

2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场分析及投资策略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场分析及投资策略研究报告》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/189888.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，中国婴幼儿配方奶粉市场以每年两位数的增长速度迅速发展，取代日本成为全球第二大市场。截止到2014年，我国高端婴幼儿奶粉市场容量已经达到357亿元。国内婴幼儿配方奶粉市场已经抢先被惠氏、雀巢、美赞臣、多美滋、雅培等国际乳业巨头品牌所占据，洋奶粉已占我国高档婴儿配方奶粉市场份额八成以上，并形成较强的品牌优势、渠道优势和产品优势。

随着伊利、飞鹤、光明等国产奶粉巨头纷纷涉足婴幼儿奶粉高端市场，使得高端奶粉市场热闹非凡，婴幼儿配方奶粉高端市场已成为各乳业巨头争夺的焦点。高端奶粉意味着优质的奶源、更高的技术、更科学的配方，本土奶粉企业欲突围高端奶粉市场，将对企业的实力提出严峻的挑战。随着国内企业的不断成长，市场运营管理经验的积累，如果能够有效地缩小与国外品牌在理念、技术、品质等方面的差距，国产奶粉便有望跻身高端市场，与国外乳品企业同台竞技，最终与国外品牌分庭抗礼。

2009-2014年中国高端婴幼儿奶粉市场容量

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 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 2015年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析	47
第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析	47
一、2015年中国GDP增长情况分析	47
二、2015年工业经济发展形势分析	48
三、2015年全社会固定资产投资分析	50
四、2015年社会消费品零售总额分析	52
五、2015年城乡居民收入与消费分析	53
六、2015年对外贸易的发展形势分析	55
第二节 2013-2015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 2015年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析	78
一、2015年中国人口及结构总体情况	78
二、2015年中国人口及地区分布状况	79
三、2015年中国人口出生率情况分析	81
四、2015年中国婴幼儿总数情况分析	82
第四节 2015年中国乳制品产业环境分析	83
一、2015年中国奶类及牛奶产量分析	83
二、2015年中国乳制品行业发展概述	84
三、2006-2015年中国乳制品产量增长分析	87
第五节 2015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 2015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 2015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 2015年中国奶粉市场运行动态分析	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 2013-2015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、2015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、2015年进口乳品新规则及影响	110
第五节 2015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 2015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 2015年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析 120

第一节 2015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 2015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 2013-2015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 2009-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行态势分析 130

第一节 2015年中国婴幼儿奶粉行业发展现状分析 130

一、2015年中国婴幼儿食品市场规模分析 130

二、2015年中国婴幼儿配方奶粉零售量 131

三、2015年中国婴幼儿配方奶粉零售规模 131

四、2015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 2015年中国婴幼儿奶粉细分市场分析 133

一、2015年中国婴幼儿配方奶粉市场结构 133

二、2015年中国标准婴儿配方奶粉零售规模 134

三、2015年中国幼儿配方奶粉零售规模分析 134

四、2015年中国后续配方婴儿奶粉零售规模 135

第三节 2015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 2015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 2015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 2015年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析 142

第一节 2015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 2015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 2015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 2009-2015年中国奶粉行业进出口情况分析 258

第一节 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年中国奶粉进出口均价分析 260

第四节 2013-2015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 2015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 2015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 2015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 2015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”2015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 2015年中国婴幼儿奶粉营销分析 371

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场规模预测 484

- 一、2016-2022年中国婴幼儿奶粉零售量预测分析 484
- 二、2016-2022年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测 484
- 三、2016-2022年中国标准配方奶粉零售规模预测 485
- 四、2016-2022年中国后续配方奶粉零售规模预测 485
- 五、2016-2022年中国幼儿配方奶粉零售规模预测 486

第十七章 2016-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究 487

第一节 2013-2015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、2014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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2015年国内生产总值构成及增长速度统计 47

图表 6 2009-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 48

图表 7 2006-2014年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 49

图表 8 2015年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 49

图表 9 2015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 2009-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 51

图表 11 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 51

图表 12 2009-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 53

图表 13 2009-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 53

图表 14 2009-2015年农村居民人均纯收入及增长趋势图 54

图表 15 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 54

图表 16 2009-2015年中国进出口总额增长趋势图 55

- 图表 17 2015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 2015年中国人口数量及其构成情况 78
- 图表 21 2006-2015年中国人口数量变化趋势图 79
- 图表 22 2006-2015年中国人口分地区分布状况 79
- 图表 23 2015年中国人口地区分布结构 80
- 图表 24 2006-2015年中国人口分省市分布状况 80
- 图表 25 2005-2015年中国人口出生率、死亡率和自然增长率统计 81
- 图表 26 2005-2015年中国人口出生率状况 82
- 图表 27 2005-2015年中国人口死亡率状况 82
- 图表 28 2005-2015年中国人口自然增长率状况 82
- 图表 29 2006-2015年中国婴幼儿总人数统计 83
- 图表 30 2002-2015年中国奶类及牛奶产量情况统计 83
- 图表 31 2009-2015年中国奶类产品产量趋势图 84
- 图表 32 2009-2015年中国牛奶产量趋势图 84
- 图表 33 2015年中国乳制品行业经济指标统计 85
- 图表 34 2015年中国乳制品行业前五省区企业数量排名 86
- 图表 35 2015年中国乳制品行业前五省区资产总计排名 86
- 图表 36 2015年中国乳制品行业前五省区销售收入排名 86
- 图表 37 2015年中国乳制品行业前五省区利润总额排名 87
- 图表 38 2006-2015年乳制品产量增长趋势图 87
- 图表 39 2009-2015年液体奶产量增长趋势图 88
- 图表 40 2009-2015年中国主要省区乳制品产量情况统计 88
- 图表 41 2015年内蒙古乳制品制造行业经济指标统计 89
- 图表 42 2009-2015年内蒙古乳制品产量统计 90
- 图表 43 2015年黑龙江乳制品制造行业经济指标统计 91
- 图表 44 2009-2015年黑龙江乳制品产量统计 92
- 图表 45 2015年山东省乳制品制造行业经济指标统计 92
- 图表 46 2009-2015年山东省乳制品产量统计 93
- 图表 47 2015年陕西省乳制品制造行业经济指标统计 94
- 图表 48 2009-2015年陕西省乳制品产量统计 95
- 图表 49 2015年广东省乳制品制造行业经济指标统计 95
- 图表 50 2009-2015年广东省乳制品产量统计 96
- 图表 51 2015年河南省乳制品制造行业经济指标统计 97

- 图表 52 2009-2015年河南省乳制品产量统计 98
- 图表 53 2015年江苏省乳制品制造行业经济指标统计 98
- 图表 54 2009-2015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 2009-2015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 2009-2015年中国婴幼儿食品零售规模及增长趋势 130
- 图表 64 2015年婴幼儿食品零售额中婴幼儿奶粉占比 130
- 图表 65 2009-2015年中国婴幼儿配方奶粉零售量及增长趋势 131
- 图表 66 2009-2015年中国婴幼儿配方奶粉零售规模及增长趋势 131
- 图表 67 2005-2015年中国婴幼儿奶粉进口量值表 132
- 图表 68 2005-2015年中国婴幼儿奶粉出口量值表 132
- 图表 69 2015年中国婴幼儿配方奶粉市场结构 134
- 图表 70 2009-2015年中国标准婴儿配方奶粉零售规模趋势图 134
- 图表 71 2009-2015年中国幼儿配方奶粉零售规模趋势图 135
- 图表 72 2009-2015年中国后续配方奶粉零售规模趋势图 135
- 图表 73 2009-2015年中国婴幼儿奶粉主要生产厂家的市场份额统计 145
- 图表 74 2015年中国婴幼儿奶粉主要生产厂家的竞争格局 146
- 图表 75 2009-2015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 2015年奶粉品牌关注度排行 151
- 图表 78 2013-2015年奶粉品牌关注度排行 151
- 图表 79 2015年奶粉行业品牌属性关注度 152
- 图表 80 2015年进口奶粉品牌关注度排行 153
- 图表 81 2013-2015年进口奶粉品牌关注度排行 153
- 图表 82 2015年国产奶粉品牌关注度排行 154
- 图表 83 2013-2015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 惠氏金装爱儿乐一段奶粉消费者购买渠道 165
- 图表 98 惠氏金装爱儿乐一段奶粉消费者购买频率 165
- 图表 99 惠氏金装爱儿乐一段奶粉购买者收入水平 166
- 图表 100 惠氏金装爱儿乐一段奶粉购买人群消费比重 166
- 图表 101 惠氏金装爱儿乐一段奶粉产品包装性能分析 167
- 图表 102 惠氏金装爱儿乐一段奶粉产品竞争力分析 168
- 图表 103 惠氏金装爱儿乐一段奶粉营养成分分析 168
- 图表 104 惠氏金装爱儿乐一段奶粉粉质分析 169
- 图表 105 惠氏金装爱儿乐一段奶粉粘稠度分析 169
- 图表 106 惠氏金装爱儿乐一段奶粉易溶性分析 170
- 图表 107 惠氏金装爱儿乐一段奶粉口感分析 170
- 图表 108 惠氏金装爱儿乐一段奶粉性价比分析 171
- 图表 109 惠氏金装爱儿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 2009-2014年中国奶粉进口数量统计 258
- 图表 267 2009-2015年中国奶粉进口金额统计 258
- 图表 268 2009-2015年中国奶粉进口金额增长趋势图 259
- 图表 269 2009-2015年中国奶粉出口数量统计 259
- 图表 270 2009-2015年中国奶粉出口金额统计 260
- 图表 271 2009-2015年中国奶粉出口金额增长趋势图 260
- 图表 272 2009-2015年中国奶粉进出口均价情况 260
- 图表 273 2009-2015年中国奶粉进出口均价趋势图 261
- 图表 274 2014年中国奶粉进口来源地情况 261
- 图表 275 2014年中国奶粉进口来源地结构分布图 262
- 图表 276 2015年中国奶粉进口来源地情况 262
- 图表 277 2015年中国奶粉进口来源地结构分布图 263
- 图表 278 2014年中国奶粉出口流向情况 263
- 图表 279 2014年中国奶粉出口流向结构分布图 264
- 图表 280 2015年中国奶粉出口流向情况 264
- 图表 281 2015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

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/189888.html>