

2015-2020年中国奶粉市场 分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国奶粉市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1507/O628537K8J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-07-27

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国奶粉市场分析与投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了奶粉行业相关概述、中国奶粉产业运行环境、分析了中国奶粉行业的现状、中国奶粉行业竞争格局、对中国奶粉行业做了重点企业经营状况分析及中国奶粉产业发展前景与投资预测。您若想对奶粉产业有个系统的了解或者想投资奶粉行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

众所周知，中国庞大的奶粉市场一直为国外品牌所垄断，特别是在高端市场，洋品牌占据绝对的优势。同时，国外知名奶粉品牌在发达城市明显领先，占有绝对的领导地位。

近年我国奶粉市场稳定发展，2012年我国奶粉产量为136.50万吨，进口量为572875.19吨，出口量为9702.58吨。另外，我国36大中城市居民平均奶粉消费量为0.59千克/人，消费金额为85.59元/人。2013年国内婴幼儿配方乳粉生产销售取得了较好成绩，全国有规模以上乳粉生产企业208家，乳粉产量约150万吨，比上年增长7.09%。其中婴幼儿配方乳粉生产企业为128家，产量约为万吨，比上年增长15%左右；进口量约为12万吨，比上年增长36.3%。2014年1-6月，我国进口奶粉68.12万吨，同比增加75.08%，进口额为34.33亿美元，同比增加156%。

2013年5月1日，国家质检总局发布的新版《进出口乳品检验检疫监督管理办法》已开始实施，该办法对包括婴幼儿奶粉在内的进口乳品提高了检疫门槛，将进一步规范进口占大份额的婴幼儿奶粉市场。2013年12月28日国家食品药品监管总局发布了《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉销售监督管理工作的通知》，进一步规范婴幼儿配方奶粉市场。2014年6月13日，国务院办公厅正式发布《推动婴幼儿配方乳粉企业兼并重组工作方案》，工信部牵头的婴幼儿配方奶粉行业整合拉开大幕。

中国奶粉市场有着巨大的发展空间，我国每年新增婴幼儿1000多万，奶粉产品刚性需求较大，市场规模将会稳健增长。未来中国有望成为全球最大的高端婴幼儿奶粉市场。

报告目录

第一部分 奶粉行业发展分析

第一章 奶粉的概述

第一节 奶粉的相关知识简述

一、奶粉的定义

二、奶粉的分类

三、奶粉发展历程

四、功能奶粉介绍

第二节 全脂奶粉

一、全脂奶粉的定义

二、全脂奶粉的配制

三、全脂奶粉的制作及质量标准

第三节 婴幼儿奶粉

一、定义

二、婴幼儿奶粉的分类

三、婴幼儿奶粉的营养特点

四、婴儿奶粉技术发展进程

第二章 中国乳制品行业分析

第一节 中国乳制品行业发展回顾

一、改革开放30年中国奶业发展综述

二、中国乳品业资本结构逐步多元化

三、我国乳品行业调整步伐加快

四、国家出台政策规范乳品行业发展

第二节 行业发展政策环境分析

一、《乳制品加工行业准入条件》施行情况

二、《乳制品工业产业政策》实施情况

三、工信部启动乳制品政策修订

四、乳品安全标准征求意见稿对外公布

五、乳制品企业受益贴息政策

六、乳制品将设苯甲酸限量值

七、我国采取六措施促进乳制品行业发展

八、我国发布《乳制品工业产业政策（2012年修订）》

九、“十二五”规划助力行业发展分析

第三节 2012-2014年我国乳制品行业发展分析

一、2012年中国乳制品行业发展现状

二、2012年中国乳制品进出口情况

三、2013年中国鲜奶乳制品产业发展机遇

- 四、2013年中国乳制品生产经营分析
- 五、2013年中国乳制品行业现状分析
- 六、2013年中国乳制品业发展分析
- 七、2014年我国乳制品零售额增长预测
- 八、2014年中国乳业发展格局分析

第四节 乳制品行业发展中的问题

- 一、我国乳制品生产存在的主要问题
- 二、制约中国农村乳品市场发展的因素
- 三、国内中小乳企生存压力增大
- 四、乳制品出口存在的问题

第五节 乳制品行业的发展策略

- 一、推动乳制品消费的主要策略
- 二、促进中国乳制品行业发展的战略措施
- 三、我国乳品行业发展壮大的途径
- 四、乳制品行业恢复消费者信心的策略
- 五、二线乳品企业的突围战略浅析

第六节 乳制品行业发展趋势及前景预测

- 一、2014年乳业市场发展趋势分析
- 二、2014年乳品行业发展困境分析
- 三、2014年乳业巨头广告竞标新态势
- 四、2014年我国乳业市场发展态势预测
- 五、2014年乳制品工业发展预测
- 六、2030年我国乳业发展需求量预测

第三章 奶粉行业发展分析

第一节 世界奶粉行业发展简析

- 一、国内外奶粉行业的差异
- 二、美国奶粉产量数据
- 三、2012年美国婴儿奶粉新标准出台
- 四、日本奶粉行业基本数据
- 五、印尼奶粉大量需进口
- 六、国外乳制品安全管理机制及对中国的启示

第二节 2012-2014年中国奶粉行业发展现状

- 一、2012年中国奶粉行业遭遇重大信任危机
- 二、中国奶粉行业洗牌不可避免
- 三、2012年底国产奶粉销量恢复六成
- 四、中国已成为世界第一奶粉消费国
- 五、2013年初国产奶粉原料价格分析
- 六、2014年国内奶粉市场发展态势

第三节 2013-2014年中国奶粉业相关政策分析及解读

- 一、2012年中国奶粉业相关政策分析及解读
- 二、2013年中国奶粉业相关政策分析及解读

第四节 农村奶粉市场

- 一、农村奶粉市场的发展特点
- 二、商务部重视农村奶粉市场质量安全问题
- 三、四川开展专项检查确保农村奶粉市场供应安全
- 四、农村奶粉市场攻略

第五节 奶粉市场品牌分析

- 一、国外品牌奶粉市场优势大
- 二、中国奶粉市场品牌奶粉简况
- 三、中国本土奶粉品牌加速争夺高端奶粉市场
- 四、2012年中外奶粉品牌加大信用争夺

第六节 中国后奶粉时代的产品创新解读

- 一、“后奶粉时代到来”概述
- 二、后奶粉时代奶粉产品创新的抉择
- 三、后奶粉时代奶粉产品创新的规则

第七节 中国奶粉行业面临的问题及对策分析

- 一、中国奶粉行业存在的根本问题
- 二、国产奶粉品牌建设任重道远
- 三、进口奶粉低价倾销冲击中国奶粉业
- 四、应采取综合措施缓解洋奶粉对国产奶粉冲击

第四章 奶粉价格分析

第一节 奶粉价格市场综述

- 一、2013年国际原料奶粉价格分析
- 二、2012年进口奶粉价分析
- 三、2013年原料奶价格暴涨一倍引发奶粉跟涨
- 三、2013年外资奶粉再掀涨价潮
- 三、2013年国产奶粉价格战分析
- 四、进口奶粉关税回落对价格影响微小
- 五、行政干预对奶粉市场价格的影响

第二节 华东奶粉市场

- 一、2013年上海奶粉价格分析
- 二、2013年南京奶粉价格分析
- 三、2013年杭州奶粉价格分析
- 四、2013年青岛奶粉价格分析

第三节 华北奶粉市场

- 一、2013年北京奶粉价格分析
- 二、2013年天津奶粉价格分析
- 三、2013年河北省奶粉价格分析
- 四、2013年郑州奶粉价格分析

第四节 中南奶粉市场

- 一、2013年广东进口奶粉价格分析
- 二、2013年江西奶粉价格分析
- 三、2013年厦门奶粉价格分析

第五节 西南奶粉市场

- 一、2013年云南奶粉价格分析
- 二、2013年重庆奶粉价格分析
- 三、2013年成都奶粉价格分析

第六节 西北奶粉市场

- 一、2013年内蒙古奶粉价格分析
- 二、2013年陕西奶粉价格分析
- 三、2013年新疆奶粉价格分析

第二部分 奶粉细分及进出口市场分析

第五章 婴幼儿奶粉市场分析

第一节 婴幼儿奶粉概述

- 一、婴幼儿奶粉营养成分解析
- 二、婴幼儿配方奶粉的分类
- 三、婴儿奶粉技术发展进程

第二节 婴幼儿奶粉市场发展状况

- 一、我国婴幼儿奶粉市场回顾
- 二、国内婴幼儿奶粉市场概述
- 三、婴幼儿奶粉发展步入天然蛋白时代
- 四、高端市场将成为婴幼儿奶粉重点竞争领域

第三节 三聚氰氨风波后中国婴幼儿奶粉市场格局变化分析

- 一、中国婴幼儿奶粉市场格局变化背景
- 二、中国婴幼儿奶粉未来市场发展前景
- 三、未来国内婴幼儿奶粉市场格局评析

第四节 婴幼儿配方奶粉剖析

- 一、婴幼儿配方奶粉的定义
- 二、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义
- 三、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征
- 四、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法
- 五、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略

第五节 婴幼儿奶粉中存在的问题及对策

- 一、婴幼儿奶粉四大不正当竞争现象
- 二、中国婴儿奶粉行业的竞争策略
- 三、开发高端婴幼儿奶粉市场的对策

第六章 其他类型奶粉

第一节 配方奶粉发展浅析

- 一、替代品无法取代配方奶粉
- 二、配方奶粉发展迈入活性时代
- 三、乳业巨头瞄准配方奶粉市场
- 四、四品牌配方奶粉市场发展及其营销剖析

第二节 中国大包装奶粉市场解读

- 一、中国大包装奶粉市场现状

- 二、大包装奶粉发展面临的机遇
- 三、乳企灵活应对大包装奶粉缺货现象

第三节 中老年人奶粉

- 一、中老年奶粉概述
- 二、中老年奶粉存在的问题
- 三、中老年奶粉市场有待规范

第七章 奶粉进出口分析

第一节 2013-2014年乳制品进出口分析

- 一、2012年我国乳制品进出口综述
- 二、2013年我国乳制品出口简析

第二节 中国奶粉进口解析

- 一、进口奶粉急剧增长影响国内奶粉行业
- 二、进口奶粉污染问题引起消费者对其重新审视
- 三、2013年名牌进口奶粉也出现信任危机
- 四、2013年广东省奶粉进口情况分析

第三节 中国奶粉出口分析

- 一、2012年我国奶粉出口情况
- 二、2013年黑龙江奶粉出口疲软
- 三、我国奶粉出口面临的困境及建议

第三部分 奶粉竞争与营销策略分析

第八章 奶粉业竞争分析

第一节 中国奶粉市场的竞争格局

- 一、中国奶粉市场竞争日益激烈
- 二、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中
- 三、国内中低档奶粉市场处于混乱竞争格局
- 四、2013年洋奶粉开抢中端市场国产奶粉压力渐增
- 五、细分化、差异化、母乳化婴幼儿配方奶粉谋求配方升级

第二节 婴幼儿奶粉市场竞争分析

- 一、影响婴幼儿奶粉市场的竞争因素
- 二、婴幼儿奶粉竞争掀起狂潮

- 三、2012年婴幼儿奶粉市场竞争升级
- 四、2013年中外乳业巨头角逐婴幼儿奶粉市场
- 五、2013年跨界经营修正药业进军婴幼儿奶粉
- 六、婴幼儿奶粉市场逐渐转向综合竞争
- 七、中国婴幼儿奶粉的未来市场竞争格局分析

第三节 国产品牌与外资的对抗

- 一、2007年洋奶粉在中国的竞争简述
- 二、中外品牌角逐奶粉市场
- 三、2007年国产奶粉进攻高端市场正面挑战洋品牌
- 四、2012年洋奶粉垄断国内市场纷纷提价
- 五、国产奶粉难以解困的三大症结

第四节 中国奶粉业的竞争策略

- 一、奶粉竞争格局下的出路探讨
- 二、奶粉“供应链”竞争策略
- 三、提升奶粉市场竞争力的关键因素
- 四、技术创新是制胜法宝
- 五、新进奶粉品牌的竞争战略选择

第九章 奶粉行业营销策略分析

第一节 奶粉营销概述

- 一、高档奶粉营销运作模式简述
- 二、奶粉市场营销中的要素分析
- 三、中国奶粉市场网络营销剖析
- 四、婴幼儿配方奶粉营销模式探析
- 五、我国奶粉市场营销凸显奶源重点

第二节 奶粉市场协同营销分析

- 一、厂商急待破局营销方案
- 二、协同营销拯救厂商
- 三、产品创新是建立协同营销的前提
- 四、协同营销解决个体作战的困境

第三节 婴幼儿奶粉中的4P营销分析

- 一、产品开发是第一要素

- 二、价格 and 价值的审视
- 三、营销渠道是一大关键点
- 四、促销手段扩大知名度
- 五、“需求”才是营销的中心
- 六、奶粉新营销组合因素产生和发展

第四节 奶粉营销中的问题及其策略

- 一、奶粉营销中存在的问题
- 二、中国奶粉品牌中心城市营销方案
- 三、三鹿奶粉事件对我国奶粉营销的启示

第四部分 奶粉国内外重点企业分析

第十章 国外奶粉企业分析

第一节 美赞臣

- 一、公司简介
- 二、美赞臣实施全程安全管理
- 三、美赞臣领军脑部发育奶粉发展
- 四、美赞臣加大力度扩展婴幼儿奶粉市场

第二节 惠氏

- 一、公司简介
- 二、惠氏配方奶粉发展综述
- 三、惠氏盒装婴幼儿奶粉挺进中国

第三节 多美滋

- 一、皇家纽密科集团
- 二、多美滋的优势
- 三、多美滋中国发展纪事

第四节 雀巢

- 一、雀巢集团简介
- 二、雀巢企业的发展史
- 三、雀巢的模块组合营销经营优势
- 四、雀巢中国销售99%为中国制造
- 五、雀巢成长奶粉加大力度发展中国市场

第五节 其他品牌

- 一、美素
- 二、雅培

第十一章 国内奶粉企业

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2013-2014年企业经营情况分析
- 三、2013-2014年企业财务数据分析
- 四、伊利进军高端配方奶粉市场
- 五、伊利以技术创新谋求竞争优势

第二节 杭州贝因美集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、贝因美公司的优势
- 三、贝因美公司的市场机会点
- 四、贝因美公司的营销策略

第三节 完达山集团

- 一、集团简介
- 二、完达山奶粉完成功能细分
- 三、完达山奶粉获得环保通行证

第四节 西安银桥集团

- 一、集团简介
- 二、银桥集团品牌调研概述
- 三、银桥集团品牌名称策略
- 四、银桥产品线扩张分析

第五节 其他

- 一、光明
- 二、南山奶

图表目录：

图表：1991-2012年部分代表性乳品国际价格月度指数（1998-2000=100）

图表：1992-2012年乳品价格与玉米价格的比率（1998-2000=100）

图表：2002-2012年欧盟乳品公共库存变化趋势

图表：2006-2012年世界乳品市场一览表

图表：2000-2012年新西兰和美国脱脂奶粉出口趋势

图表：2006-2012年大洋洲国家脱脂奶粉出口价格（FOB）

图表：2006-2012年全球主要乳品出口国

图表：2006-2012年大洋洲国家全脂奶粉出口价格（FOB）

图表：2006-2012年大洋洲国家干酪出口价格（FOB）

图表：2006-2012年大洋洲国家黄油出口价格（FOB）

图表：2007-2012财年澳大利亚乳制品行业情况

图表：2002-2012年澳大利亚奶粉生产情况

图表：2013年5月澳洲主要乳品累计出口量

图表：1970-2002年新西兰原奶、乳品产量及其占世界的比例

图表：1970-2001年新西兰乳制品出口量及占世界的比例

图表：2013年2月14-27日新西兰商品价格指数情况

图表：2012年我国乳制品出口月度量价走势图

图表：2012年我国乳制品进口月度量价走势图

图表：2007-2012年乳制品品牌报刊广告投放

图表：2012年1-10月三类乳制品报刊广告投放情况

图表：1970-2007年美国全脂奶粉和脱脂奶粉产量数据

图表：1970-2007年美国全脂奶粉产量变化趋势图

图表：1970-2007年美国脱脂奶粉产量变化趋势图

图表：2007年日本乳制品及奶粉制造工厂数量及不同地区分布情况

图表：2006-2007年日本奶粉生产能力

图表：2005-2012年日本奶粉产量数据

图表：2012年1-12月日本（全脂、脱脂、调整）奶粉产量数据

图表：2012年1-12月日本北海道（全脂、脱脂）奶粉产量数据

图表：2012年1-12月日本奶粉（全脂、脱脂）库存数量

图表：新进奶粉品牌战略分析

图表：消费者对婴儿配方奶粉选用品牌数量调查

图表：消费者选择某一品牌婴儿配方奶粉的影响因素调查

图表：消费者对婴儿奶粉作用的关注调查

图表：消费者购买婴儿配方奶粉购买场所调查

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司流动资产表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期投资表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司固定资产表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司无形及其他资产表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司流动负债表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期负债表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司股东权益表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务利润表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业利润表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表

图表：2013-2014年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表

图表：婴幼儿配方食品感官要求

图表：婴幼儿配方食品营养成分及理化指标

图表：婴幼儿配方食品卫生指标

图表：婴幼儿食品检验值与食品标签标示值之暂定误差允许范围

图表：婴幼儿食品感官评分办法1（100分制）

图表：婴幼儿食品感官评分办法2（100分制）

图表：奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1507/O628537K8J.html>