

2017-2022年中国婴幼儿配 方奶粉市场供需与市场前景预测报告

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

《2017-2022年中国婴幼儿配方奶粉市场供需与市场前景预测报告》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.abaogao.com/b/ruzhipin/Z22719ICM2.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

2016年1-8月我国共进口婴幼儿配方奶粉13.4万吨，同比增长32.3%，价值18.3亿美元，同比增长30.7%，平均价格为1.36万美元/吨，同比下降1.3%。主要国家中荷兰占36.6%，爱尔兰占15.5%，新西兰占10.9%，德国占9.4%，法国占6.4%，这5个国家约占中国总进口的78.8%。8月我国共进口婴幼儿配方奶粉1.96万吨，同比增长36.5%，价值2.64亿美元，同比增长34.8%，进口价格为1.35万美元/吨，同比下降1.2%。

婴幼儿奶粉进口量及价格

进口婴幼儿配方奶粉主要来源国及比重 2016年1-8月

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国婴幼儿配方奶粉市场供需与市场前景预测报告》共十七章。首先介绍了婴幼儿配方奶粉相关概念及发展环境，接着分析了中国婴幼儿配方奶粉规模及消费需求，然后对中国婴幼儿配方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配方奶粉面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴幼儿配方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 婴幼儿配方奶粉行业概述30

第一节 婴幼儿配方奶粉概述 31

一、婴幼儿配方奶粉的概述 31

二、婴幼儿奶粉配方的作用 32

三、婴幼儿奶粉分段及好处 33

四、婴幼儿配方奶粉的分类 34

五、婴幼儿配方奶粉发展历程 36

六、婴幼儿配方奶粉重要指标 37

七、婴幼儿配方奶粉的选择 40

八、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件 45

第二节 各式婴幼儿奶粉分析 45

- 一、较大婴儿奶粉(断奶奶粉) 45
- 二、一般奶粉(牛奶) 45
- 三、医疗用奶粉 45
- 四、无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉) 46
- 五、低过敏性蛋白水解配方奶粉 46

第二章 2016年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析 47

第一节 2016年中国宏观经济发展环境分析 47

一、2016年中国gdp增长情况分析 47

自改革开放以来，中国国民经济快速增长。2001年后，中国经济进入了新一轮的增长周期。国民经济总体呈现增长较快、价格回稳、结构优化、民生改善的发展态势。2010年，中国国内生产总值达到408903亿元，2010年国内生产总值按平均汇率折算达到58791亿美元，超过日本，成为仅次于美国的世界第二大经济体，中国经济增长对世界经济的贡献不断提高2015年中国国内生产总值676708亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。

2016年上半年，中国国内生产总值340637亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

2014-2016年中国国内生产总值及构成		单位：亿元		2014年	2015年	2016年	国内生产总值
636463	676708	340637	第一产业	58332	60863	22097	第二产业
							271392
			第三产业	306739	341567	184290	274278
							134250

二、2016年工业经济发展形势分析 48

三、2016年全社会固定资产投资分析 50

四、2016年社会消费品零售总额分析 52

五、2016年城乡居民收入与消费分析 53

六、2016年对外贸易的发展形势分析 55

第二节 2016年中国婴幼儿奶粉市场政策透析 56

一、中国制定乳品奶粉安全国家新标准 56

二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准 58

三、《奶业整顿和振兴规划纲要》解析 59

四、《乳品质量安全监督管理条例》解读	62
五、《乳制品工业产业政策（2009年修订）》	67
六、《食品安全法》对婴幼儿奶粉的影响	77
七、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》	77
第三节 2016年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析	78
一、2016年中国人口及结构总体情况	78
二、2016年中国人口及地区分布状况	79
三、2016年中国人口出生率情况分析	81
四、2016年中国婴幼儿总数情况分析	82
第四节 2016年中国乳制品产业环境分析	83
一、2016年中国奶类及牛奶产量分析	83
二、2016年中国乳制品行业发展概述	84
三、2016年中国乳制品产量增长分析	87
第五节 2016年中国重点地区乳制品概况分析	89
一、内蒙古奶业概况分析	89
二、黑龙江奶业概况分析	90
三、山东省奶业概况分析	92
四、陕西省奶业概况分析	93
五、广东省奶业概况分析	95
六、河南省奶业概况分析	96
七、江苏省奶业概况分析	98
第三章 2016年中国奶粉行业整体运行态势分析	100
第一节 奶粉行业概述	100
一、奶粉的分类	100
二、国产奶粉质量抽检与质量体系	100
三、符合标准的进口奶粉品牌	101
第二节 2016年中国奶粉行业运行总况	102
一、中国奶粉市场特点分析	102
二、农村奶粉市场分析	104
三、民族品牌齐打高端奶粉牌	104
第三节 2016年中国奶粉市场运行动态分析	105

- 一、洋奶粉占优国产品牌欲崛起 105
- 二、配方奶粉成为市场竞争热点 105
- 三、婴幼儿奶粉市场潜力被看好 105
- 四、奶粉向多元化方向发展 106
- 第四节 2016年中国奶粉市场热点聚焦 106
 - 一、“三鹿奶粉事件”重击奶粉行业 106
 - 二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶 106
 - 三、2016年中国奶粉价格情况 107
 - 四、2016年“洋奶粉”价格上涨以及原因分析 107
 - 五、“奶粉限购潮”席卷全球 108
 - 六、国内乳企纷纷贴上“洋标签” 109
 - 七、2016年进口乳品新规则及影响 110
- 第五节 2016年国外奶粉对中国奶粉行业的冲击分析 111
 - 一、进口奶粉低价冲击国产奶业 111
 - 二、升级配方洋品牌优势凸显分析 112
 - 三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点 112
 - 四、韩国每日乳业高端奶粉进入中国市场 113
 - 五、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场 114
 - 六、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示 114
- 第六节 2016年中国奶粉行业波特五力模型分析 115
 - 一、行业内竞争强度 115
 - 二、新进入者威胁分析 116
 - 三、来自替代品的竞争 117
 - 四、供应商的议价能力 117
 - 五、购买者的议价能力 118
- 第四章 2016年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析 120
 - 第一节 全球婴幼儿奶粉市场动态分析 120
 - 一、发达国家婴幼儿奶粉的法律规定 120
 - 二、英特尔拓展中国婴幼儿奶粉市场 120
 - 三、美国婴幼儿奶粉被指含高氯酸盐 121
 - 四、美国第一大婴幼儿奶粉广告诉讼案 121

第二节 2016年中国婴幼儿奶粉市场运行综述 122

一、婴幼儿奶粉市场容量高速增长 122

二、奶粉企业加大研发力度 123

三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析 123

四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显 124

第三节 2016年中国婴儿配方奶粉市场调研 124

一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式 124

二、消费者对婴儿配方奶粉营养成分了解情况 125

三、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况分析 125

四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因 126

五、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况 126

六、消费者购买婴儿配方奶粉的途径 127

七、消费者对婴儿配方奶粉了解途径 127

八、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况 128

九、消费者正在使用婴儿配方奶粉品牌情况 128

第五章 2016年中国婴幼儿奶粉市场运行态势分析 130

第一节 2016年中国婴幼儿奶粉行业发展现状分析 130

一、2016年中国婴幼儿食品市场规模分析 130

二、2016年中国婴幼儿配方奶粉零售量 131

三、2016年中国婴幼儿配方奶粉零售规模 131

四、2016年中国婴幼儿奶粉进出口分析 132

五、中国婴幼儿奶粉代购发展分析 132

第二节 2016年中国婴幼儿奶粉细分市场分析 133

一、2016年中国婴幼儿配方奶粉市场结构 133

二、2016年中国标准婴儿配方奶粉零售规模 134

三、2016年中国幼儿配方奶粉零售规模分析 134

四、2016年中国后续配方婴儿奶粉零售规模 135

第三节 2016年中国婴幼儿奶粉市场结构分析 135

一、婴幼儿奶粉高端市场分析 135

二、婴幼儿奶粉中端市场分析 136

三、高端婴幼儿奶粉市场增长迅速 137

第四节 2016年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题 137

- 一、产品线过长质量不高 137
- 二、产品组合深度不够 138
- 三、销售形式传统单一有待整合 138
- 四、终端激励不足促销细化不够 138
- 五、奶粉质量存在的问题分析 139

第五节 2016年中国婴幼儿奶粉市场策略分析 139

- 一、提高婴幼儿奶粉产品质量 139
- 二、加强品牌推广提升品牌形象 140
- 三、知识营销与产品营销相结合 140
- 四、开发新的营销渠道 140
- 五、改进和提高服务水平 141

第六章 2016年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析 142

第一节 中国奶粉市场竞争总体概况 142

- 一、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中 142
- 二、奶粉企业品牌与渠道成竞争关键 142
- 三、国外企业竞相争夺中国奶粉市场 143
- 四、中外奶粉市场大打“奶源”牌 143
- 五、洋奶粉本土化欲垄断国内市场 144

第二节 2016年中国婴幼儿奶粉市场竞争分析 144

- 一、中国婴幼儿奶粉企业竞争分析 144
- 二、中国婴幼儿奶粉品牌竞争格局 146
- 三、中国奶粉市场竞争日益激烈 148

第三节 2016年中国高端奶粉市场竞争状况 148

- 一、洋品牌领跑高端婴幼儿奶粉市场 148
- 二、国内高端婴幼儿奶粉市场空间巨大 148
- 三、高端婴幼儿奶粉市场竞争日益激烈 149
- 四、国产品牌进军高端婴幼儿奶粉市场 150

第四节 奶粉行业品牌关注度分析 150

- 一、整体品牌关注度分析 150
- 二、品牌属性情况分析 151

三、进口国产品牌关注度 152

第五节 中国婴幼儿奶粉行业竞争格局预测分析 155

一、外资品牌仍处高端塔尖 155

二、国内品牌将呈现两极分化 155

三、品牌企业受益营销模式突破 156

第七章 中国婴幼儿奶粉品牌消费情况分析 157

第一节 多美滋 157

一、消费者购买渠道分析 157

二、消费者购买频率分析 157

三、购买人群收入水平分析 158

四、购买人群消费比重分析 158

五、产品各方面性能比较 159

六、优势分析 164

第二节 惠氏 164

一、消费者购买渠道分析 164

二、消费者购买频率分析 165

三、购买人群收入水平分析 165

四、购买人群消费比重分析 166

五、产品各方面性能比较 166

六、优势分析 171

第三节 美赞臣 171

一、消费者购买渠道分析 172

二、消费者购买频率分析 172

三、购买人群收入水平分析 173

四、购买人群消费比重分析 173

五、产品各方面性能比较 174

六、优势分析 178

第四节 伊利 179

一、消费者购买渠道分析 179

二、消费者购买频率分析 180

三、购买人群收入水平分析 180

四、购买人群消费比重分析 181

五、产品各方面性能比较 181

六、优势分析 185

第五节 雀巢 186

一、消费者购买渠道分析 186

二、消费者购买频率分析 187

三、购买人群收入水平分析 187

四、购买人群消费比重分析 188

五、产品各方面性能比较 188

六、优势分析 192

第六节 贝因美 193

一、消费者购买渠道分析 193

二、消费者购买频率分析 194

三、购买人群收入水平分析 194

四、购买人群消费比重分析 195

五、产品各方面性能比较 195

六、优势分析 200

第七节 雅培 200

一、消费者购买渠道分析 200

二、消费者购买频率分析 201

三、购买人群收入水平分析 201

四、购买人群消费比重分析 202

五、产品各方面性能比较 203

六、优势分析 207

第八节 飞鹤 207

一、消费者购买渠道分析 208

二、消费者购买频率分析 208

三、购买人群收入水平分析 209

四、购买人群消费比重分析 209

五、产品各方面性能比较 210

六、优势分析 214

第九节 圣元 214

- 一、消费者购买渠道分析 214
- 二、消费者购买频率分析 215
- 三、购买人群收入水平分析 216
- 四、购买人群消费比重分析 216
- 五、产品各方面性能比较 217
- 六、优势分析 221
- 第十节 光明 222
 - 一、消费者购买渠道分析 222
 - 二、消费者购买频率分析 222
 - 三、购买人群收入水平分析 223
 - 四、购买人群消费比重分析 223
 - 五、产品各方面性能比较 224
 - 六、优势分析 228
- 第十一节 合生元 229
 - 一、消费者购买渠道分析 229
 - 二、消费者购买频率分析 230
 - 三、购买人群收入水平分析 230
 - 四、购买人群消费比重分析 231
 - 五、产品各方面性能比较 231
 - 六、优势分析 235
- 第十二节 雅士利 236
 - 一、消费者购买渠道分析 236
 - 二、消费者购买频率分析 237
 - 三、购买人群收入水平分析 237
 - 四、购买人群消费比重分析 238
 - 五、产品各方面性能比较 238
 - 六、优势分析 242
- 第十三节 澳优 243
 - 一、消费者购买渠道分析 243
 - 二、消费者购买频率分析 244
 - 三、购买人群收入水平分析 244
 - 四、购买人群消费比重分析 245

五、产品各方面性能比较 245

六、优势分析 249

第十四节 金摇篮 250

一、消费者购买渠道分析 250

二、消费者购买频率分析 251

三、购买人群收入水平分析 251

四、购买人群消费比重分析 252

五、产品各方面性能比较 252

六、优势分析 256

第八章 2016年中国奶粉行业进出口情况分析 258

第一节 2016年中国奶粉进口分析 258

一、中国奶粉进口数量情况 258

二、中国奶粉进口金额情况 258

第二节 2016年中国奶粉出口分析 259

一、中国奶粉出口数量情况 259

二、中国奶粉出口金额情况 259

第三节 2016年中国奶粉进出口均价分析 260

第四节 2016年中国奶粉进出口流向分析 261

一、中国奶粉进口来源地情况 261

二、中国奶粉出口目的地情况 263

第九章 2016年婴幼儿奶粉技术发展分析 265

第一节 婴幼儿奶粉技术发展进程 265

第二节 婴幼儿奶粉技术的研究 265

一、母乳配方奶粉的研究 265

二、婴幼儿奶粉新配方的研究 266

三、婴幼儿奶粉市场开发 266

第三节 免疫球蛋白(ig)在婴儿配方奶粉中的应用 267

一、国际上将ig应用于乳制品的研究进展情况 267

二、免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发现状 268

第四节 婴幼儿配方奶粉强化dha和aa的研究 269

- 一、dha和aa的生理功能 269
- 二、母乳中的dha和aa 269
- 三、婴幼儿配方奶粉强化dha和aa的必要性 270
- 四、国内外婴幼儿配方奶粉强化dha和aa现状 270
- 五、婴幼儿配方奶粉强化dha和aa应注意问题 271
- 第五节 婴幼儿配方奶粉的核心 272
 - 一、婴幼儿配方奶粉的实质 272
 - 二、复配营养素是婴幼儿配方奶粉产业链的核心 273

第十章 2016年中国奶牛场生产管理状况分析 275

第一节 奶牛场的基本状况 275

- 一、所有制形式 275
- 二、建成时间 276
- 三、人员结构 276
- 四、奶牛存栏量 276

第二节 奶牛场的饲养管理状况 277

- 一、牛群结构 277
- 二、单产水平 277
- 三、tmr饲喂技术采用情况 279
- 四、机械化挤奶情况 279
- 五、粗饲料使用情况 280
- 六、疾病变化情况 281

第三节 奶牛场原料奶的质量情况 282

- 一、乳脂率 282
- 二、乳蛋白率 282
- 三、细菌总数 283
- 四、体细胞数 283

第四节 奶牛场效益情况 284

- 一、原料奶收购价格 284
- 二、饲养成本 284
- 三、盈利情况 285

第五节 2016年奶牛养殖业形势分析 286

- 一、原料奶价格持续走高 286
- 二、奶牛存栏提升 286
- 三、生产成本上涨 286

第十一章 中国婴幼儿奶粉产品品牌市场状况调查分析 288

第一节 中国婴幼儿奶粉主要消费市场分析 288

- 一、中国婴幼儿奶粉市场消费者家庭调查分析 288
- 二、中国婴幼儿奶粉消费者家庭生活态度分析 289
- 三、中国婴幼儿奶粉消费者家庭体育及休闲活动 293

第二节 华北地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 295

- 一、北京婴幼儿奶粉消费调查分析 295
- 二、天津婴幼儿奶粉消费调查分析 296
- 三、太原婴幼儿奶粉消费调查分析 297
- 四、哈尔滨婴幼儿奶粉消费调查分析 298

第三节 东北地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 300

- 一、长春婴幼儿奶粉消费调查分析 300
- 二、沈阳婴幼儿奶粉消费调查分析 301
- 三、大连婴幼儿奶粉消费调查分析 302

第四节 华东地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 304

- 一、济南婴幼儿奶粉消费调查分析 304
- 二、青岛婴幼儿奶粉消费调查分析 305
- 三、南京婴幼儿奶粉消费调查分析 306
- 四、苏州婴幼儿奶粉消费调查分析 307
- 五、上海婴幼儿奶粉消费调查分析 309
- 六、杭州婴幼儿奶粉消费调查分析 310
- 七、宁波婴幼儿奶粉消费调查分析 311
- 八、福州婴幼儿奶粉消费调查分析 313
- 九、厦门婴幼儿奶粉消费调查分析 314

第五节 华中地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 315

- 一、合肥婴幼儿奶粉消费调查分析 315
- 二、南昌婴幼儿奶粉消费调查分析 317
- 三、郑州婴幼儿奶粉消费调查分析 318

四、长沙婴幼儿奶粉消费调查分析 319

五、武汉婴幼儿奶粉消费调查分析 320

第六节 华南地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 322

一、广州婴幼儿奶粉消费调查分析 322

二、深圳婴幼儿奶粉消费调查分析 323

三、佛山婴幼儿奶粉消费调查分析 324

四、南宁婴幼儿奶粉消费调查分析 325

五、海口婴幼儿奶粉消费调查分析 327

第七节 西部地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析 328

一、成都婴幼儿奶粉消费调查分析 328

二、重庆婴幼儿奶粉消费调查分析 329

三、昆明婴幼儿奶粉消费调查分析 330

四、西安婴幼儿奶粉消费调查分析 332

第十二章 2016年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析 334

第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析 334

一、主要品牌婴幼儿配方奶粉的横向对比 334

二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析 343

第二节 多美滋 344

一、多美滋换“马甲”涨10% 344

二、多美滋金盾推出益生元营养米粉 344

三、多美滋优阶系列产品采用“分阶段营养强化”新理念 344

四、多美滋获中国婴童品牌百强评选奶粉榜提名 345

第三节 美赞臣 346

一、美赞臣a+1配方奶粉惠及早产宝宝 346

二、美赞臣在华建婴儿营养中心 346

三、美赞臣举办国际儿科领袖峰会 347

四、美赞臣高端品牌攻略分析 348

第四节 惠氏 351

一、惠氏名列最受欢迎婴幼儿奶粉品牌 351

二、惠氏要做婴幼儿配方奶粉 351

三、惠氏以制药的经验制造奶粉 352

四、惠氏为幼儿打造“乐动天赋”新年音乐会 353

第五节 雀巢 354

- 一、雀巢高价收购惠氏 354
- 二、雀巢益生菌奶粉预防婴儿过敏 354
- 三、雀巢奶粉钙及磷含量过低被警告 355
- 四、雀巢在广东投资5亿元扩产食品厂 355

第六节 雅培 356

- 一、雅培公司120年成长秘密解析 356
- 二、雅培全球召回折射中国网购弊端 357
- 三、雅培启动家庭科教公益项目 358

第七节 伊利 359

- 一、伊利在上海“sail china”获得九大奖项 359
- 二、伊利用专利数据诠释创新精神 359
- 三、伊利全面启动品牌升级 360
- 四、伊利11亿元新西兰婴儿奶粉项目获批 360

第八节 蒙牛 361

- 一、蒙牛国内市场的优势进一步扩大 361
- 二、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场 361
- 三、蒙牛31.8亿港元收购现代牧业股份 362
- 四、蒙牛用科技实力提升品牌竞争力 362

第九节 完达山 363

- 一、完达山奶粉实现功能细分 363
- 二、完达山打造绿色奶源基地 363
- 三、完达山乳业迎来高速发展期 364
- 四、“完达山”2016年度品牌荣耀 366

第十节 圣元 367

- 一、圣元抓牢质量关赢得市场 367
- 二、圣元乳业打造百年民族品牌 367
- 三、圣元优博奶粉以高端质量得到广泛赞誉 369

第十三章 2016年中国婴幼儿奶粉营销分析 371

第一节 2016年国产婴幼儿奶粉市场营销分析 371

- 一、婴幼儿奶粉主流品牌营销模式分析 371
- 二、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题 372
- 三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析 374
- 四、消费者教育与口碑传播营销策略 376
- 第二节 2016年中国婴儿食品广告投放分析 378
 - 一、婴幼儿食品广告投放整体状况 378
 - 二、婴幼儿食品广告投放特点分析 379
 - 三、婴儿奶粉广告投放分析 382
- 第三节 2016年中国婴幼儿奶粉中的4p营销分析 383
 - 一、产品和需求 383
 - 二、价格和价值 383
 - 三、渠道和方便性 384
 - 四、促销和传播 385
 - 五、以产品为中心到以需求为中心 386
 - 六、奶粉新营销组合因素的产生 386
- 第四节 2016年中国婴幼儿奶粉市场协同营销分析 387
 - 一、协同营销的紧迫性 387
 - 二、协同营销的优势 388
 - 三、协同营销的前提 388
 - 四、协同营销的市场影响 389
- 第五节 2016年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式 389
 - 一、差异化营销 389
 - 二、数据库营销 389
 - 三、整合式营销 389
- 第六节 2016年国产品牌婴幼儿奶粉营销策略选择 390
 - 一、加强品质管理提高产品质量 390
 - 二、进行市场细分占领农村市场 390
 - 三、通过整合营销突出品牌个性 391
 - 四、重视医务渠道建设抢占市场先机 391
 - 五、做好深度分销重视促销和人性化管理 392
- 第十四章 中国婴幼儿奶粉负面事件影响分析 393

第一节 三聚氰胺事件分析 393

- 一、三鹿婴幼儿奶粉三聚氰胺超标 393
- 二、22家企业婴幼儿奶粉检出三聚氰胺 393
- 三、伊利vs蒙牛回应“毒奶粉”事件 395
- 四、三聚氰胺使国内乳业巨头损失惨重 395

第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件 396

- 一、“空壳奶粉”与“大头娃娃” 396
- 二、安徽阜阳劣质奶粉事件概况 396
- 三、阜阳劣质奶粉事件各方应对措施 397
- 四、安徽阜阳劣质奶粉事件调查结果 399

第三节 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件 400

- 一、雀巢奶粉重金属含量执行双重标准 400
- 二、美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉 400
- 三、雅培公司召回500万罐问题奶粉 401
- 四、美素丽儿奶粉造假案 401
- 五、新西兰乳制品被检出双氰胺 403

第四节 婴幼儿奶粉其他不合格事件 403

- 一、三种婴儿奶粉磷钙铁锌严重低于标准含量 403
- 二、婴幼儿乳粉三成不合格 405
- 三、婴幼儿奶粉营养强化剂不达标 405
- 四、邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌 405

第十五章 2016年中国奶粉行业重点企业分析 407

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 407

- 一、企业基本情况 407
- 二、企业经营情况分析 407
- 三、企业经济指标分析 409
- 四、企业盈利能力分析 410
- 五、企业偿债能力分析 410
- 六、企业运营能力分析 411
- 七、企业成本费用分析 411
- 八、企业发展前景展望 411

第二节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 413

- 一、企业基本情况 413
- 二、企业生产情况分析 414
- 三、企业经营情况分析 416
- 四、企业经济指标分析 417
- 五、企业盈利能力分析 418
- 六、企业偿债能力分析 418
- 七、企业运营能力分析 418
- 八、企业成本费用分析 419

第三节 光明乳业股份有限公司 420

- 一、企业基本情况 420
- 二、企业经营情况分析 420
- 三、企业经济指标分析 421
- 四、企业盈利能力分析 422
- 五、企业偿债能力分析 422
- 六、企业运营能力分析 423
- 七、企业成本费用分析 423
- 八、企业发展前景展望 424

第四节 圣元营养食品有限公司 425

- 一、企业基本情况 425
- 二、企业主要产品分析 426
- 三、企业经济指标分析 426
- 四、企业盈利能力分析 428
- 五、企业偿债能力分析 428
- 六、企业运营能力分析 429

第五节 澳优乳业股份有限公司 429

- 一、企业基本情况 429
- 二、企业产品及业务情况 430
- 三、企业主要经济指标 431
- 四、企业在华情况介绍 432

第六节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 433

- 一、企业基本情况 433

- 二、企业经营情况分析 433
- 三、企业经济指标分析 434
- 四、企业盈利能力分析 435
- 五、企业偿债能力分析 435
- 六、企业运营能力分析 435
- 七、企业成本费用分析 436
- 第七节 american dairy (飞鹤乳业) 436
 - 一、企业基本情况 436
 - 二、企业经济指标分析 437
 - 三、企业运营指标分析 437
 - 四、企业发展情况分析 437
 - 五、企业发展战略分析 438
- 第八节 mead johnson nutrition (美赞臣) 439
 - 一、美赞臣公司简介 439
 - 二、企业经济指标分析 439
 - 三、企业运营指标分析 440
 - 四、企业发展优势分析 440
 - 五、企业中国公司介绍 440
- 第九节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司 441
 - 一、企业基本情况 441
 - 二、企业主要经济指标 442
 - 三、企业偿债能力分析 443
 - 四、企业盈利能力分析 443
 - 五、企业运营能力分析 444
 - 六、企业发展优势分析 444
 - 七、企业发展情况分析 447
- 第十节 广州市合生元生物制品有限公司 448
 - 一、企业基本情况 448
 - 二、企业经营情况分析 448
 - 三、企业经济指标分析 449
 - 四、企业盈利能力分析 450
 - 五、企业偿债能力分析 450

- 六、企业运营能力分析 450
- 七、企业成本费用分析 451
- 第十一节 哈尔滨太子乳品工业有限公司 452
 - 一、企业基本情况 452
 - 二、企业主要经济指标 452
 - 三、企业偿债能力分析 453
 - 四、企业盈利能力分析 454
 - 五、企业运营能力分析 454
- 第十二节 黑龙江雅士利乳业有限公司 455
 - 一、企业基本情况 455
 - 二、企业主要经济指标 455
 - 三、企业偿债能力分析 456
 - 四、企业盈利能力分析 456
 - 五、企业运营能力分析 457
- 第十三节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司 457
 - 一、企业基本情况 457
 - 二、企业主要经济指标 458
 - 三、企业偿债能力分析 459
 - 四、企业盈利能力分析 459
 - 五、企业运营能力分析 460
- 第十四节 上海惠氏营养品有限公司 460
 - 一、企业基本情况 460
 - 二、企业主要经济指标 461
 - 三、企业偿债能力分析 462
 - 四、企业盈利能力分析 462
 - 五、企业运营能力分析 463
- 第十五节 江西美庐乳业有限公司 464
 - 一、企业基本情况 464
 - 二、企业主要经济指标 464
 - 三、企业偿债能力分析 465
 - 四、企业盈利能力分析 466
 - 五、企业运营能力分析 466

六、企业生产情况分析 467

第十六节 雅培贸易（上海）有限公司 467

一、企业基本情况 467

二、企业生产情况分析 468

三、企业主要经济指标 469

四、雅培中国公司介绍 469

第十六章 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析 472

第一节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业前景分析 472

一、未来五年，行业复合增长率预计将达到15% 472

二、行业前十大集中度有望提高到80%以上 473

三、国产龙头企业将受益于本土渠道优势和品牌修复 474

第二节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势 477

一、政府对行业的政策支持力度加大 477

二、农村市场将成为争夺重点 477

三、市场将出现高端混战 477

四、市场竞争下行业购并不可避免 478

五、婴幼儿奶粉“无香”是大趋势 478

第三节 2017-2022年中国奶粉企业进军高端市场策略分析 479

一、目标市场的重新审视 479

二、品牌架构的重新审视 479

三、品牌内涵的重新审视 479

四、产品创新的重新审视 480

五、品牌传播的重新审视 481

六、渠道管理的重新审视 482

第四节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉市场规模预测 484

一、2017-2022年中国婴幼儿奶粉零售量预测分析 484

二、2017-2022年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测 484

三、2017-2022年中国标准配方奶粉零售规模预测 485

四、2017-2022年中国后续配方奶粉零售规模预测 485

五、2017-2022年中国幼儿配方奶粉零售规模预测 486

第十七章 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究 487 (ZY ZM)

第一节 2016年中国婴幼儿奶粉投资概况 487

一、雀巢天价收购惠氏 487

二、辉山婴幼儿奶粉基地投资概况 487

三、伊利公告购买新西兰大洋洲乳业有限公司100%股权 488

四、雅士利宣布投资11亿元新西兰建厂 489

五、贝因美拟投资2000万欧元在爱尔兰设立全资子公司 489

六、未来中国婴幼儿奶粉业投资环境分析 490

第二节 2017-2022年中国奶粉业市场投资机会分析 490

一、中国已经成为世界奶粉消费大国 490

二、中国婴幼儿奶粉投资潜力分析 490

三、高端市场的投资机会分析 491

四、与产业链相关的投资机会分析 492

第三节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉投资风险预警 492

一、宏观调控风险 492

二、产业政策风险 493

三、市场竞争风险 493

四、产品质量风险 493

五、成本价格风险 494

第四节 2017-2022年中国婴幼儿奶粉行业投资建议 494

一、婴幼儿奶粉swot分析 494

二、适时进军高端奶粉市场 495

三、二三线市场还有待开发 495

图表目录：

图表1 婴幼儿奶粉分段及使用年龄 34

图表2 婴幼儿配方奶粉分类(按照适用对象不同分) 35

图表3 常用西方配方奶粉分类 36

图表4 婴幼儿配方奶粉的几个重要指标 40

图表5 2016年国内生产总值构成及增长速度统计 47

图表6 2008-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 48

图表7 2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 49

图表8 2016年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 49

图表9 2016年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 50

图表10 2008-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 51

图表11 2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 51

图表12 2008-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 53

图表13 2008-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 53

图表14 2008-2016年农村居民人均纯收入及增长趋势图 54

图表15 2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 54

图表16 2008-2016年中国进出口总额增长趋势图 55

图表17 2016年中国货物进出口总额及其增长速度 55

图表18 乳制品和婴幼儿食品标准 57

图表19 奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标 77

图表20 2016年中国人口数量及其构成情况 78

图表21 2016年中国人口数量变化趋势图 79

图表22 2016年中国人口分地区分布状况 79

图表23 2016年中国人口地区分布结构 80

图表24 2016年中国人口分省市分布状况 80

图表25 2005-2016年中国人口出生率、死亡率和自然增长率统计 81

图表26 2005-2016年中国人口出生率状况 82

图表27 2005-2016年中国人口死亡率状况 82

图表28 2005-2016年中国人口自然增长率状况 82

图表29 2016年中国婴幼儿总人数统计 83

图表30 2002-2016年中国奶类及牛奶产量情况统计 83

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruzhipin/Z22719ICM2.html>