

# 2013-2017年中国婴幼儿奶粉市场专项调研与投资决策报告

## 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

《2013-2017年中国婴幼儿奶粉市场专项调研与投资决策报告》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/qitashipin/l58532Rl3S.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

我国的婴幼儿奶粉的行业集中度还比较低，和发达国家相比还有较大差距。同时由于婴幼儿奶粉相对其他成人奶粉而言质量标准更高，在美国，食品和药物管理局(FDA)批准，能生产和销售婴幼儿奶粉生产商仅5家，只有雅培、美赞臣、雀巢、山姆源和Solus五家，连最大的乳业公司Deanfoods也没有其奶粉业务。

而我国145家婴幼儿配方奶粉中的114家通过审核，未通过的一律停止生产乳制品。我国的婴幼儿奶粉集中度也有望进一步提升。相比美国等成熟国家，我国行业准入限制仍过于宽松。各奶粉企业各占一方，全力营销的格局尚难短期改观。随着市场竞争加剧和政府严格市场准入，马太效应将进一步显现，这将利好拥有品牌、营销优势的优秀企业。

智研数据研究中心发布的《2013-2017年中国婴幼儿奶粉市场专项调研与投资决策报告》共十三章。首先介绍了婴幼儿奶粉行业相关概述，接着分析了中国婴幼儿奶粉行业发展环境，然后对中国婴幼儿奶粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婴幼儿奶粉行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴幼儿奶粉行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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、婴幼儿配方奶粉的概述	二、婴幼儿奶粉配方的作用	三、婴幼儿奶粉分段及好处	四、婴幼儿配方奶粉的分类	五、婴幼儿配方奶粉发展历程	六、婴幼儿配方奶粉重要指标	七、婴幼儿配方奶粉的选择	八、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件
第二章 2011-2012年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析	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 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场政策透析	一、			

、中国制定乳品奶粉安全国家标准 二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准 三、《奶业整顿和振兴规划纲要》解析 四、《乳品质量监督管理条例》解读 五、《乳制品工业产业政策（2011年修订）》 六、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》 七

、2011-2012年中国奶粉收储政策分析 第三节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析 一、2011年中国人口及结构总体情况 二、2011年中国人口及地区分布状况 三、2011年中国人口出生率情况分析 四、2011年中国婴幼儿总数及区域分布 五、2011年中国各省市婴幼儿分布状况 第四节 2011-2012年中国乳制品产业环境分析 一、2011年中国奶类及牛奶产量分析 二、2011年中国乳制品行业发展概述 三、2012年中国乳制品行业发展概况 四、2012年中国乳制品产量增长分析

第三章 2011-2012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、国产奶粉质量抽检与质量体系 三、符合标准的进口奶粉品牌 第二节 2011-2012年中国奶粉行业运行总况 一、中国奶粉市场特点分析 二、农村奶粉市场分析 三、民族品牌齐打高端奶粉牌 第三节 2011-2012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、婴幼儿奶粉市场潜力被看好 四、奶粉向多元化方向发展 第四节 2011-2012年我中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、2011-2012年中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、2012年进口奶粉关税调整对价格影响 六、2012年中国乳业首次海外并购分析 七、2012年国内多种奶粉掀起涨价潮 第五节 2011-2012年国外奶粉对中国奶粉行业的冲击分析 一、2011年进口奶粉低价冲击国产奶业 二、2011年国内奶粉滞销积压情况严重 三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点 四、2012年法国合生元“呵护”奶粉上市 五、韩国每日乳业高端奶粉进入中国市场 六、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场 七、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示

第四章 2011-2012年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析 第一节 2011-2012年全球婴幼儿奶粉市场动态分析 一、发达国家婴幼儿奶粉的法律规定 二、英特尔拓展中国婴幼儿奶粉市场 三、美国婴幼儿奶粉被指含高氯酸盐 四、美国第一大婴幼儿奶粉广告诉讼案 第二节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场运行综述 一、婴幼儿奶粉市场容量高速增长 二、2012年奶粉企业加大研发力度 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 2011-2012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、消费者对婴儿配方奶粉营养成分了解情况 三、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况分析 四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因 五、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况 六、消费者购买婴儿配方奶粉的途径 七、消费者对婴儿配方奶粉了解途径 八、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况 九、消费者正在使用婴儿配方奶粉品牌情况

第五章 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场运行态势分析 第一节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉行业发展现状分析 一、2011年中国婴幼儿食品市场规模分析 二、2011年中国婴幼儿配方奶粉零售量 三、2011年中国婴幼儿配方奶粉零售规模 四、2012年中国婴幼儿奶粉代购发展分析 第二节 2011年中国婴幼儿奶粉细分市场分析 一、2011年中国婴幼儿配方奶粉市场结构 二、2011年中国标准婴儿配方奶粉零售规模 三、2011年中国幼儿配方奶粉零售规模分析 四、2011年中国后续配方婴儿奶粉零售规模 第三节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场结构分析 一、婴幼儿奶粉高端市场分析 二、婴幼儿奶粉中端市场分析 三、高端婴幼儿奶粉市场增长迅速 四、婴幼儿奶粉市场价格的空档 第四节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题 一、产品线过长质量不高 二、产品组合深度不够 三、销售形式传统单一有待整合 四、终端激励不足促销细化不够 五、奶粉质量存在的问题分析 第五节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场策略分析 一、提高婴幼儿奶粉产品质量 二、加强品牌推广提升品牌形象 三、知识营销与产品营销相结合 四、开发新的营销渠道 五、改进和提高服务水平

第六章 2011-2012年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析 第一节 2011-2012年中国奶粉市场竞争总体概况 一、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中 二、奶粉企业品牌与渠道成竞争关键 三、国外企业竞相争夺中国奶粉市场 四、中外奶粉市场大打“奶源”牌 五、洋奶粉本土化欲垄断国内市场 第二节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场竞争分析 一、2011年中国婴幼儿奶粉企业竞争分析 二、2011年中国婴幼儿奶粉品牌竞争格局 三、2012年中国奶粉市场竞争日益激烈 第三节 2011-2012年中国高端奶粉市场竞争状况 一、洋品牌领跑高端婴幼儿奶粉市场 二、国内高端婴幼儿奶粉市场空间巨大 三、高端婴幼儿奶粉市场竞争日益激烈 四、国产品牌进军高端婴幼儿奶粉市场 第四节 中国婴幼儿奶粉行业竞争格局预测分析 一、外资品牌仍处高端塔尖 二、国内品牌将呈现两极分化 三、品牌企业受益营销模式突破

第七章 2011-2012年婴幼儿奶粉技术发展分析 第一节 婴幼儿奶粉技术发展进程 一、婴幼儿奶粉技术的研究 二、酶水解生产婴幼儿配方奶粉新技术 三、婴幼儿奶粉新配方的研究 四、早产儿奶粉市场开发 第二节 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情况 二、免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发现状 第三节 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现状 五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题 第四节 婴幼儿配方奶粉的核心 一、婴幼儿配方奶粉的实质 二、复配营养素是婴幼儿配方奶粉产业链的核心

第八章 2011-2012年中国奶牛场生产管理状况分析 第一节 2011年奶牛场的基本状况 一、所有制形式 二、人员结构 三、奶牛存栏量 第二节 2011年奶牛场的饲养管理状况 一、牛群

结构 二、单产水平 三、TMR饲喂技术采用情况 四、机械化挤奶情况 五、粗饲料使用情况 六、疾病防治情况 第三节 2011年奶牛场原料奶的质量情况 一、乳脂率 二、乳蛋白率 三、细菌总数 四、体细胞数 第四节 2011年奶牛场效益情况 一、原料奶收购价格 二、饲养成本 三、盈利情况 第五节 2011-2012年奶牛养殖业形势分析 一、原料奶价格持续走高 二、奶牛存栏下降 三、生产成本上涨

第九章 2011-2012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、主要品牌婴幼儿配方奶粉的横向对比 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、多美滋金盾推出益生元营养米粉 三、多美滋在婴儿免疫研究上有新突破 第三节 美赞臣 一、美赞臣升级婴幼儿A+系列产品 二、2012年美赞臣奶粉全面提价 三、美赞臣在华建婴儿营养中心 四、美赞臣高端品牌攻略分析 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、惠氏以制药的经验制造奶粉 四、惠氏公司为新产品发起创意竞标 第五节 雀巢 一、雀巢抢夺国内高端幼儿奶粉市场 二、雀巢益生菌奶粉预防婴儿过敏 三、雀巢奶粉钙及磷含量过低被警告 第六节 雅培 一、雅培公司120年成长秘密解析 二、雅培全球召回折射中国网购弊端 三、雅培在中国本土化加速 第七节 伊利 一、伊利奶粉荣膺三项殊荣 二、伊利进军高端奶粉市场 三、伊利建成全球奶粉样板工厂 四、伊利建大型婴幼儿奶粉基地 第八节 蒙牛 一、蒙牛国内市场的优势进一步扩大 二、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场 三、蒙牛跻身世界16强成为乳业先锋 四、蒙牛用科技实力提升品牌竞争力 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、完达山乳业迎来高速发展期 第十节 圣元 一、圣元抓牢质量关赢得市场 二、圣元乳业打造百年民族品牌 三、圣元“早熟门”事件及其影响

第十章 2011-2012年中国婴幼儿奶粉营销分析 第一节 2011-2012年国产婴幼儿奶粉市场营销分析 一、婴幼儿奶粉主流品牌营销模式分析 二、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题 三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析 四、消费者教育与口碑传播营销策略 第二节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉中的4P营销分析 一、产品和需求 二、价格和价值 三、渠道和方便性 四、促销和传播 五、以产品为中心到以需求为中心 六、奶粉新营销组合因素的产生 第三节 2011-2012年中国婴幼儿奶粉市场协同营销分析 一、协同营销的紧迫性 二、协同营销的优势 三、协同营销的前提 四、协同营销的市场影响 第四节 2011-2012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 第五节 2011-2012年国产品牌婴幼儿奶粉营销策略选择 一、加强品质管理提高产品质量 二、进行市场细分占领农村市场 三、通过整合营销突出品牌个性 四、重视医务渠道建设抢占市场先机 五、做好深度分销重视促销和人性化管理

第十一章 中国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、三聚氰胺使国内乳业巨头损失惨重 第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件 一、“空壳奶粉”与“大头娃娃” 二、安徽阜阳劣质奶粉事件概况 三、阜阳劣质奶粉事件各方应对措施 四、安徽阜阳劣质奶粉事件调查结果 第三节 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信任危机 二、美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉 三、2012年雅培公司召回500万罐问题奶粉 第四节 婴幼儿奶粉其他不合格事件 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 三、婴幼儿奶粉营养强化剂不达标 四、邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌

第十二章 2011-2012年中国奶粉行业重点企业分析 第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、伊利股份概况

二、伊利股份竞争优势分析

三、2011-2012年伊利股份经营状况分析

四、2013-2017年伊利股份发展战略分析 第二节 光明乳业股份有限公司

一、光明乳业概况

二、光明乳业竞争优势分析

三、2011-2012年光明乳业经营状况分析

四、2013-2017年光明乳业发展战略分析 第三节 澳优乳业股份有限公司

一、澳优乳业概况

二、澳优乳业竞争优势分析

三、2011-2012年澳优乳业经营状况分析

四、2013-2017年澳优乳业发展战略分析 第四节 American Dairy (飞鹤乳业)

一、飞鹤乳业概况

二、飞鹤乳业竞争优势分析

三、2011-2012年飞鹤乳业经营状况分析

四、2013-2017年飞鹤乳业发展战略分析 第五节 Mead Johnson Nutrition (美赞臣)

一、美赞臣概况

二、美赞臣竞争优势分析

三、2011-2012年美赞臣经营状况分析

四、2013-2017年美赞臣发展战略分析 第六节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

一、完达山概况

## 二、完达山竞争优势分析

### 三、2011-2012年完达山经营状况分析

## 四、2013-2017年完达山发展战略分析第七节 广州市合生元生物制品有限公司

### 一、合生元概况

### 二、合生元竞争优势分析

### 三、2011-2012年合生元经营状况分析

## 四、2013-2017年合生元发展战略分析第八节 黑龙江雅士利乳业有限公司

### 一、雅士利概况

### 二、雅士利竞争优势分析

### 三、2011-2012年雅士利经营状况分析

## 四、2013-2017年雅士利发展战略分析第九节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

### 一、贝因美概况

### 二、贝因美竞争优势分析

### 三、2011-2012年贝因美经营状况分析

### 四、2013-2017年贝因美发展战略分析

## 第十三章 2013-2017年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析 第一节 2013-2017年中国

婴幼儿奶粉行业前景分析 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 2013-2017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、农村市场将成为争夺重点

三、市场将出现高端混战 四、市场竞争下行业购并不可避免 五、婴幼儿奶粉&ldquo;无

香&rdquo;是大趋势 第三节 2013-2017年中国奶粉企业进军高端市场策略分析 一、目标市场

的重新审视 二、品牌架构的重新审视 三、品牌内涵的重新审视 四、产品创新的重新审视

五、品牌传播的重新审视 六、渠道管理的重新审视 第四节 2013-2017年中国婴幼儿奶粉市

场规模预测 一、2013-2017年中国婴幼儿奶粉零售量预测分析 二、2013-2017年中国婴幼儿配

方奶粉零售规模预测 三、2013-2017年中国标准配方奶粉零售规模预测 四、2013-2017年中国

后续配方奶粉零售规模预测 五、2013-2017年中国幼儿配方奶粉零售规模预测 图表目录：图

表：国内生产总值同比增长速度图表：全国粮食产量及其增速图表：规模以上工业增加值增

速（月度同比）（%）图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）图表：进出口总额

（亿美元）图表：广义货币（M2）增长速度（%）图表：居民消费价格同比上涨情况图表：

工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度图表：人口及其自然增长率变化情况 图表：2012

年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）图



表：2013年中国GDP增长预测 图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/l58532Rl3S.html>