2017-2022年中国奶粉行业市场现状分析及发展前景预测报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国奶粉行业市场现状分析及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/300216.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

奶粉是将牛奶除去水份后制成的粉末，它适宜保存。奶粉是以新鲜牛奶或羊奶为原料，用冷冻或加热的方法，除去乳中几乎全部的水分，干燥后添加适量的维生素、矿物质等加工而成的冲调食品。

2016 年 1-8 月我国共计进口各类乳制品 138.05 万吨，同比增加 28.9%，进口额24.08 亿美元，同比增长 6.1%，其中，进口干乳制品 94.41 万吨，同比增加 17.1%，进口额 19.55 亿美元，同比下降 0.6%，进口液态奶 43.64 万吨，同比增加 65%，进口额 4.53 亿美元，同比增长 49.7%。

2016 年 1-8 月中国共进口奶粉 48.04 万吨，同比增加 14.2%，进口额 11.54 亿美元，同比下降 1.1%，平均价格为 2402 美元/吨，同比下降 13.4%。其中，从新西兰进口 40.85 万吨，占 85%，同比增加 15.9%；欧盟进口 3.58 万吨，占 7.5%，同比增加7.3%；澳大利亚进口 2.05 万吨，占 4.3%，同比增加 22%。8 月，进口奶粉 3.47 万吨，同比减少 1.5%，进口额 0.82 亿美元，同比下降 11.9%，平均价格为 2373 美元/吨，同比下降 10.6%。1-8 月前 4 位进口省份（广东、上海、天津、浙江）合计进口量占全国进口总量的 66.9%，第 5 位为内蒙古占 9.9%，与去年同期相比提高了 0.8 个百分点。

工业奶粉进口情况

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 奶粉的概述
1.1 奶粉简介
1.1.1 奶粉的定义
1.1.2 奶粉的分类
1.1.3 奶粉发展历程
1.1.4 功能奶粉介绍
1.2 全脂奶粉
1.2.1 全脂奶粉的定义
1.2.2 全脂奶粉的配制

1.2.3 全脂奶粉的制作及质量标准
1.3 婴幼儿奶粉
1.3.1 婴幼儿奶粉的定义
1.3.2 婴幼儿奶粉的分类
1.3.3 婴幼儿奶粉的营养特点
1.3.4 婴儿奶粉技术发展进程

第二章 2013-2015年中国乳制品行业分析
2.1 中国乳制品行业发展综述
2.1.1 中国乳制品行业供需状况
2.1.2 中国乳制品市场集中度状况
2.1.3 中国乳制品行业的进入退出壁垒解析
2.1.4 我国乳制品市场特点及机会分析
2.2 2013-2015年中国乳制品行业分析
2.2.1 2013年中国乳制品行业运行状况分析
2.2.2 2014年中国乳制品行业发展状况
2.2.3 2015年中国乳制品业运行分析
2.3 中国乳制品行业发展中的问题
2.3.1 我国乳制品生产存在的主要问题
2.3.2 我国乳制品行业亟需改善的主要问题
2.3.3 我国乳制品企业面临的三大挑战
2.3.4 中国乳制品行业成本压力加大
2.4 中国乳制品行业的发展策略
2.4.1 我国乳制品行业发展战略
2.4.2 推动乳制品消费的主要策略
2.4.3 二线乳品企业的突围战略浅析
2.5 乳制品行业投资风险及建议
2.5.1 经营风险
2.5.2 行业风险
2.5.3 市场风险
2.5.4 乳企应对潜在经济风险对策分析
2.6 乳制品行业发展趋势及前景预测
2.6.1 中国乳制品消费市场发展展望
2.6.2 “十三五”期间我国乳制品行业发展目标与方向

第三章 2012-2015年奶粉行业发展分析
3.1 世界奶粉行业发展概况
3.1.1 国际全脂奶粉市场供需状况
3.1.2 美国奶粉出口保持快速增长
3.1.3 欧盟脱脂奶粉出口保持良好势头
3.2 2013-2015年中国奶粉行业发展状况
3.2.1 中国奶粉市场发展现状阐述
3.2.2 我国奶粉行业进入全面升级阶段
3.2.3 中国奶粉市场动作频频
3.2.4 2013-2015年中国奶粉产量增长状况
3.2.5 中国奶粉行业的SWOT分析
3.3 2013-2015年中国城市居民奶粉消费数据统计
3.3.1 2013年大中城市居民奶粉消费状况
3.3.2 2014年大中城市居民奶粉消费状况
3.3.3 2015年大中城市居民奶粉消费状况
3.4 2012-2015年中国奶粉业相关政策解读
3.4.1 婴幼儿配方乳粉生产门槛提高
3.4.2 新乳品安全国家标准解读
3.4.3 国家规范母乳代用品营销行为
3.4.4 婴幼儿奶粉进口关税调整情况
3.4.5 卫生部规定婴幼儿配方食品禁添牛初乳
3.4.6 我国提高婴幼儿奶粉的进口门槛
3.4.7 我国出台进口婴幼儿奶粉新规
3.5 2013-2015年奶粉市场品牌分析
3.5.1 中国奶粉市场品牌简况
3.5.2 2013年中国奶粉市场品牌关注度分析
3.5.3 2014年中国奶粉市场品牌关注度分析
3.5.4 2015年中国奶粉市场品牌关注度分析
3.6 中国奶粉行业发展的问题及对策
3.6.1 中国奶粉行业存在的根本问题
3.6.2 中国进口奶粉市场混乱
3.6.3 民族奶粉业的市场突围策略分析
3.6.4 农村奶粉市场开拓攻略
3.7 中国奶粉市场发展前景预测
3.7.1 农村奶粉市场发展潜力巨大

3.7.2 中国羊奶粉市场发展前景分析
3.7.3 2017-2022年中国奶粉行业前景预测分析

第四章 2013-2015年婴幼儿奶粉市场分析
4.1 婴幼儿奶粉市场发展概况
4.1.1 中国婴幼儿奶粉市场发展状况
4.1.2 中国婴幼儿奶粉需求分析
4.1.3 中国二三线市场婴幼儿奶粉发展分析
4.1.4 我国婴幼儿奶粉市场格局展望
4.2 2013-2015年中国婴幼儿奶粉市场发展分析
4.2.1 2013年我国婴幼儿奶粉市场发展现状
4.2.2 2014年婴幼儿奶粉市场发展分析
4.2.3 2015年婴幼儿奶粉市场发展动态
4.3 中国婴幼儿奶粉消费市场调查分析
4.3.1 消费环境评价
4.3.2 品牌占有率
4.3.3 品牌信誉度
4.3.4 品牌的知晓途径
4.3.5 消费行为偏好
4.3.6 消费购买渠道浅析
4.3.7 消费者购买包装类型
4.3.8 消费者营养成分的了解
4.4 2013-2015年中高端婴幼儿配方奶粉市场剖析
4.4.1 开发中高档婴幼儿配方奶粉市场需求分析
4.4.2 中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征
4.4.3 中高端婴幼儿奶粉品牌格局
4.4.4 国内企业发力高端婴幼儿配方奶粉市场
4.4.5 高端婴幼儿奶粉市场发展现状
4.4.6 开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法
4.5 婴幼儿奶粉市场存在的问题及对策
4.5.1 婴幼儿奶粉市场存在的主要问题
4.5.2 中国婴儿奶粉行业的发展策略
4.5.3 开发高端婴幼儿奶粉市场的对策

第五章 2013-2015年其他类型奶粉市场分析

5.1 大包装奶粉
5.1.1 中国大包装奶粉市场发展浅析
5.1.2 大包装奶粉发展面临的机遇
5.2 孕妇奶粉
5.2.1 孕妇奶粉的概念及作用
5.2.2 中国孕妇奶粉市场发展分析
5.2.3 孕妇奶粉发展潜力巨大成为新竞争热点
5.2.4 孕妇奶粉市场发展前景
5.3 中老年人奶粉
5.3.1 中老年奶粉基本概述
5.3.2 中老年奶粉渐成市场热点
5.3.3 助肠道健康的中老年奶粉受市场青睐
5.3.4 中老年奶粉的销售渠道简况
5.3.5 中老年奶粉市场发展潜力分析

第六章 2012-2015年奶粉市场价格分析
6.1 2012-2015年奶粉市场价格综述
6.1.1 2012年我国奶粉市场价格简况
6.1.2 2013年洋奶粉再续涨价潮
6.1.3 2014年中国进口奶粉价格简况
6.1.4 2015年中国进口奶粉价格状况
6.2 华东奶粉市场
6.2.1 高价奶粉抢滩济南市场
6.2.2 青岛市场洋奶粉提价
6.2.3 潍坊奶粉市场涨跌不一
6.2.4 南京奶粉市场价格行情
6.2.5 杭州品牌奶粉上涨情况
6.3 华北奶粉市场
6.3.1 北京市场洋奶粉悄然提价
6.3.2 太原奶粉市场价格动向
6.3.3 天津奶粉价格波动状况
6.4 中南奶粉市场
6.4.1 郑州市奶粉价格行情简析
6.4.2 广州市场奶粉价格行情分析
6.4.3 深圳奶粉市场价格行情动态

6.5 西部奶粉市场
6.5.1 重庆奶粉市场价格状况
6.5.2 昆明奶粉市场价格状况
6.5.3 兰州奶粉市场价格状况
6.6 东北奶粉市场
6.6.1 长春奶粉市场价格状况
6.6.2 大庆奶粉市场价格状况
6.6.3 沈阳奶粉市场价格状况

第七章 2013-2015年奶粉业竞争分析
7.1 中国奶粉业竞争概述
7.1.1 行业内竞争强度
7.1.2 新进入者对行业竞争程度的影响
7.1.3 来自替代品的竞争
7.1.4 供应商的议价能力
7.1.5 购买者的议价能力
7.2 中国奶粉市场的竞争格局
7.2.1 奶源管理成为奶粉业竞争焦点
7.2.2 中外奶粉企业争抢中端奶粉市场份额
7.2.3 超高端奶粉市场成为新竞争焦点
7.2.4 中国奶粉市场竞争加剧
7.3 婴幼儿奶粉市场竞争分析
7.3.1 国际知名品牌进军中国婴幼儿奶粉市场
7.3.2 影响婴幼儿奶粉市场的竞争因素
7.3.3 我国婴幼儿奶粉市场竞争局势解析
7.4 中国奶粉业的竞争策略
7.4.1 奶粉竞争格局下的出路探讨
7.4.2 奶粉“供应链”竞争策略
7.4.3 提升奶粉市场竞争力的关键因素
7.4.4 新进奶粉品牌的竞争战略选择

第八章 奶粉的营销分析
8.1 奶粉营销的要素与模式
8.1.1 奶粉市场营销中的要素
8.1.2 高档奶粉营销运作模式简述

8.1.3 婴幼儿奶粉市场营销模式
8.1.4 中国奶粉市场网络营销剖析
8.2 中外奶粉品牌城市营销的对比简析
8.2.1 国产婴幼儿奶粉品牌的困境
8.2.2 中心城市的突破需要转变观念
8.2.3 消费者教育与口碑传播的营销策略
8.3 婴幼儿奶粉中的4P营销分析
8.3.1 产品开发是第一要素
8.3.2 价格和价值的审视
8.3.3 营销渠道是一大关键点
8.3.4 促销手段扩大知名度
8.3.5 “需求”才是营销的中心
8.3.6 奶粉新营销组合因素的产生和发展
8.4 奶粉营销中的问题及策略
8.4.1 奶粉营销中存在的问题
8.4.2 奶粉品牌在农村市场的营销对策
8.4.3 从三鹿奶粉事件探讨企业危机营销方案
8.5 品牌奶粉营销案例分析
8.5.1 雀巢奶粉的视频营销
8.5.2 百立乐奶粉的网络营销
8.5.3 伊利奶粉的世博营销
8.5.4 澳优奶粉的洋化营销

第九章 2013-2015年奶粉进出口分析
9.1 2013-2015年中国乳制品进出口分析
9.1.1 2013-2015年我国乳制品进口分析
9.1.2 2013-2015年我国乳制品出口分析
9.2 2013-2015年中国奶粉进出口分析
9.2.1 2013-2015年中国奶粉进口状况
9.2.2 2013-2015年我国奶粉出口状况
9.3 2013-2015年中国婴幼儿奶粉进出口分析
9.3.1 2013-2015年中国婴幼儿奶粉进口情况分析

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

9.3.2 2013-2015年中国婴幼儿奶粉出口情况分析

第十章 2012-2015年国外奶粉企业发展分析
10.1 美赞臣
10.1.1 公司简介
10.1.2 美赞臣加大力度扩展婴幼儿奶粉市场
10.1.3 美赞臣打造科研全球化在中国设研发中心
10.1.4 美赞臣经营状况
10.2 多美滋
10.2.1 公司简介
10.2.2 多美滋奶粉在中国市场的发展战略
10.2.3 多美滋开创先河在华推出婴幼儿液体配方奶
10.2.4 多美滋在华推出婴幼儿奶粉新品
10.3 雀巢
10.3.1 公司简介
10.3.2 雀巢的模块组合营销经营优势
10.3.3 雀巢收购惠氏奶粉事件解析
10.4 雅培
10.4.1 公司简介
10.4.2 雅培奶粉生产严格
10.4.3 乐友与雅培合作开创奶粉销售新模式

第十一章2012-2015年国内奶粉企业发展分析
11.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
11.1.1 公司简介
11.1.2 2013-2015年伊利经营状况分析
11.1.3 伊利婴幼儿奶粉形成良性发展模式
11.1.4 伊利扩增婴儿配方奶粉产能
11.2 贝因美婴童食品股份有限公司
11.2.1 公司简介

11.2.2 2013-2015年贝因美经营状况分析
11.2.3 贝因美公司的营销策略
11.2.4 贝因美对子公司配方奶粉项目追加投资
11.3 雅士利国际控股有限公司
11.3.1 公司简介
11.3.2 2013-2015年雅士利经营状况分析
11.3.3 雅士利婴幼儿配方奶粉业绩突出
11.4 圣元营养食品有限公司
11.4.1 公司简介
11.4.2 2013-2015财年圣元经营状况
11.4.3 圣元以严格的质量管理应对“性早熟”危机
11.5 澳优乳业股份有限公司
11.5.1 公司简介
11.5.2 澳优经营状况分析
11.5.3 澳优进军孕产妇奶粉市场
11.5.4 澳优布局全球奶粉市场
11.5.5 澳优奶粉发展动态
11.6 飞鹤国际有限公司
11.6.1 公司简介
11.6.2 2013-2015年飞鹤乳业经营状况分析
11.6.3 飞鹤乳业完成对红杉资本的回购
11.6.4 飞鹤乳业高端奶粉市场开拓近况
11.7 完达山乳业股份有限公司
11.7.1 公司简介
11.7.2 完达山奶粉完成功能细分
11.7.3 完达山奶粉调整市场价格
11.7.4 完达山奶粉遭遇库存压力

图表目录：

图表 1 奶粉分类
图表 2 2006-2015年中国乳制品产量及增长率统计表
图表 3 2014年各乳制品企业销售占比
图表 4 我国乳制品市场特点及机会
图表 5 2004-2013年中国乳制品产量及增速统计
图表 6 2010-2014年我国乳制品产量（单位：万吨）

图表 7 欧盟乳制品出口情况 单位：T
图表 8 2008-2015年中国奶粉产量及进口量
图表 9 2013年奶粉行业品牌网络口碑指数总表
图表 10 2013年奶粉品牌知名度指数排行表
图表 11 2014年粉行业的品牌知名度指数排行表
图表 12 奶粉行业的产品好评度指数排行表
图表 13 2010-2016年中国婴幼儿奶粉行业市场规模
图表 14 2000年之后中国出生人口保持稳定
图表 15 国产婴幼儿奶粉品牌网络口碑指数
图表 16 国外婴幼儿奶粉品牌网络口碑指数

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/300216.html