

# 2020-2026年中国互联网+ 奶粉市场竞争格局及投资发展建议报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+奶粉市场竞争格局及投资发展建议报告》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.abaogao.com/b/ruzhipin/774128QR0P.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

婴幼儿奶粉，即婴幼儿配方奶粉，是根据婴幼儿不同生长阶段的生长发育需要添加的配方奶粉。由于婴幼儿本身的消化系统未发育完善，无法直接使用普通配方奶粉和鲜牛奶、鲜羊奶，所以婴幼儿配方奶粉中的蛋白质、脂肪、乳糖及钙、铁、锌等比例都是经过科学配制的，并且婴幼儿奶粉中还添加了核苷酸、DHA、叶黄素、牛磺酸、胆碱等营养物质，使其能够满足婴幼儿不同发展时期营养需求。

年龄不超过12个月的小儿称为婴儿，年龄在1-3岁之间的小儿则称为幼儿，所以婴幼儿奶粉通常是根据不同年龄阶段进行设计配制的，使其分别适用于不同年龄段的婴幼儿食用，婴幼儿奶粉依据不同年龄段婴幼儿的营养需求和生理特性，对各类相关营养元素进行优化调整或强化。因此，婴幼儿奶粉行业有着非常重要的意义，它不但能够对婴幼儿的健康成长保驾护航，而且对整个乳制品产业的发展有着导向性的作用。

中国是全球第二大婴童消费市场，婴幼儿奶粉行业发展有着天然优势，市场规模更是逐年递增。婴幼儿配方奶粉市场的零售额从2012年的人民币637亿元增至2016年的人民币844亿元，复合年增长率为7.3%。不过，自相对较高增长率之后，中国婴幼儿配方奶粉市场零售额于2015年及2016年略有下降，这主要是由于出生率下降及中国消费者跨境购买量增加所致

。2012-2019年婴幼儿配方奶粉市场零售额及增长率走势

行业集中度方面，国内婴幼儿奶粉行业集中度低，CR3仅30.7%，且全为国外品牌，对比成熟市场CR3 70%的水平，国内行业集中度有很大提升空间。国内市场与成熟市场CR3对比智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国互联网+奶粉市场竞争格局及投资发展建议报告》共七章。首先介绍了中国互联网+奶粉行业市场发展环境、互联网+奶粉整体运行态势等，接着分析了中国互联网+奶粉行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+奶粉市场竞争格局。随后，报告对互联网+奶粉做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+奶粉行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+奶粉产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+奶粉行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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1章：中国婴幼儿奶粉所属行业发展状况分析

- 1.1 中国婴幼儿奶粉所属行业经营分析
  - 1.1.1 婴幼儿奶粉行业经营效益分析
  - 1.1.2 婴幼儿奶粉行业盈利能力分析
  - 1.1.3 婴幼儿奶粉行业运营能力分析
  - 1.1.4 婴幼儿奶粉行业偿债能力分析
  - 1.1.5 婴幼儿奶粉行业发展能力分析
- 1.2 中国婴幼儿奶粉行业供需平衡分析
  - 1.2.1 全国婴幼儿奶粉行业供给情况分析
    - (1) 婴幼儿奶粉行业总产值分析
    - (2) 婴幼儿奶粉行业产成品分析
  - 1.2.2 全国婴幼儿奶粉行业需求情况分析
    - (1) 婴幼儿奶粉行业销售产值分析
    - (2) 婴幼儿奶粉行业销售收入分析
  - 1.2.3 全国婴幼儿奶粉行业产销率分析
- 1.3 中国婴幼儿奶粉行业进出口分析
  - 1.3.1 婴幼儿奶粉行业出口市场分析
    - (1) 行业出口整体情况2009-2019年中国婴幼儿奶粉行业出口量走势
    - (2) 行业出口产品结构
  - 1.3.2 婴幼儿奶粉行业进口市场分析
    - (1) 行业进口整体情况2009-2019年中国婴幼儿奶粉行业进口量走势
    - (2) 行业进口产品结构分析
  - 1.3.3 婴幼儿奶粉行业进出口前景分析
- 1.4 中国婴幼儿奶粉行业消费市场分析
  - 1.4.1 我国每年新生婴幼儿数量分析
  - 1.4.2 消费者对婴幼儿奶粉市场评价
    - (1) 消费者对婴幼儿奶粉市场评价
    - (2) 消费者对婴幼儿奶粉评价差异分析
  - 1.4.3 消费者购买婴幼儿奶粉因素分析
    - (1) 消费者购买考虑因素分析
    - (2) 消费者购买考虑因素差异分析
  - 1.4.4 消费者婴幼儿奶粉品牌偏好分析
    - (1) 消费者品牌偏好

(2) 消费者品牌偏好差异分析

(3) 消费者品牌依赖分析

## 第2章：中国婴幼儿奶粉行业产业链分析

### 2.1 原料饲料行业市场分析

#### 2.1.1 食糖市场分析

(1) 食糖供给分析

(2) 食糖需求分析

(3) 食糖价格走势分析

(4) 食糖市场发展趋势

#### 2.1.2 饲料市场分析

(1) 饲料供给规模分析

(2) 饲料供给区域结构

(3) 饲料需求规模分析

(4) 饲料价格走势分析

(5) 饲料市场发展趋势

#### 2.1.3 香料市场分析

(1) 香料市场规模分析

(2) 香料市场发展趋势分析

#### 2.1.4 食品添加剂市场分析

### 2.2 奶牛养殖业市场分析

#### 2.2.1 奶牛存栏量分析

#### 2.2.2 原奶产量情况

#### 2.2.3 原奶价格变动情况

(1) 原奶价格波动对于国内下游企业的影响

(2) 原奶价格波动对于国内上游企业的影响

#### 2.2.4 奶牛养殖业发展趋势

### 2.3 挤奶设备行业市场分析

#### 2.3.1 我国挤奶设备发展状况

#### 2.3.2 挤奶设备行业对乳制品行业的影响

### 2.4 奶粉包装行业市场分析

#### 2.4.1 乳制品包装发展状况

## 2.4.2 包装材料对奶粉行业的影响

## 第3章：婴幼儿奶粉行业市场发展深度分析

### 3.1 国内婴幼儿奶粉行业产能过剩原因分析

#### 3.1.1 从供给端分析

(1) 纵向对比

(2) 横向对比

(3) 低门槛

(4) 供给增加

#### 3.1.2 从需求端分析

(1) 生育率的提升空间分析

(2) 母乳喂养率的下降空间

(3) 未来五年的需求量预测

### 3.2 国内婴幼儿奶粉产品体系混乱的原因分析

#### 3.2.1 行业高毛利驱动

#### 3.2.2 进口奶粉的崛起

#### 3.2.3 电商渠道的冲击

(1) 婴幼儿奶粉线上交易规模

(2) 线上渠道增长的驱动因素

### 3.3 当前国内原奶价格变化情况分析

#### 3.3.1 本轮国内原奶价格下跌的原因

(1) 生鲜乳价格变化有明显周期性

(2) 大包粉扰乱生鲜乳定价机制

#### 3.3.2 国际原奶价格变化趋势分析

(1) 从需求端来看

(2) 从供给端来看

#### 3.3.3 国内原奶价格长期走势分析

(1) 国内原奶市场整体供应情况

(2) 下游原奶需求量增长的预测

## 第4章：婴幼儿奶粉行业渠道及营销模式分析

### 4.1 婴幼儿奶粉行业传统渠道与营销策略

#### 4.1.1 婴幼儿奶粉行业传统销售渠道分析

- (1) 商超渠道
- (2) 关联渠道
- (3) 医务渠道
- (4) 药店连锁渠道

#### 4.1.2 婴幼儿奶粉行业传统营销策略分析

- (1) 产品策略分析
- (2) 价格策略分析
- (3) 广告策略分析
- (4) 促销策略分析
- (5) 公益营销策略分析

#### 4.1.3 婴幼儿奶粉行业传统销售模式的弊端

#### 4.2 奶粉行业线下母婴渠道的崛起

##### 4.2.1 母婴店深度分销模式分析

##### 4.2.2 奶粉渠道终端的数量变化

##### 4.2.3 母婴店个城市门店数变化

#### 4.3 奶粉行业母婴电商的进化过程

##### 4.3.1 电商渠道奶粉品牌市占率分析

##### 4.3.2 综合类电商平台母婴市场分析

##### 4.3.3 垂直类母婴电商平台发展分析

##### 4.3.4 母婴电商的销售模式深度解析

#### 4.4 主要婴幼儿奶粉生产商的电商渠道布局

##### 4.4.1 伊利的电商渠道布局

##### 4.4.2 合生元的电商渠道布局

##### 4.4.3 君乐宝的电商渠道布局

##### 4.4.4 新希望的电商渠道布局

#### 4.5 线上线下结合的O2O模式分析

##### 4.5.1 新兴O2O模式的特点与优势

##### 4.5.2 合生元的O2O模式深度解析

- (1) 线上部分
- (2) 线下部分
- (3) 合生元模式的弊端

#### 4.5.3 贝因美&ldquo;妈妈购&rdquo;平台销售模式

- (1) 线上部分
- (2) 线下部分
- (3) 线上线下互动部分
- (4) 盈利模式

### 第5章：中国婴幼儿奶粉行业竞争格局分析

#### 5.1 跨国公司在华竞争策略分析

##### 5.1.1 美赞臣在华竞争策略分析

##### 5.1.2 多美滋在华竞争策略分析

##### 5.1.3 雀巢在华竞争策略分析

#### 5.2 婴幼儿奶粉国内市场竞争分析

##### 5.2.1 婴幼儿奶粉企业竞争格局分析

##### 5.2.2 婴幼儿奶粉区域竞争格局分析

##### 5.2.3 婴幼儿奶粉产品竞争格局分析

- (1) 高端婴幼儿奶粉竞争格局
- (2) 中低端婴幼儿奶粉竞争格局

##### 5.2.4 国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局分析

- (1) 2014 年国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局
- (2) 2015 年国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局

#### 5.3 婴幼儿奶粉行业集中度分析

##### 5.3.1 我国婴幼儿奶粉行业市场占有率分析

##### 5.3.2 外国婴幼儿奶粉行业市场占有率分析

- (1) 美国婴幼儿奶粉行业市占率
- (2) 德国婴幼儿奶粉行业市占率
- (3) 新西兰婴幼儿奶粉行业市占率
- (4) 日本婴幼儿奶粉行业市占率

##### 5.3.3 影响奶粉行业未来集中度的因素

- (1) 乳粉配方注册制的实施
- (2) 奶粉市场价格战的洗牌
- (3) 奶粉企业间的兼并收购

#### 5.4 婴幼儿奶粉行业投资与兼并重组分析



- 5.4.1 中国婴幼儿奶粉企业海外并购投资分析
- 5.4.2 中国婴幼儿奶粉企业国内并购投资分析
- 5.4.3 中国婴幼儿奶粉行业兼并重组发展趋势

## 第6章：中国婴幼儿奶粉生产重点企业经营分析

### 6.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况分析

- 6.1.1 企业发展简况分析
- 6.1.2 企业经营能力分析
- 6.1.3 企业产品及品牌分析
- 6.1.4 企业销售与营销分析

### 6.2 光明乳业股份有限公司经营情况分析

- 6.2.1 企业发展简况分析
- 6.2.2 企业经营能力分析
- 6.2.3 企业产品及品牌分析
- 6.2.4 企业销售与营销分析

### 6.3 上海惠氏营养品有限公司经营状况分析

- 6.3.1 企业发展简况分析
- 6.3.2 企业经营能力分析
- 6.3.3 企业产品及品牌分析
- 6.3.4 企业销售与营销分析

### 6.4 多美滋婴幼儿食品有限公司经营状况分析

- 6.4.1 企业发展简况分析
- 6.4.2 企业经营能力分析
- 6.4.3 企业产品及品牌分析
- 6.4.4 企业销售与营销分析

### 6.5 双城雀巢有限公司经营状况分析

- 6.5.1 企业发展简况分析
- 6.5.2 企业经营能力分析
- 6.5.3 企业产品及品牌分析
- 6.5.4 企业销售与营销分析

### 6.6 雅士利国际集团有限公司经营状况分析

- 6.6.1 企业发展简况分析

- 6.6.2 企业经营能力分析
- 6.6.3 企业产品及品牌分析
- 6.6.4 企业销售与营销分析
- 6.7 圣元营养食品有限公司经营状况分析
  - 6.7.1 企业发展简况分析
  - 6.7.2 企业经营能力分析
  - 6.7.3 企业产品及品牌分析
  - 6.7.4 企业销售与营销分析
- 6.8 美赞臣营养品（中国）有限公司经营状况分析
  - 6.8.1 企业发展简况分析
  - 6.8.2 企业经营能力分析
  - 6.8.3 企业产品及品牌分析
  - 6.8.4 企业销售与营销分析
- 6.9 北京三元食品股份有限公司经营状况分析
  - 6.9.1 企业发展简况分析
  - 6.9.2 企业经营能力分析
  - 6.9.3 企业产品及品牌分析
  - 6.9.4 企业销售与营销分析
- 6.10 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营状况分析
  - 6.10.1 企业发展简况分析
  - 6.10.2 企业经营能力分析
  - 6.10.3 企业产品及品牌分析
  - 6.10.4 企业销售与营销分析

## 第7章：中国婴幼儿行业发展前景与投资规划分析

- 7.1 二胎政策对婴幼儿需求增长的利好分析
  - 7.1.1 婴幼儿奶粉需求的变量分析
    - （1）新生儿出生率
    - （2）母乳喂养率
  - 7.1.2 单独二胎政策放开的效果分析
    - （1）二胎申请预期与实际数量
    - （2）单独二胎政策对奶粉市场影响

### 7.1.3 全面二胎放开对奶粉需求的提振

(1) 全面放开二胎后新生儿数量测算

(2) 全面放开二胎带来的市场增量

### 7.1.4 全面放开二胎对细分市场的利好

(1) 婴幼儿奶粉

(2) 婴幼儿辅食

(3) 奶粉产业链

## 7.2 婴幼儿奶粉行业整合的政策规划分析

### 7.2.1 企业数量

### 7.2.2 整合方式

(1) 淘汰小企业

(2) 大企业兼并小企业

(3) 区域性的强强联合

(4) 集团内部整合

### 7.2.3 可能的操作方式

### 7.2.4 短期目标

### 7.2.5 长期目标

## 7.3 婴幼儿奶粉行业投资特性分析

### 7.3.1 婴幼儿奶粉行业进入壁垒分析

### 7.3.2 婴幼儿奶粉行业盈利因素分析

### 7.3.3 婴幼儿奶粉行业投资机会分析

## 7.4 关于婴幼儿奶粉行业的投资建议

### 7.4.1 关于婴幼儿奶粉行业的投资方向建议

### 7.4.2 关于婴幼儿奶粉行业的投资方式建议

### 7.4.3 关于婴幼儿奶粉行业的产品创新建议

### 7.4.4 关于婴幼儿奶粉行业的营销模式建议

## 图表目录：

图表1：中国婴幼儿奶粉行业经营效益分析

图表2：中国婴幼儿奶粉行业盈利能力分析

图表3：中国婴幼儿奶粉行业运营能力分析

图表4：中国婴幼儿奶粉行业偿债能力分析

图表5：中国婴幼儿奶粉行业发展能力分析

图表6：婴幼儿奶粉行业总产值分析

图表7：婴幼儿奶粉行业销售产值分析

图表8：婴幼儿奶粉行业销售收入分析

图表9：全国婴幼儿奶粉行业产销率分析

图表10：婴幼儿奶粉进口市场规模分析

图表11：婴幼儿奶粉出口市场规模分析

图表12：2001-2019年中国新生婴幼儿数量统计

图表13：国内婴幼儿奶粉口碑指数排名

图表14：国内外婴幼儿奶粉品牌出现涨价潮

图表15：国内主要婴幼儿奶粉厂商注册配方数量

图表16：国内主要婴幼儿奶粉厂商产品系列数量

图表17：国内主要婴幼儿奶粉厂商产品系列数量

图表18：2010-2019年我国饲料产量变化（单位：万吨，%）

图表19：2014-2019年排名靠前省份饲料产量占全国的比重（单位：%）

图表20：2010-2019年我国香料市场规模增长情况（单位：万元，%）

图表21：我国主要食品添加剂市场现状

图表22：2004-2019年我国奶牛存栏量及增速情况（单位：万头，%）

图表23：2014-2019年我国奶牛存栏量区域分布情况（单位：%）

图表24：2014-2019年我国奶牛存栏量前十大省份（单位：万头）

图表25：2007-2019年我国奶牛存栏量规模化养殖比重（单位：%）

图表26：2004-2019年我国原奶产量及增速情况（单位：万吨，%）

图表27：2010-2019年我国主产区原奶价格变动情况（单位：元/公斤）

图表28：散养手工挤奶与规模化养殖机械挤奶效果比较（单位：%、万个/毫升）

图表29：我国不同奶粉包装占比情况（单位：%）

图表30：国内奶粉行业的平均毛利率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/774128QR0P.html>