

2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场评估及投资前景分析报告

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

《2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场评估及投资前景分析报告》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/Z227199682.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

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。

婴幼儿奶粉是为了满足婴儿的营养需要，在普通奶粉的基础上加以调配的奶制品。

婴幼儿奶粉（又名婴儿配方奶粉）是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。

奶粉是将牛奶除去水分后制成的粉末，它适宜保存。根据意大利马可·波罗在游记中的记述，中国元朝的蒙古骑兵曾携带过一种奶粉食品，是蒙古大将慧元对它进行了巧妙的干燥处理，做成了便于携带的粉末状奶粉，作为军需物质。

妈妈们都知道母乳是宝宝最好的食物，却往往因为乳汁不够，或因身体等各种原因无法哺乳。于是，奶粉就成了宝宝身边最接近完美的食品。而随着现代科学工艺的提高，大多婴幼儿奶粉的营养元素也越来越加全面、丰富同时也越来越接近母乳营养。比如除钙、磷、铁、碘、锌等常规元素外，还加入了维生素A、D、E、维C、B族维生素以及母乳中所特有的叶酸、泛酸等。由于消费者的特殊性，婴幼儿奶粉和普通奶粉有着不少不同处。由于婴幼儿的消化系统发育尚不完全，不能直接食用牛乳或普通奶粉，所以婴幼儿奶粉调整了蛋白质、脂肪及乳糖的比例，使其适合于婴幼儿的消化与吸收。同时，婴幼儿奶粉中还添加多种营养物质，使之能够满足不同生长时期婴幼儿的营养需要。例如：添加DHA等不饱和脂肪酸可促进婴幼儿脑细胞生长发育。另外，婴幼儿奶粉针对婴幼儿不同的生长阶段其营养配方均不相同，只有正确地购买合适的产品才能达到最好的营养效果。

2011年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，然而和安吉兰德、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。在一线市场，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。“三聚氰胺”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。都避开在一线市场与洋奶粉竞争，而是选择开拓成本较低的二、三线市场。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场评估及投资前景分析报告》共

十二章。首先介绍了婴幼儿奶粉相关概念及发展环境，接着分析了中国婴幼儿奶粉规模及消费需求，然后对中国婴幼儿奶粉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面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴幼儿奶粉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 20

第一节 婴幼儿配方奶粉概述 20

- 一、婴幼儿配方奶粉特点 20
 - 二、婴幼儿奶粉分年龄段的好处 20
 - 三、婴幼儿配方奶粉的分类 21
 - 四、婴幼儿配方奶粉发展阶段 23
 - 五、婴幼儿配方奶粉几个重要指标 23
 - 六、婴幼儿配方奶粉的选择 24
 - 七、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件 25
- ### 第二节 各式婴幼儿奶粉分析 25
- 一、较大婴儿奶粉(断奶奶粉) 25
 - 二、低过敏性蛋白水解配方奶粉 25
 - 三、医疗用奶粉 25
 - 四、无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉) 26

第二章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉运行环境解析 26

第一节 2015年中国宏观经济环境分析 26

- 一、国民经济运行情况GDP 26
- 二、消费价格指数CPI、PPI 27
- 三、全国居民收入情况 33
- 四、恩格尔系数 33
- 五、工业发展形势 35

六、固定资产投资情况	44
七、财政收支状况	50
八、中国汇率调整（人民币升值）	51
九、存贷款基准利率调整情况	51
十、存款准备金率调整情况	52
十一、社会消费品零售总额	53
十二、对外贸易&进出口	54
十三、中国食品制造业在国民经济中的地位分析	58
第二节2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场政策透析	59
一、《奶业整顿和振兴规划纲要》要点解析	59
二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准	66
三、2015年食品安全重点工作安排	66
四、乳制品原料和产品都要逐批检验	71
五、《乳品质量安全监督管理条例》	71
六、《食品安全法》的实施对婴幼儿奶粉的影响	80
七、关于进一步加强婴幼儿配方乳粉质量安全工作的通知	82
八、乳制品工业产业政策	85
第三节 2014-2015年中国婴幼儿奶粉国家标准建设新进展	95
一、三项强制性婴幼儿奶粉国家标准	95
二、规范婴幼儿配方粉产品标签内容	95
三、碘不符合标准的婴儿奶粉禁止生产和销售	96
四、国家实行婴幼儿奶粉召回特别制度	96
第四节 2014-2015年中国乳制品市场社会环境分析	96
一、人口环境分析	96
二、教育环境分析	97
三、文化环境分析	104
四、生态环境分析	106
五、中国城镇化率	107
六、居民的各种消费观念和习惯	107
七、三聚氰胺事件使消费者对国产婴幼儿奶粉产量信任危机	110
第三章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉技术研究新进展	110

第一节 婴幼儿奶粉技术发展进程	110
第二节 婴幼儿奶粉技术的研究	112
一、酶水解生产婴幼儿配方粉新技术	112
二、婴幼儿乳粉新配方的研究	113
三、早产儿奶粉市场开发	114
第三节 免疫球蛋白(IG)在婴儿配方奶粉中的应用	115
一、国际上将Ig应用于乳制品的研究进展	115
二、我国免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发的现状	116
第四节 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究	117
一、DHA和AA的生理功能	117
二、母乳中的DHA和AA	117
三、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性	118
四、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA过量的危害	118
五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题	119
第五节 婴幼儿配方奶粉的核心：复配营养素	120
一、婴幼儿配方奶粉：高端的营养强化食品	120
二、复配营养素：婴幼儿配方奶粉产业链的核心	121
第四章 2014-2015年中国奶粉行业整体运行态势分析	122
第一节 奶粉行业概述	122
一、奶粉的分类	122
二、我国奶粉市场特点分析	125
三、国产奶粉质量抽检与质量体系	126
四、国产奶粉品牌营销分析	127
五、符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌	128
第二节 2014-2015年中国奶粉行业运行总况	129
一、中国奶粉市场的特殊性	129
二、农村奶粉市场分析	130
三、国内婴幼儿奶粉市场高端趋势明显，民族品牌齐齐亮相	133
第三节 2014-2015年中国奶粉市场运行动态分析	134
一、“全面二孩”撬动逾200亿奶粉市场，乳企加快布局	134
二、新《食品安全法》推出“最严奶粉新政”，奶粉行业掀起洗牌潮	134

- 三、实现“中国制造2025”，乳企加强质量品牌建设 135
- 四、“羊奶粉”渐成杭州妈妈们的新宠 135
- 五、外资奶粉进入降价通道抢夺奶粉市场 136
- 六、婴幼儿奶粉市场潜力被看好 137
- 七、奶粉向多元化方向发展 137
- 第四节 2014-2015年我国奶粉市场热点聚焦 137
 - 一、“三鹿奶粉事件”重击奶粉行业 137
 - 二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶 138
 - 三、我国原料奶粉价格情况 138
 - 四、“洋奶粉”价格上涨以及上涨原因分析 139
 - 五、进口奶粉关税回落对价格影响分析 139
 - 六、国内配方奶粉市场回暖 140
- 第五节 2014-2015年国外奶粉对我国奶粉行业的冲击分析 140
 - 一、进口奶粉低价倾销冲击国产奶业 140
 - 二、国内奶粉滞销积压严重 142
 - 三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点 143
 - 四、国外企业争夺中国奶粉市场 145
 - 五、中外奶粉市场大打“奶源”牌 145
 - 六、洋品牌调动全球能量抢占市场 146
 - 七、欧洲洋奶粉向本土化发展 146
 - 八、法国合生元欲进军中国高端奶粉市场 147
 - 九、韩国每日乳业高端奶粉进入我国市场 148
 - 十、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示 149
- 第五章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析 151
 - 第一节 2014-2015年全球婴幼儿奶粉市场动态分析 151
 - 一、国际奶荒国内多种奶粉涨价 151
 - 二、英特儿新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场 152
 - 三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题 152
 - 四、印度婴幼儿奶粉政策环境 152
 - 第二节 2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行综述 153
 - 一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长 153

- 二、国内品牌需加大研发力度 153
- 三、婴幼儿奶粉市场价格分析 153
- 四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显 153
- 第三节 2014-2015年中国婴儿配方奶粉市场调研 154

- 一、婴幼儿奶粉行业消费特点 154
- 二、婴幼儿奶粉消费者分析 154
- 三、婴幼儿奶粉消费结构分析 154
- 四、营养与安全是消费者认为最重要的因素 155
- 五、国外品牌销售量远远大于国产的本土品牌 155
- 六、消费者购买婴幼儿奶粉的主要渠道 155
- 七、消费者对行业品牌认知度宏观调查 156
- 八、婴幼儿奶粉行业品牌忠诚度调查 156
- 九、消费者经常购买的品牌调查 156

第六章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行动态分析 156

第一节 2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场运行动态分析 156

- 一、实力乳企将分享2016婴儿出生高峰潮红利 156
- 二、价格战致使传统婴儿奶粉整体价盘持续下降 157
- 三、物以稀为贵，有机奶粉、羊奶粉等品类“走红” 157
- 四、传统实体分销渠道与线上虚拟电子商务渠道将进一步融合 157

第二节 2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场需求分析 158

- 一、中国婴幼儿奶粉市场容量 158
- 二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升 159
- 三、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成 159
- 四、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代 159
- 五、婴幼儿奶粉市场暗战升级 160

第三节 2014-2015年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题分析 160

- 一、产品线过长，产品质量不高 160
- 二、产品组合深度不够，未能塑造良好的品牌形象 161
- 三、销售形式传统单一，未能实现整合营销 161
- 四、国内婴幼儿奶粉企业间恶性竞争，造谣诋毁 161

第七章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉营销分析	162
第一节 2014-2015年国产婴幼儿奶粉品牌营销分析	162
一、国产婴幼儿奶粉品牌的困境	162
二、中心城市突破需转变观念	162
三、消费者教育与口碑传播的营销策略	162
第二节 婴幼儿奶粉行业4P组合营销分析	164
一、产品VS需求	164
二、价格VS价值	164
三、渠道VS方便性	165
四、促销VS传播	166
五、4P组合的变化	166
六、4P的新发展	167
七、以不变应万变	167
第三节 2014-2015年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式	168
一、差异化营销	168
二、数据库营销	168
三、整合式营销	168
第四节 2014-2015年婴幼儿奶粉营销策略分析	168
一、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题	168
二、婴幼儿配方奶粉营销模式分析	170
1、美赞臣模式：捆绑早期教育	170
2、贝因美模式：借势冠军宝贝	170
3、雅培模式：诱惑小音乐家	170
三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析	171
第八章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析	171
第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析	171
一、品牌婴儿配方奶粉排行分析	171
二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析	172
第二节 多美滋	173
一、企业介绍	173
二、多美滋中国业务转手雅士利	174

- 三、生产技术 174
- 四、销售网点 175
- 第三节 美赞臣 176
 - 一、企业介绍 176
 - 二、中国市场疲软，美赞臣2015年销售额微降 176
 - 三、美赞臣坚守百年良心 177
 - 四、美赞臣经营情况 177
 - 五、美赞臣资产负债情况 179
 - 六、美赞臣现金流量情况 181
- 第四节 惠氏 182
 - 一、惠氏介绍 182
 - 二、二胎政策促进惠氏受益 182
 - 三、惠氏启赋奶粉致力创新突破配方全新升级 183
 - 四、惠氏以制药的经验制造奶粉 183
- 第五节 雀巢 185
 - 一、雀巢品牌概况 185
 - 二、雀巢经营策略 185
 - 三、雀巢品牌管理 186
 - 四、雀巢中国发展 186
 - 五、全球经济不振瑞郎升值冲击雀巢公司业务步履维艰 188
- 第六节 雅培 189
 - 一、雅培120年的成长秘密 189
 - 二、雅培携手腾讯探寻健康领域营销新途径 190
 - 三、经营业绩分析 191
 - 四、雅培加速发展 193
- 第七节 伊利 194
 - 一、伊利奶粉品牌介绍 194
 - 二、伊利产品营销 194
 - 三、伊利财务情况 196
 - 四、伊利资产负债 197
 - 五、伊利现金流量 199
- 第八节 蒙牛 201

- 一、蒙牛国内市场的优势也在进一步扩大 201
- 二、蒙牛战略合作 202
- 三、蒙牛经营情况 203
- 第九节 完达山 203
 - 一、完达山奶粉实现功能细分 203
 - 二、完达山提升科技创新力助推企业发展 203
 - 三、完达山全力满足市场对巴氏奶需求 204
 - 四、完达山产品成功进驻华东物美超市大卖场 205
- 第十节 圣元 205
 - 一、圣元国际剑指第一婴幼儿奶粉品牌 205
 - 二、圣元优博奶粉获得殊荣无数彰显企业实力 205
 - 三、圣元优聪 206
- 第十一节 其他品牌动态 207
 - 一、雅士利拟向澳优出售施恩中国工厂 207
 - 三、国际化加速蒙牛雅士利世界级工厂新西兰投产 208
 - 三、南山奶粉最新事件：“致癌门”后再陷漩涡销量恐再受挫 209

- 第九章 婴幼儿奶粉负面事件影响分析 210
 - 第一节 三聚氰胺事件分析 210
 - 一、背景 210
 - 二、原因 211
 - 三、危机对中国乳业的影响 211
 - 第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件 212
 - 一、基本情况 212
 - 二、主要工作措施 213
 - 第三节 “空壳奶粉”事件 214
 - 第四节 “大头娃娃”事件 215
 - 第五节 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件 219
 - 一、17家乳企上审计“黑榜”：羊奶粉企业是重灾区 219
 - 二、美国美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉 221
 - 第六节 2015年我国婴幼儿奶粉抽检不合格的四大问题分析 222
 - 一、Hello和宝露芬上榜进口奶粉也虚标营养素 222

二、尴尬奶粉“国家队”也出现不合格 222

三、地方保护破局挖出黑龙江陕西多家问题乳企 223

四、国产与进口抽检频率不同有失公允 223

第十章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析 224

第一节 2014-2015年中国奶粉市场竞争总况 224

一、中国奶粉市场竞争日益激烈 224

二、行业洗牌，营销手段同质化，给国产奶粉企业以重压 225

三、婴幼儿奶粉市场总体下降，高端需求呈上升趋势 225

四、高端市场集中度低，升级配方洋品牌优势凸显 226

第二节 2014-2015年中外激战婴幼儿奶粉高端市场分析 227

一、高端市场空间巨大 227

二、洋品牌领跑高端市场 228

三、国产品牌急追不放 228

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 229

一、外资品牌仍处高端塔尖，尽享黄金利润 229

二、国内品牌将两极分化，马太效应充分显现 229

三、营销模式新突破，品牌企业受益最大 230

第十一章 2014-2015年中国婴幼儿奶粉重点运营关键性财务数据分析 231

第一节 北京三元食品股份有限公司（600429） 231

一、企业概况 231

二、企业主要经济指标分析 232

三、企业盈利能力分析 233

四、企业偿债能力分析 233

五、企业运营能力分析 235

六、企业成长能力分析 235

第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司 236

一、企业概况 236

二、企业主要经济指标分析 239

三、企业盈利能力分析 240

四、企业偿债能力分析 241

- 五、企业运营能力分析 242
- 六、企业成长能力分析 243
- 第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司 243
 - 一、企业概况 243
 - 二、企业主要经济指标分析 243
 - 三、企业盈利能力分析 244
 - 四、企业运营能力分析 245
 - 五、企业偿债能力分析 245
 - 六、企业发展能力分析 246
- 第四节 澳优乳品(湖南)有限公司 247
 - 一、企业概况 247
 - 二、企业主要经济指标分析 247
 - 三、企业盈利能力分析 248
 - 四、企业运营能力分析 249
 - 五、企业偿债能力分析 249
 - 六、企业发展能力分析 250
- 第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司 251
 - 一、企业概况 251
 - 二、企业主要经济指标分析 252
 - 三、企业盈利能力分析 252
 - 四、企业运营能力分析 253
 - 五、企业偿债能力分析 253
 - 六、企业发展能力分析 255
- 第六节 黑龙江飞鹤乳业有限公司 255
 - 一、企业概况 255
 - 二、企业主要经济指标分析 255
 - 三、企业盈利能力分析 256
 - 四、企业偿债能力分析 257
 - 五、企业运营能力分析 258
 - 六、企业成长能力分析 259
- 第七节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司 259
 - 一、企业概况 259

- 二、企业主要经济指标分析 260
- 三、企业盈利能力分析 261
- 四、企业偿债能力分析 261
- 五、企业运营能力分析 262
- 六、企业发展成长能力分析 263
- 第八节 惠氏（上海）营养品有限公司 263
 - 一、企业概况 263
 - 二、企业主要经济指标分析 263
 - 三、企业盈利能力分析 264
 - 四、企业偿债能力分析 265
 - 五、企业运营能力分析 266
 - 六、企业发展成长能力分析 267
- 第九节 美赞臣（广州）有限公司 267
 - 一、企业概况 267
 - 二、企业主要经济指标分析 269
 - 三、企业盈利能力分析 269
 - 四、企业运营能力分析 270
 - 五、企业偿债能力分析 271
 - 六、企业发展能力分析 272
- 第十节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 272
 - 一、企业概况 272
 - 二、企业主要经济指标分析 274
 - 三、企业盈利能力分析 274
 - 四、企业运营能力分析 275
 - 五、企业偿债能力分析 276
 - 六、企业发展能力分析 277
- 第十一节 广州市合生元生物制品有限公司 277
 - 一、企业概况 277
 - 二、企业主要经济指标分析 278
 - 三、企业盈利能力分析 279
 - 四、企业运营能力分析 280
 - 五、企业偿债能力分析 280

六、企业发展能力分析 281

第十二章 2016-2022年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析 282

第一节 2016-2022年中国婴儿乳品行业前景分析 282

一、市场潜力 282

二、投资方向 283

第二节 2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势 283

一、政府对行业的政策支持力度加大 283

二、农村及高端市场将成为国内外品牌争夺的重点 283

三、消费者对国产品牌的信任危机 283

四、婴儿奶粉产品的价格需求弹性不敏感 283

第三节 2016-2022年中国婴幼儿奶粉市场趋势分析 284

一、渠道多元化 284

二、竞争复杂化 284

三、区域差异化 285

四、铺货延伸化 285

五、产品高端与专业化 285

六、策略建议 286

第四节 中国奶粉企业走向高端市场策略分析 286

第五节 婴幼儿配方奶粉发展对策分析 293

一、提升婴幼儿奶粉品质应该先抓配方 293

二、中国婴儿奶粉行业的营销对策 294

第十三章 2016-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究 296

第一节 2014-2015年婴幼儿奶粉投资概况 296

一、婴幼儿奶粉业投资特性 296

二、婴幼儿奶粉业投资预测 297

三、婴幼儿奶粉业投资环境分析 297

第二节 2016-2022年中国奶粉业市场投资机会分析 298

一、中国已成世界第一奶粉消费国 298

二、婴幼儿奶粉市场投资潜力分析 298

三、婴幼儿奶粉产业链及价值链研究 299

第三节 2016-2022年中国婴幼儿奶粉投资风险预警 302

一、婴幼儿奶粉行业环境风险 302

1. 国际经济环境风险 302

2. 汇率风险 302

3. 宏观经济风险 302

4. 宏观经济政策风险 304

5. 区域经济变化风险 304

二、婴幼儿奶粉行业政策风险 304

三、婴幼儿奶粉行业市场风险 305

1. 市场供需风险 305

2. 价格风险 305

3. 竞争风险 305

四、婴幼儿奶粉行业其他风险分析 305

第四节 婴幼儿奶粉行业投资策略 306

一、婴幼儿奶粉行业发展前景预测 306

二、婴幼儿奶粉企业营销策略 306

1、产品策略 306

2、定价策略 307

3、销售渠道策略 308

4、促销策略 309

三、婴幼儿奶粉企业投资策略 311

四、婴幼儿奶粉企业应对当前经济形势策略建议 311

图表目录：

图表：2014-2015年国民生产总值（GDP）表 26

图表：2006-2015年中国GDP增速走势图 27

图表：符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌名单 128

图表：美赞臣经营情况 177

图表：美赞臣资产负债情况 179

图表：美赞臣现金流量情况 181

图表：雅培经营业绩 191

图表：伊利财务情况 196

图表：伊利资产负债 197

图表：伊利现金流量 199

图表：蒙牛经营情况 203

图表：2015年奶粉品牌关注排行 226

图表：2015年奶粉品牌属性 227

图表：2015年奶粉品牌关注度排行—进口奶粉 227

图表：北京三元食品股份有限公司主要经济指标 232

图表：北京三元食品股份有限公司盈利能力 233

图表：北京三元食品股份有限公司偿债能力 233

图表：北京三元食品股份有限公司运营能力 235

图表：北京三元食品股份有限公司成长能力 235

图表：2012-2015年黑龙江省完达山乳业股份有限公司财务指标与经营状况 239

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司盈利能力 240

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司偿债能力 241

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司运营能力 242

图表：黑龙江省完达山乳业股份有限公司成长能力 243

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司财务指标 243

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司盈利能力 244

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司运营能力 245

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司偿债能力 245

图表：黑龙江雅士利乳业有限公司发展能力 246

图表：2012-2015年三季度澳优乳品(湖南)有限公司财务指标与经营状况 247

图表：澳优乳品(湖南)有限公司盈利能力 248

图表：澳优乳品(湖南)有限公司运营能力 249

图表：澳优乳品(湖南)有限公司偿债能力 249

图表：澳优乳品(湖南)有限公司发展能力 250

图表：2012-2015年三季度哈尔滨太子乳品工业有限公司财务指标与经营状况 252

图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司盈利能力 252

图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司运营能力 253

图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司偿债能力 253

图表：哈尔滨太子乳品工业有限公司发展能力 255

图表：2012-2015年黑龙江飞鹤乳业有限公司财务指标与经营状况 255

图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司盈利能力 256

图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司偿债能力 257

图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司运营能力 258

图表：黑龙江飞鹤乳业有限公司成长能力 259

图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司财务指标与经营状况 260

图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司盈利能力 261

图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司偿债能力 261

图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司运营能力 262

图表：黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司发展能力 263

图表：惠氏（上海）营养品有限公司财务指标与经营状况 263

图表：惠氏（上海）营养品有限公司盈利能力 264

图表：惠氏（上海）营养品有限公司偿债能力 265

图表：惠氏（上海）营养品有限公司运营能力 266

图表：惠氏（上海）营养品有限公司成长能力 267

图表：美赞臣（广州）有限公司财务指标与经营状况 269

图表：美赞臣（广州）有限公司盈利能力 269

图表：美赞臣（广州）有限公司运营能力 270

图表：美赞臣（广州）有限公司偿债能力 271

图表：美赞臣（广州）有限公司发展能力 272

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利能力 274

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力 275

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司偿债能力 276

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司发展能力 277

图表：广州市合生元生物制品有限公司财务指标与经营状况 278

图表：广州市合生元生物制品有限公司盈利能力 279

图表：广州市合生元生物制品有限公司运营能力 280

图表：广州市合生元生物制品有限公司偿债能力 280

图表：广州市合生元生物制品有限公司发展能力 281

图表：2010-2015年我国婴幼儿奶粉行业投资规模 297

图表：2016-2022年我国婴幼儿奶粉投资规模预测(亿元) 297

图表：婴幼儿奶粉产业链及价值链图 299

图表：中国奶制品流通渠道示意图 308

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/Z227199682.html>