

2021-2026年中国婴幼儿奶粉市场深度分析及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国婴幼儿奶粉市场深度分析及投资战略咨询报告》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/channel/foods/708095.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

从我国出生人口来看，2015年国家实行“全面二胎”政策后，2016年人口出生率创阶段性新高，但随即恢复逐步下降趋势，2016-2020年中国新生儿数量由1786万人逐年下降至1003.5万人，2020年达到历史新低，二胎红利逐步消退，促使婴配奶粉“量增”放缓，行业随即转向“价升”方向。

2010-2020年我国出生人口数量统计

中国人口众多，婴幼儿配方奶粉需求空间广阔，市场规模庞大。据统计，我国婴幼儿奶粉市场规模从2014年1187亿元增长至2020年1764亿元，行业主要驱动力由量增转为价升，高端化趋势显著。

2014-2020年我国婴幼儿奶粉市场规模及增速

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

第二节 各式婴幼儿奶粉分析

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

第二章 2016-2020年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析

第一节 2020年中国宏观经济环境分析

- 一、2020年经济形势分析
- 二、2020年经济运行主要问题
- 三、未来经济运行分析与政策展望
- 四、“十三五”中后期我国经济增长潜力分析

第二节 2020年中国婴幼儿奶粉市场政策透析

- 一、中国奶粉行业的政府监管
- 二、2020年奶粉行业监管全面升级
- 三、2020年开始实施
- 四、2020年进口乳制品监管收紧
- 五、2020年九部委出台最严格婴幼儿奶粉制度
- 六、2020年（征求意见稿）
- 七、2020年奶粉企业兼并重组将获税收优惠等五大政策支持
- 八、两年内公众可查乳制品追溯信息

第三节 2016-2020年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析

- 一、中国人口出生率发展情况
- 二、中国的第四次生育高峰
- 三、2020年中国人口出生率
- 四、2020年人口总量及人口结构

第四节 2016-2020年中国乳制品产业环境分析

- 一、2020年中国乳制品行业发展概述
- 二、2020年中国乳制品进口市场分析
- 三、2020年乳制品产业运行平稳

第三章 中国奶粉行业整体运行态势分析

第一节 中国奶粉制造所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国奶粉制造所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国奶粉制造所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 2016-2020年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析

第一节 婴幼儿奶粉概述

一、婴幼儿奶粉营养成分

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

第三节 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、2020年全国婴幼儿配方奶粉市场占有率

六、2020年婴幼儿配方奶粉市场销售预计

七、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略

第四节 婴幼儿奶粉市场竞争分析

随着行业规模增速不断放缓，市场竞争日益激烈，以及研发技术的成熟，自2017年起飞鹤、合生元的头部内资品牌以及惠氏、美赞臣等外资品牌纷纷开始布局有机奶粉、四段奶粉以及羊奶粉等细分品类，延长消费周期，发掘更多想象空间。

国内婴幼儿奶粉竞争格局

第五节 婴幼儿奶粉中的4p营销分析

第六节 2016-2020年中国婴儿配方奶粉市场调研

第五章 2016-2020年中国奶粉竞争格局分析

第一节 2016-2020年中国奶粉行业波特五力模型分析

一、行业内竞争强度

二、新进入者对行业竞争程度的影响

三、来自替代品的竞争

四、供应商的议价能力

五、购买者的议价能力

第二节 2016-2020年中国奶粉市场竞争总体概况

第三节 2020年中国洋奶粉市场竞争分析

第四节 2020年中国国产奶粉市场竞争分析

第五节 2016-2020年中国高端奶粉市场竞争状况

第六节 2020年---奶粉行业重组方案分析

第六章 中国婴幼儿奶粉品牌消费情况分析

第一节 多美滋

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能比较

六、优势分析

第二节 惠氏

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能比较

六、优势分析

第三节 美赞臣

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能比较

六、优势分析

第四节 伊利

一、消费者购买渠道分析

二、消费者购买频率分析

三、购买人群收入水平分析

四、购买人群消费比重分析

五、产品各方面性能比较

六、优势分析

第五节 雀巢

- 一、消费者购买渠道分析
- 二、消费者购买频率分析
- 三、购买人群收入水平分析
- 四、购买人群消费比重分析
- 五、产品各方面性能比较
- 六、优势分析

第七章 2016-2020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

第二节 婴幼儿奶粉技术的研究

第三节 免疫球蛋白（ig）在婴儿配方奶粉中的应用

第四节 婴幼儿配方奶粉强化dha和aa的研究

第五节 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 中国婴幼儿奶粉行业企业分析

第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析

第二节 美赞臣

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 多美滋

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 惠氏

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第五节 雀巢

- 一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 伊利

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 杭州贝因美

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九章 2016-2020年中国婴幼儿奶粉营销分析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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

第十章 2021-2026年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析

第一节 2021-2026年中国婴幼儿奶粉行业前景分析

第二节 2021-2026年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势

第三节 2021-2026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 2021-2026年中国婴幼儿奶粉市场规模预测

- 一、2021-2026年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测
- 二、2021-2026年中国标准配方奶粉零售规模预测
- 三、2021-2026年中国后续配方奶粉零售规模预测

第十一章 2021-2026年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究

第一节 2021-2026年中国婴幼儿奶粉投资概况（AK LZX）

第二节 2021-2026年中国奶粉业市场投资机会分析

- 一、中国已经成为世界奶粉消费大国
- 二、中国婴幼儿奶粉投资潜力分析
- 三、高端市场的投资机会分析
- 四、与产业链相关的投资机会分析
- 五、中国有机奶粉市场份额将快速增长

第三节 2021-2026年中国婴幼儿奶粉投资风险预警

- 一、宏观调控风险
- 二、产业政策风险
- 三、市场竞争风险
- 四、产品质量风险
- 五、成本价格风险
- 六、其他风险分析

第四节 中国婴幼儿奶粉行业投资建议

图表目录：

图表：婴幼儿辅食行业类别

图表：婴幼儿辅食行业产业链调研

图表：婴幼儿辅食行业现状

图表：婴幼儿辅食行业标准

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/708095.html>