠道 236
- 图表 228 雅士利金装一段奶粉消费者购买频率 237
- 图表 229 雅士利金装一段奶粉购买者收入水平 237
- 图表 230 雅士利金装一段奶粉购买人群消费比重 238
- 图表 231 雅士利金装一段奶粉产品包装性能分析 239
- 图表 232 雅士利金装一段奶粉产品竞争力分析 239
- 图表 233 雅士利金装一段奶粉营养成分分析 240
- 图表 234 雅士利金装一段奶粉粉质分析 240
- 图表 235 雅士利金装一段奶粉粘稠度分析 241
- 图表 236 雅士利金装一段奶粉易溶性分析 241
- 图表 237 雅士利金装一段奶粉口感分析 242
- 图表 238 雅士利金装一段奶粉性价比分析 242
- 图表 239 雅士利金装一段奶粉优势分析 243
- 图表 240 澳优新金装健儿优奶粉消费者购买渠道 243
- 图表 241 澳优新金装健儿优奶粉消费者购买频率 244
- 图表 242 澳优新金装健儿优奶粉购买者收入水平 244
- 图表 243 澳优新金装健儿优奶粉购买人群消费比重 245
- 图表 244 澳优新金装健儿优奶粉产品包装性能分析 245
- 图表 245 澳优新金装健儿优奶粉产品竞争力分析 246
- 图表 246 澳优新金装健儿优奶粉营养成分分析 247
- 图表 247 澳优新金装健儿优奶粉粉质分析 247
- 图表 248 澳优新金装健儿优奶粉粘稠度分析 248
- 图表 249 澳优新金装健儿优奶粉易溶性分析 248
- 图表 250 澳优新金装健儿优奶粉口感分析 249
- 图表 251 澳优新金装健儿优奶粉性价比分析 249
- 图表 252 澳优新金装健儿优奶粉优势分析 250
- 图表 253 金摇篮一段奶粉消费者购买渠道 250
- 图表 254 金摇篮一段奶粉消费者购买频率 251
- 图表 255 金摇篮一段奶粉购买者收入水平 251
- 图表 256 金摇篮一段奶粉购买人群消费比重 252
- 图表 257 金摇篮一段奶粉产品包装性能分析 253
- 图表 258 金摇篮一段奶粉产品竞争力分析 253
- 图表 259 金摇篮一段奶粉营养成分分析 254
- 图表 260 金摇篮一段奶粉粉质分析 254

- 图表 261 金摇篮一段奶粉粘稠度分析 255
- 图表 262 金摇篮一段奶粉易溶性分析 255
- 图表 263 金摇篮一段奶粉口感分析 256
- 图表 264 金摇篮一段奶粉性价比分析 256
- 图表 265 金摇篮一段奶粉优势分析 257
- 图表 266 2009-2013年中国奶粉进口数量统计 258
- 图表 267 2009-2014年中国奶粉进口金额统计 258
- 图表 268 2009-2014年中国奶粉进口金额增长趋势图 259
- 图表 269 2009-2014年中国奶粉出口数量统计 259
- 图表 270 2009-2014年中国奶粉出口金额统计 260
- 图表 271 2009-2014年中国奶粉出口金额增长趋势图 260
- 图表 272 2009-2014年中国奶粉进出口均价情况 260
- 图表 273 2009-2014年中国奶粉进出口均价趋势图 261
- 图表 274 2013年中国奶粉进口来源地情况 261
- 图表 275 2013年中国奶粉进口来源地结构分布图 262
- 图表 276 2014年中国奶粉进口来源地情况 262
- 图表 277 2014年中国奶粉进口来源地结构分布图 263
- 图表 278 2013年中国奶粉出口流向情况 263
- 图表 279 2013年中国奶粉出口流向结构分布图 264
- 图表 280 2014年中国奶粉出口流向情况 264
- 图表 281 2014年中国奶粉出口流向结构分布图 264
- 图表 282 奶牛场所有制形式分布 275
- 图表 283 奶牛场建成时间分布 276
- 图表 284 奶牛场规模分布 277
- 图表 285 奶牛场成母牛的比重及分布 277
- 图表 286 奶牛场单产分布 278
- 图表 287 15个省(区、市)规模奶牛场平均单产水平的区间范围 278
- 图表 288 奶牛场挤奶方式分布 279
- 图表 289 苜蓿、青贮、羊草价格情况 280
- 图表 290 奶牛场临床型乳房炎发病情况 281
- 图表 291 原料奶乳脂率的分布情况 282
- 图表 292 原料奶乳蛋白率的分布情况 283
- 图表 293 原料奶细菌总数的分布情况 283
- 图表 294 原料奶体细胞数的分布情况 283
- 图表 295 奶牛场原料奶收购价格情况 284

- 图表 296 奶牛场直接饲养成本和完全饲养成本情况 285
- 图表 297 中国35大城市婴幼儿奶粉市场需求总体状况 288
- 图表 298 中国35大城市婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 289
- 图表 299 中国35大城市消费者家庭婴幼儿最经常食用婴幼儿奶粉品牌情况 289
- 图表 300 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的品牌观 290
- 图表 301 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的广告观 290
- 图表 302 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的购物投资观 291
- 图表 303 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的饮食生活观 291
- 图表 304 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的个性时尚观 292
- 图表 305 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的工作成就观 292
- 图表 306 中国婴幼儿奶粉消费者家庭的科技环保观 293
- 图表 307 中国婴幼儿奶粉消费者家庭参加体育运动所占份额 293
- 图表 308 中国婴幼儿奶粉消费者家庭参加休闲活动所占份额 294
- 图表 309 中国北京婴幼儿奶粉市场需求总体状况 295
- 图表 310 北京婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 295
- 图表 311 北京消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 296
- 图表 312 天津婴幼儿奶粉市场需求总体状况 296
- 图表 313 天津婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 296
- 图表 314 天津消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 297
- 图表 315 太原婴幼儿奶粉市场需求总体状况 297
- 图表 316 太原婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 298
- 图表 317 太原消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 298
- 图表 318 哈尔滨婴幼儿奶粉市场需求总体状况 299
- 图表 319 哈尔滨婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 299
- 图表 320 哈尔滨消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 299
- 图表 321 长春婴幼儿奶粉市场需求总体状况 300
- 图表 322 长春婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 300
- 图表 323 长春消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 301
- 图表 324 沈阳婴幼儿奶粉市场需求总体状况 301
- 图表 325 沈阳婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 302
- 图表 326 沈阳消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 302
- 图表 327 大连婴幼儿奶粉市场需求总体状况 303
- 图表 328 大连婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 303
- 图表 329 大连消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 303
- 图表 330 济南婴幼儿奶粉市场需求总体状况 304

- 图表 331 济南婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 304
- 图表 332 济南消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 305
- 图表 333 青岛婴幼儿奶粉市场需求总体状况 305
- 图表 334 青岛婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 305
- 图表 335 青岛消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 306
- 图表 336 南京婴幼儿奶粉市场需求总体状况 306
- 图表 337 南京婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 307
- 图表 338 南京消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 307
- 图表 339 苏州婴幼儿奶粉市场需求总体状况 308
- 图表 340 苏州婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 308
- 图表 341 苏州消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 308
- 图表 342 上海婴幼儿奶粉市场需求总体状况 309
- 图表 343 上海婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 309
- 图表 344 上海消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 310
- 图表 345 杭州婴幼儿奶粉市场需求总体状况 310
- 图表 346 杭州婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 311
- 图表 347 杭州消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 311
- 图表 348 宁波婴幼儿奶粉市场需求总体状况 312
- 图表 349 宁波婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 312
- 图表 350 宁波消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 312
- 图表 351 福州婴幼儿奶粉市场需求总体状况 313
- 图表 352 福州婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 313
- 图表 353 福州消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 314
- 图表 354 厦门婴幼儿奶粉市场需求总体状况 314
- 图表 355 厦门婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 315
- 图表 356 厦门消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 315
- 图表 357 合肥婴幼儿奶粉市场需求总体状况 316
- 图表 358 合肥婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 316
- 图表 359 合肥消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 316
- 图表 360 南昌婴幼儿奶粉市场需求总体状况 317
- 图表 361 南昌婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 317
- 图表 362 南昌消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 318
- 图表 363 郑州婴幼儿奶粉市场需求总体状况 318
- 图表 364 郑州婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 318
- 图表 365 郑州消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 319

- 图表 366 长沙婴幼儿奶粉市场需求总体状况 319
- 图表 367 长沙婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 320
- 图表 368 长沙消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 320
- 图表 369 武汉婴幼儿奶粉市场需求总体状况 321
- 图表 370 武汉婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 321
- 图表 371 武汉消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 321
- 图表 372 广州婴幼儿奶粉市场需求总体状况 322
- 图表 373 广州婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 322
- 图表 374 广州消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 323
- 图表 375 深圳婴幼儿奶粉市场需求总体状况 323
- 图表 376 深圳婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 323
- 图表 377 深圳消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 324
- 图表 378 佛山婴幼儿奶粉市场需求总体状况 324
- 图表 379 佛山婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 325
- 图表 380 佛山消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 325
- 图表 381 南宁婴幼儿奶粉市场需求总体状况 326
- 图表 382 南宁婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 326
- 图表 383 南宁消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 326
- 图表 384 海口婴幼儿奶粉市场需求总体状况 327
- 图表 385 海口婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 327
- 图表 386 海口消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 327
- 图表 387 成都婴幼儿奶粉市场需求总体状况 328
- 图表 388 成都婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 328
- 图表 389 成都消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 329
- 图表 390 重庆婴幼儿奶粉市场需求总体状况 329
- 图表 391 重庆婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 330
- 图表 392 重庆消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 330
- 图表 393 昆明婴幼儿奶粉市场需求总体状况 331
- 图表 394 昆明婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 331
- 图表 395 昆明消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 331
- 图表 396 西安婴幼儿奶粉市场需求总体状况 332
- 图表 397 西安婴幼儿奶粉品牌渗透率总体情况 332
- 图表 398 西安消费者家庭婴幼儿最经常食用的婴幼儿奶粉品牌总体情况 333
- 图表 399 主要品牌婴幼儿奶粉饮用次数对比（900g） 336
- 图表 400 圆桶形量匙对比图 337

- 图表 401 碗型量匙对比图 337
- 图表 402 惠氏和南山婴幼儿奶粉粉质比较 338
- 图表 403 美素佳儿与雀巢奶粉粉质比较 339
- 图表 404 主要品牌婴儿配方奶粉营养成分数据对比表 339
- 图表 405 主要品牌婴幼儿奶粉营养密度对比 341
- 图表 406 水温与水量图 342
- 图表 407 奶粉易溶性测试方法 342
- 图表 408 低价位不合格奶粉名单 343
- 图表 409 选择奶粉和米粉的家庭情况 373
- 图表 410 婴幼儿奶粉在各城市的渗透率 374
- 图表 411 上海市0-3岁婴幼儿家庭教养者比例 375
- 图表 412 隔代教育家庭幼儿11个身心项目平均值比较 375
- 图表 413 2009-2014年婴幼儿食品广告投放额增长趋势图 378
- 图表 414 婴幼儿食品分区广告投放情况 379
- 图表 415 婴幼儿食品分媒体类型广告投放金额及同比增长率 380
- 图表 416 婴幼儿食品电视频道级别广告投放情况 380
- 图表 417 婴幼儿食品广告投放节目类型选择情况 381
- 图表 418 婴幼儿食品广告投放时间段选择情况 381
- 图表 419 婴幼儿奶粉前十品牌广告投放金额及同比增长率 382
- 图表 420 婴幼儿食品前十品牌广告投放金额及同比增长率 382
- 图表 421 三聚氰胺检出企业和产品名称 394
- 图表 422 美素丽儿奶粉事件关联图 402
- 图表 423 健儿粉不合格项目一览表 404
- 图表 424 “爽口福”牌宝宝营养米粉不合格项目一览表 404
- 图表 425 月圆牌健儿粉不合格项目一览表 404
- 图表 426 2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司分行业分产品情况表 408
- 图表 427 2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司业务结构情况 409
- 图表 428 2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司分地区情况表 409
- 图表 429 2010-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司收入与利润统计 409
- 图表 430 2010-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产与负债统计 410
- 图表 431 2010-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力情况 410
- 图表 432 2010-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力情况 410
- 图表 433 2010-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力情况 411
- 图表 434 2010-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成本费用统计 411
- 图表 435 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司生产基地位置图 414

- 图表 436 2013-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司分产品情况表 416
- 图表 437 2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司业务结构情况 417
- 图表 438 2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司液体奶业务结构情况 417
- 图表 439 2009-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司收入与利润统计 417
- 图表 440 2009-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司资产与负债统计 418
- 图表 441 2009-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司盈利能力情况 418
- 图表 442 2009-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司偿债能力情况 418
- 图表 443 2009-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司运营能力情况 419
- 图表 444 2009-2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司成本费用统计 419
- 图表 445 2014年内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司成本费用结构图 419
- 图表 446 2014年光明乳业股份有限公司主营业务分产品情况表 421
- 图表 447 2014年光明乳业股份有限公司主营业务结构情况 421
- 图表 448 2014年光明乳业股份有限公司主营业务分地区情况表 421
- 图表 449 2010-2014年光明乳业股份有限公司收入与利润统计 422
- 图表 450 2010-2014年光明乳业股份有限公司资产与负债统计 422
- 图表 451 2010-2014年光明乳业股份有限公司盈利能力情况 422
- 图表 452 2010-2014年光明乳业股份有限公司偿债能力情况 423
- 图表 453 2010-2014年光明乳业股份有限公司运营能力情况 423
- 图表 454 2010-2014年光明乳业股份有限公司成本费用统计 423
- 图表 455 2014年光明乳业股份有限公司成本费用结构图 424
- 图表 456 圣元营养食品有限公司发展历程 425
- 图表 457 圣元营养食品有限公司产品列表 426
- 图表 458 2014年圣元营养食品有限公司资产负债情况 427
- 图表 459 2014年圣元营养食品有限公司盈利情况 427
- 图表 460 2013-2014年圣元营养食品有限公司总收入额对比 427
- 图表 461 2009-2014年圣元营养食品有限公司收入与利润统计 428
- 图表 462 2009-2014年圣元营养食品有限公司资产与负债统计 428
- 图表 463 2009-2014年圣元营养食品有限公司盈利能力情况 428
- 图表 464 2009-2014年圣元营养食品有限公司偿债能力情况 429
- 图表 465 2009-2014年圣元营养食品有限公司运营能力情况 429
- 图表 466 澳优乳业婴幼儿奶粉产品简介 430
- 图表 467 澳优乳业股份有限公司收入与利润统计 431
- 图表 468 澳优乳业股份有限公司资产与负债统计 431
- 图表 469 澳优乳业发展历程介绍 432
- 图表 470 2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司分产品情况表 433

- 图表 471 2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司业务结构情况 434
- 图表 472 2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司分地区情况表 434
- 图表 473 2010-2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司收入与利润统计 434
- 图表 474 2010-2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司资产与负债统计 434
- 图表 475 2010-2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利能力情况 435
- 图表 476 2010-2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司偿债能力情况 435
- 图表 477 2010-2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力情况 435
- 图表 478 2010-2014年浙江贝因美科工贸股份有限公司成本费用统计 436
- 图表 479 2009-2014年黑龙江飞鹤乳业公司资产与负债统计 437
- 图表 480 2009-2014年黑龙江飞鹤乳业公司收入与利润统计 437
- 图表 481 2009-2014年美赞臣公司主要经营指标统计 439
- 图表 482 2009-2014年美赞臣公司主要经营指标统计 440
- 图表 483 黑龙江省完达山乳业股份有限公司资产及负债统计 442
- 图表 484 黑龙江省完达山乳业股份有限公司收入及利润统计 442
- 图表 485 黑龙江省完达山乳业股份有限公司偿债能力统计 443
- 图表 486 黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利能力统计 443
- 图表 487 黑龙江省完达山乳业股份有限公司运营能力统计 444
- 图表 488 2013-2014年广州市合生元生物制品有限公司分行业情况表 449
- 图表 489 2014年广州市合生元生物制品有限公司业务结构情况 449
- 图表 490 2009-2014年广州市合生元生物制品有限公司收入与利润统计 449
- 图表 491 2009-2014年广州市合生元生物制品有限公司资产与负债统计 450
- 图表 492 2009-2014年广州市合生元生物制品有限公司盈利能力情况 450
- 图表 493 2009-2014年广州市合生元生物制品有限公司偿债能力情况 450
- 图表 494 2009-2014年广州市合生元生物制品有限公司运营能力情况 451
- 图表 495 2009-2014年广州市合生元生物制品有限公司成本费用 451
- 图表 496 2014年广州市合生元生物制品有限公司成本费用结构 451
- 图表 497 哈尔滨太子乳品工业有限公司资产及负债统计 452
- 图表 498 哈尔滨太子乳品工业有限公司收入及利润统计 453
- 图表 499 哈尔滨太子乳品工业有限公司偿债能力统计 453
- 图表 500 哈尔滨太子乳品工业有限公司盈利能力统计 454
- 图表 501 哈尔滨太子乳品工业有限公司运营能力统计 454
- 图表 502 黑龙江雅士利乳业有限公司资产及负债统计 455
- 图表 503 黑龙江雅士利乳业有限公司收入及利润统计 456
- 图表 504 黑龙江雅士利乳业有限公司偿债能力统计 456
- 图表 505 黑龙江雅士利乳业有限公司盈利能力统计 457

- 图表 506 黑龙江雅士利乳业有限公司运营能力统计 457
- 图表 507 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司资产及负债统计 458
- 图表 508 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司收入及利润统计 459
- 图表 509 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司偿债能力统计 459
- 图表 510 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司盈利能力统计 460
- 图表 511 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司运营能力统计 460
- 图表 512 上海惠氏营养品有限公司资产及负债统计 461
- 图表 513 上海惠氏营养品有限公司收入及利润统计 462
- 图表 514 上海惠氏营养品有限公司偿债能力统计 462
- 图表 515 上海惠氏营养品有限公司盈利能力统计 463
- 图表 516 上海惠氏营养品有限公司运营能力统计 463
- 图表 517 江西美庐乳业有限公司资产及负债统计 464
- 图表 518 江西美庐乳业有限公司收入及利润统计 465
- 图表 519 江西美庐乳业有限公司偿债能力统计 465
- 图表 520 江西美庐乳业有限公司盈利能力统计 466
- 图表 521 江西美庐乳业有限公司运营能力统计 466
- 图表 522 雅培贸易（上海）有限公司生产产品列表 469
- 图表 523 雅培贸易（上海）有限公司婴幼儿营养品列表 469
- 图表 524 雅培贸易（上海）有限公司发展历程 471
- 图表 525 婴幼儿奶粉行业供需分析结构图 472
- 图表 526 2010-2014年前十大企业市场占有率（零售+母婴渠道） 474
- 图表 527 2009-2014年外资品牌与本土品牌零售渠道市场占有率情况 475
- 图表 528 2009-2014年前五大外资品牌在KA为主的零售渠道的市场占有率 475
- 图表 529 2009-2014年前五大本土品牌零售渠道市场份额 476
- 图表 530 2009-2014年其他本土品牌零售渠道市场份额 476
- 图表 531 各品牌婴幼儿奶粉加香状况 478
- 图表 532 2015-2020年中国婴幼儿奶粉零售量预测趋势图 484
- 图表 533 2015-2020年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测 484
- 图表 534 2015-2020年中国标准配方奶粉零售规模预测 485
- 图表 535 2015-2020年中国后续配方奶粉零售规模预测 486
- 图表 536 2015-2020年中国幼儿配方奶粉零售规模预测 486
- 图表 537 中国奶粉消费人群比例 491
- 图表 538 中国婴幼儿奶粉SWOT分析 494

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/158460.html>