

2018-2024年中国互联网 + 婴幼儿奶粉行业市场分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国互联网+婴幼儿奶粉行业市场分析与投资战略研究报告》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/shipin/G35327S855.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

报告目录 第1章：中国婴幼儿奶粉行业发展状况分析1.1 中国婴幼儿奶粉行业经营分析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（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（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“妈妈购”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）2016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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析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（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析6.10.3 企业产品及品牌分析6.10.4 企业销售与营销分析6.11 黑龙江飞鹤乳业有限公司经营状况分析6.11.1 企业发展简况分析6.11.2 企业经营能力分析（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析6.11.3 企业产品及品牌分析6.11.4 企业销售与营销分析6.12 澳优乳业（中国有限公司）经营状况分析6.12.1 企业发展简况分析6.12.2 企业经营能力分析（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析6.12.3 企业产品及品牌分析6.12.4 企业销售与营销分析6.13 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营状况分析6.13.1 企业发展简况分析6.13.2 企业经营能力分析（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析6.13.3 企业产品及品牌分析6.13.4 企业销售与营销分析6.14 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营状况分析6.14.1 企业发展简况分析6.14.2 企业经营能力分析（1）主要经济指标分析（2）企业盈利能力分析（3）企业运营能力分析（4）企业偿债能力分析（5）企业发展能力分析6.14.3 企业产品及品牌分析6.14.4 企业销售与营销分析6.15 西安银桥股份有限公司经营状况分析6.15.1 企业发展简况分

析6.15.2 企业经营能力分析 (1) 主要经济指标分析 (2) 企业盈利能力分析 (3) 企业运营能力分析 (4) 企业偿债能力分析 (5) 企业发展能力分析6.15.3 企业产品及品牌分析6.15.4 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 婴幼儿奶粉行业的投资建议7.4.1 婴幼儿奶粉行业的投资方向建议7.4.2 婴幼儿奶粉行业的投资方式建议7.4.3 婴幼儿奶粉行业的产品创新建议7.4.4 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12：2014-2016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18：2014-2016年我国饲料产量变化 (单位：万吨，%) 图表19：2014-2016年排名靠前省份饲料产量占全国的比重 (单位：%) 图表20：2014-2016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22：2014-2016年我国奶牛存栏量及增速情况 (单位：万头，%) 图表23：2014-2016年我国奶牛存栏量区域分布情况 (单位：%) 图表24：2014-2016年我国奶牛存栏量前十大省份 (单位：万头) 图表25：2014-2016年我国奶牛存栏量规模化养殖比重 (单位：%) 图表26：2014-2016年我国原奶产量及增速情况 (单位：万吨，%) 图表27：2010-2016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图表31：国内主要奶粉企业纯湿法生产线占比图表32：国内外奶粉终端零售价格比较图表33：2014-2016年国内婴幼儿奶粉产能情况图表34：2018-2024年婴幼儿奶粉的需求量预测图表35：主要国产奶粉的产品系列分析图表36：

国内主要婴幼儿奶粉生产商的进口品牌系列图表37：2016年全国累计进口婴幼儿乳粉同比增长率图表38：传统经销模式的利润比例图表39：海外奶粉传统模式各渠道利润比例图表40：2014-2016年线上奶粉销量价格段分布图表41：国内主要的母婴电商平台图表42：婴幼儿奶粉线上交易规模图表43：电子商务市场规模增速图表44：线上购买奶粉的主力消费者年龄分析图表45：国内主要婴幼儿奶粉生产商的电商渠道布局图表46：我国婴幼儿奶粉行业市场占有率图表47：美国婴幼儿奶粉行业市场占有率图表48：德国婴幼儿奶粉行业市场占有率图表49：新西兰婴幼儿奶粉行业市场占有率图表50：日本婴幼儿奶粉行业市场占有率图表51：内蒙古伊利实业集团股份有限公司经济指标分析图表52：内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析图表53：内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析图表54：内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析图表55：内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析图表56：光明乳业股份有限公司经济指标分析图表57：光明乳业股份有限公司盈利能力分析图表58：光明乳业股份有限公司运营能力分析图表59：光明乳业股份有限公司偿债能力分析图表60：光明乳业股份有限公司发展能力分析图表61：上海惠氏营养品有限公司经济指标分析图表62：上海惠氏营养品有限公司盈利能力分析图表63：上海惠氏营养品有限公司运营能力分析图表64：上海惠氏营养品有限公司偿债能力分析图表65：上海惠氏营养品有限公司发展能力分析图表66：多美滋婴幼儿食品有限公司经济指标分析图表67：多美滋婴幼儿食品有限公司盈利能力分析图表68：多美滋婴幼儿食品有限公司运营能力分析图表69：多美滋婴幼儿食品有限公司偿债能力分析图表70：多美滋婴幼儿食品有限公司发展能力分析图表71：双城雀巢有限公司经济指标分析图表72：双城雀巢有限公司盈利能力分析图表73：双城雀巢有限公司运营能力分析图表74：双城雀巢有限公司偿债能力分析图表75：双城雀巢有限公司发展能力分析图表76：雅士利国际集团有限公司经济指标分析图表77：雅士利国际集团有限公司盈利能力分析图表78：雅士利国际集团有限公司运营能力分析图表79：雅士利国际集团有限公司偿债能力分析图表80：雅士利国际集团有限公司发展能力分析图表81：圣元营养食品有限公司经济指标分析图表82：圣元营养食品有限公司盈利能力分析图表83：圣元营养食品有限公司运营能力分析图表84：圣元营养食品有限公司偿债能力分析图表85：圣元营养食品有限公司发展能力分析图表86：美赞臣营养品（中国）有限公司经济指标分析图表87：美赞臣营养品（中国）有限公司盈利能力分析图表88：美赞臣营养品（中国）有限公司运营能力分析图表89：美赞臣营养品（中国）有限公司偿债能力分析图表90：美赞臣营养品（中国）有限公司发展能力分析图表91：北京三元食品股份有限公司经济指标分析图表92：北京三元食品股份有限公司盈利能力分析图表93：北京三元食品股份有限公司运营能力分析图表94：北京三元食品股份有限公司偿债能力分析图表95：北京三元食品股份有限公司发展能力分析图表96：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经济指标分析图表97：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司

盈利能力分析图表98：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司运营能力分析图表99：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司偿债能力分析图表100：内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司发展能力分析图表101：全面放开二胎后新生儿数量测算图表102：全面放开二胎带来的市场增量图表103：2018-2024年国产奶粉品牌市场增量预测图表104：2018-2024年外资奶粉品牌市场增量预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/G35327S855.html>