

# 2013-2020年中国婴幼儿奶粉市场规模分析及发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2013-2020年中国婴幼儿奶粉市场规模分析及发展前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201309/98756.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

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。在一线城市，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。&ldquo;三聚氰胺&rdquo;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。都避开在一线城市与洋奶粉竞争，而是选择开拓成本较低的二、三线市场。

2011年至2012年，质检总局组织监测国产乳制品样品128240个，发现问题样品330个，问题检出率为0.26%。其中婴幼儿配方乳粉样品12082个，发现问题样品93个，问题检出率为0.77%。对于发现的问题产品，当地质检部门均立即采取措施，依法予以处置，并责令企业召回问题产品，消除风险隐患。

中企顾问发布的《2013-2020年中国婴幼儿奶粉市场规模分析及发展前景预测报告》，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

### 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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国乳制品市场社会环境分析

## 第三章 2012-2013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

## 第四章 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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迫近临界点
  - 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

## 第五章 2012-2013年中国婴幼儿奶粉运行形势透析

### 第一节 2012-2013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、英特儿新投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 2012-2013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 2012-2013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分了解情况
- 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

## 第六章 2012-2013年中国婴幼儿奶粉市场运行动态分析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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

## 第七章 2012-2013年中国婴幼儿奶粉营销分析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析

### 第一节 2012-2013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 2012-2013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 2012-2013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、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节黑龙江雅士利乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第四节澳优乳品(湖南)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第五节哈尔滨太子乳品工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第六节黑龙江飞鹤乳业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第七节黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第八节惠氏（上海）营养品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第九节美赞臣（广州）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十节浙江贝因美科工贸股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十一节广州市合生元生物制品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

## 第十二章 2013-2020年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析

### 第一节 2013-2020年中国婴儿乳品行业前景分析

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

### 第二节 2013-2020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 2013-2020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

## 第十三章 2013-2020年中国婴幼儿奶粉行业投资前景分析

### 第一节 2012-2013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&mdash;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 2013-2020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 2013-2020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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201309/98756.html>