

2013-2017年中国奶粉市场 监测及投资前景研究报告

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

《2013-2017年中国奶粉市场监测及投资前景研究报告》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/qitashipin1302/W4504346SE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-02-05

【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《2013-2017年中国奶粉市场监测及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了奶粉行业的概念，接着分析了中国奶粉行业发展环境，然后对中国奶粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国奶粉行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国奶粉行业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。

通过《2013-2017年中国奶粉市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

我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。

三聚氰胺事件之后，国家迅速出台了一系列的政策法规，包括《奶业整顿和振兴规划纲要》、《食品安全法》、《乳品质量安全监管条例》、《乳制品工业产业政策》等，对整个行业进行整改，为中国奶业的发展指明了方向。在经历了一次彻底的洗礼之后，2009年，消费者对国产奶粉的信心也慢慢回升，伊利、贝因美等一线品牌回升速度较快，销售量比之前增长了五成左右。在各项政策扶持和规范的影响下，中国乳业回暖复苏，产量、销售量、投资等各项指标不断增长。国产奶粉在整顿与淘汰中重新崛起，飞鹤等一批优秀的国产奶粉企业纷纷推出自主创新的高端奶粉，试图从高端市场打开突破口。2011年，我国乳制品行业平稳较快发展，奶粉产量也有较大幅度提升，达138.5万吨，增幅为13.7%。2012年上半年，我国奶粉产量达67.9万吨，同比增长9.2%。

中国奶粉市场有着巨大的发展空间，婴幼儿奶粉市场为例：近年来的婴幼儿数量直线上升，为婴幼儿奶粉市场带来了商机。婴幼儿奶粉市场的规模不断扩大，市场容量节节攀高。从2005年到2011年。婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长，年复合增长率在20.79%左右，我国已经取代日本，成为仅次于美国的全球第二大婴儿配方奶粉市场，2011年度，我国婴幼儿奶粉市场规模为440亿元，其中高端婴幼儿奶粉的市场规模在230亿元左右。

报告目录

第一章 奶粉的概述

第一节 奶粉简介

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 婴幼儿奶粉

一、婴幼儿奶粉的定义

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

第三节 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

第二章 中国乳制品行业发展分析

第一节 中国乳制品行业发展综述

一、中国乳制品行业发展周期及地位

二、中国乳制品行业供需状况分析

三、中国乳制品行业的进入退出壁垒解析

四、我国乳制品市场特点及机会分析

第二节 2009-2012年中国乳制品行业分析

一、2009年中国乳制品行业发展状况回顾

二、2010年中国乳制品行业总体运行状况

三、2010年中国乳制品行业发展关键词

四、2011年中国乳制品行业运行状况分析

五、2012年我国乳制品行业发展的态势分析

第三节 2011-2012年中国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、我国乳制品行业亟需改善的主要问题

三、我国乳制品企业面临的三大挑战

四、中国乳制品行业成本压力加大

第四节 中国乳制品行业的发展策略

一、我国乳制品行业发展战略

二、推动乳制品消费的主要策略

三、二线乳品企业的突围战略浅析

第五节 乳制品行业投资风险及建议

一、经营风险

二、行业风险

三、市场风险

四、乳企应对潜在经济风险对策分析

第六节 乳制品行业发展趋势及前景预测

一、我国乳制品零售市场的未来趋势

二、我国乳制品行业发展前景展望

三、“十二五”我国乳制品行业发展目标与方向

第三章 2011-2012年奶粉行业发展分析

第一节 2011-2012年世界奶粉行业发展概况

一、全球奶粉市场供需状况分析

二、日本奶粉制造商在中国市场绝处逢生

三、美国奶粉出口保持快速增长

四、欧盟脱脂奶粉出口保持良好势头

第二节 2011-2012年中国奶粉行业发展状况

一、中国奶粉市场发展现状阐述

二、2011年我国奶粉行业进入全面升级阶段

三、2012年中国奶粉市场动作频频

四、2010-2012年6月中国奶粉产量增长状况

第三节 2011-2012年中国奶粉业相关政策解读

一、婴幼儿配方乳粉生产门槛提高

二、新乳品安全国家标准解读

三、2011年国家规范母乳代用品营销行为

四、2012年婴幼儿奶粉进口关税调整情况

五、2012年卫生部规定婴幼儿配方食品禁添牛初乳

第四节 奶粉市场品牌分析

一、中国奶粉市场品牌简况

二、2009年国内外奶粉品牌的市场占有率

三、2010年中国市场奶粉品牌关注度分析

四、2011年中国市场奶粉品牌关注度分析

第五节 2011-2012年中国奶粉行业发展的的问题及对策

一、中国奶粉行业存在的根本问题

二、中国奶粉行业监管制度亟待完善

三、洋奶粉的不规范现象及本土企业的应对策略

四、民族奶粉业的市场突围策略分析

五、农村奶粉市场开拓攻略

第四章 2011-2012年婴幼儿奶粉市场分析

第一节 2011-2012年婴幼儿奶粉市场发展状况

一、婴幼儿奶粉市场规模回顾

二、婴幼儿奶粉的供应和消费态势

三、婴幼儿奶粉户外广告投放状况

四、2012年婴幼儿奶粉质量管理出台新措施

五、我国婴幼儿羊奶粉行业现状阐述

第二节 中国婴幼儿奶粉消费市场调查分析

一、消费环境评价

二、品牌占有率

三、品牌信誉度

四、消费行为偏好

第三节 2011-2012年中高端婴幼儿配方奶粉市场剖析

一、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义

二、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征

三、国内企业发力高端婴幼儿配方奶粉市场

四、2011年婴幼儿奶粉高端市场发展热点

五、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法

第四节 2011-2012年婴幼儿奶粉市场存在的问题及对策

一、婴幼儿奶粉市场存在的主要问题

二、标准低下成为婴幼儿奶粉发展的首要问题

三、中国婴儿奶粉行业的发展策略

四、开发高端婴幼儿奶粉市场的对策

第五章 2011-2012年其他类型奶粉分析

第一节 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

第二节 孕妇奶粉

- 一、孕妇奶粉的概念及作用
- 二、孕妇奶粉发展潜力巨大成为新竞争热点

第三节 中老年人奶粉

- 一、中老年奶粉基本概述
- 二、我国中老年奶粉行业销售状况
- 三、中老年奶粉渐成市场热点
- 四、助肠道健康的中老年奶粉受市场青睐
- 五、中老年奶粉市场发展潜力分析
- 六、中老年奶粉行业发展存在的问题

第六章 2011-2012年奶粉价格分析

第一节 奶粉市场价格综述

- 一、2009年奶粉进口价格回顾
- 二、2010年奶粉进口价格回顾
- 三、2011年奶粉进口价格分析
- 四、2012年洋奶粉再续涨价潮

第二节 2011-2012年华东奶粉市场

- 一、2011年四季度高价奶粉抢滩济南市场
- 二、2012年3月青岛市场洋奶粉提价
- 三、2012年4月潍坊奶粉市场涨跌不一
- 四、2012年4月南京奶粉市场价格行情

第三节 2011-2012年华北奶粉市场

- 一、2011年末天津奶粉价格上涨情况
- 二、2012年4月北京市场洋奶粉悄然提价
- 三、2012年4月太原奶粉市场价格动向

第四节 2011-2012年中南奶粉市场

- 一、2011年4月郑州市奶粉价格行情简析

二、2011年6月广州市场奶粉价格行情分析

三、2012年4月深圳市场奶粉价格稳定

第五节 2011-2012年西部奶粉市场

一、2011年上半年兰州奶粉市场历经两次提价潮

二、2011年7月昆明市场多种洋奶粉提价10%

三、2012年4月重庆奶粉市场价格平稳

四、2012年4月兰州洋奶粉价格行情

第六节 2011-2012年东北奶粉市场

一、2012年3月长春市场国产奶粉调价情况

二、2012年4月沈阳奶粉市场价格上涨情况

三、2012年4月大庆市奶粉价格普涨一成左右

第七章 2011-2012年奶粉的营销分析

第一节 奶粉营销的要素与模式

一、奶粉市场营销中的要素

二、高档奶粉营销运作模式简述

三、婴幼儿奶粉市场营销模式

四、中国奶粉市场网络营销剖析

第二节 中外奶粉品牌城市营销的对比简析

一、国产婴幼儿奶粉品牌的困境

二、中心城市的突破需要转变观念

三、消费者教育与口碑传播的营销策略

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的产生和发展

第四节 奶粉营销中的问题及策略

一、奶粉营销中存在的问题

二、奶粉品牌在农村市场的营销对策

三、从三鹿奶粉事件探讨企业危机营销方案

第五节 品牌奶粉营销案例分析

一、雀巢奶粉的视频营销

二、百立乐奶粉的网络营销

三、伊利奶粉的世博营销

四、澳优奶粉的洋化营销

第八章 2011-2012年奶粉业竞争分析

第一节 中国奶粉业竞争概述

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 2011-2012年中国奶粉市场的竞争格局

一、奶源管理成为奶粉业竞争焦点

二、中外奶粉企业争抢中端奶粉市场份额

三、2011年超高端奶粉市场成为新竞争焦点

四、2012年中国奶粉市场竞争加剧

第三节 2011-2012年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、国内高端婴幼儿奶粉市场竞争加剧

三、我国婴幼儿奶粉市场竞争局势解析

四、中国婴幼儿奶粉的未来市场格局

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、新进奶粉品牌的竞争战略选择

第九章 2010-2012年国外奶粉企业分析

第一节 美赞臣

- 一、公司简介
- 二、美赞臣实施全程安全管理
- 三、美赞臣加大力度扩展婴幼儿奶粉市场
- 四、美赞臣打造科研全球化在中国设研发中心

第二节 雅培

- 一、公司简介
- 二、雅培加大中国奶粉市场投入
- 三、2010年雅培婴儿奶粉召回风波
- 四、2011年乐友与雅培合作开创奶粉销售新模式

第三节 多美滋

- 一、公司简介
- 二、多美滋奶粉在中国市场的发展战略
- 三、多美滋奶粉品牌美誉度持续领先
- 四、多美滋开创先河在华推出婴幼儿液体配方奶

第四节 雀巢

- 一、公司简介
- 二、雀巢的模块组合营销经营优势
- 三、雀巢向健康转型着力开发乳粉营养品市场
- 四、2012年雀巢收购惠氏奶粉事件解析

第十章 我国奶粉行业重点企业分析

第一节 圣元营养食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 飞鹤国际有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 澳优乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 完达山乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第六节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第七节 雅士利国际控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第十一章 中国奶粉市场发展前景预测

第一节 2013-2017年中国奶粉行业预测分析

第二节 农村奶粉市场发展潜力巨大

第三节 婴幼儿奶粉市场发展前景分析

附录

附录一：乳制品工业产业政策（2009年修订）

附录二：乳制品加工行业准入条件

附录三：乳品质量安全监督管理条例

附录四：企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则（2010版）

附录五：粉状婴幼儿配方食品良好生产规范

附录六：乳粉国家标准

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/qitashipin1302/W4504346SE.html>