

2019年中国互联网+奶粉市场分析报告- 市场深度分析与未来规划分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国互联网+奶粉市场分析报告-市场深度分析与未来规划分析》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/425791425791.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

中国是全球第二大婴童消费市场，其中婴幼儿奶粉行业发展迅猛。从2016年以来，中国婴幼儿奶粉市场规模一直在不断扩大，2018年达到2221亿元的市场规模。预计未来婴幼儿奶粉市场规模将继续扩大，但增长速度将有所放缓。

2016-2020中国婴幼儿奶粉市场规模统计情况

数据来源：中国奶业协会

在消费者购买婴幼儿奶粉的渠道中，线下渠道依旧是主力，商超和母婴专卖店的购买比例达到60.9%。通过国内电商平台购买奶粉的消费者达到24.2%，仅有11.8%的消费者会通过海淘或是代购的方式购买进口奶粉。

2019年中国消费者购买婴幼儿奶粉的渠道分布

数据来源：中国奶业协会

大数据显示，2018年线上婴儿奶粉市场主要集中在外资品牌，这些品牌占到了87.7%的份额。其中线上销售前五强包括爱他美、美素佳儿、惠氏、美赞臣和雅培，前十中外资品牌也入了8席。

2018年线上婴儿奶粉排名前十品牌价格

数据来源：中国奶业协会

2018年线上婴儿奶粉排名前十品牌占比情况

数据来源：中国奶业协会

线上渠道除了品牌商自主开发的网店和海淘之外，主要包括社区电商、综合电商和垂直电商三大类。近年来，国内各区域奶粉市场格局逐步衍生出新的发展趋势，产业资源开始向零售商手里集中，渠道为王、决胜终端成为许多企业和品牌的共识。随着产业的发展，线上和线下渠道也逐渐向彼此延伸，形成线上线下相融合的全渠道零售业态。（JP YZ）

【报告大纲】

第一章：中国婴幼儿奶粉所属行业发展状况分析

1.1 中国婴幼儿奶粉所属行业经营分析

- 1.1.1 婴幼儿奶粉行业经营效益分析
- 1.1.2 婴幼儿奶粉行业盈利能力分析
- 1.1.3 婴幼儿奶粉行业运营能力分析
- 1.1.4 婴幼儿奶粉行业偿债能力分析
- 1.1.5 婴幼儿奶粉行业发展能力分析
- 1.2 中国婴幼儿奶粉行业供需平衡分析
 - 1.2.1 全国婴幼儿奶粉行业供给情况分析
 - (1) 婴幼儿奶粉行业总产值分析
 - (2) 婴幼儿奶粉行业产成品分析
 - 1.2.2 全国婴幼儿奶粉行业需求情况分析
 - (1) 婴幼儿奶粉行业销售产值分析
 - (2) 婴幼儿奶粉行业销售收入分析
 - 1.2.3 全国婴幼儿奶粉行业产销率分析
- 1.3 中国婴幼儿奶粉行业进出口分析
 - 1.3.1 婴幼儿奶粉行业出口市场分析
 - (1) 行业出口整体情况
 - (2) 行业出口产品结构
 - 1.3.2 婴幼儿奶粉行业进口市场分析
 - (1) 行业进口整体情况
 - (2) 行业进口产品结构分析
 - 1.3.3 婴幼儿奶粉行业进出口分析
- 1.4 中国婴幼儿奶粉行业消费市场分析
 - 1.4.1 我国每年新生婴幼儿数量分析
 - 1.4.2 消费者对婴幼儿奶粉市场评价
 - (1) 消费者对婴幼儿奶粉市场评价
 - (2) 消费者对婴幼儿奶粉评价差异分析
 - 1.4.3 消费者购买婴幼儿奶粉因素分析
 - (1) 消费者购买考虑因素分析
 - (2) 消费者购买考虑因素差异分析
 - 1.4.4 消费者婴幼儿奶粉品牌偏好分析
 - (1) 消费者品牌偏好
 - (2) 消费者品牌偏好差异分析
 - (3) 消费者品牌依赖分析

第二章：中国婴幼儿奶粉行业产业链分析

2.1 原料饲料行业市场分析

2.1.1 食糖市场分析

- (1) 食糖供给分析
- (2) 食糖需求分析
- (3) 食糖价格走势分析
- (4) 食糖市场发展趋势

2.1.2 饲料市场分析

- (1) 饲料供给规模分析
- (2) 饲料供给区域结构
- (3) 饲料需求规模分析
- (4) 饲料价格走势分析
- (5) 饲料市场发展趋势

2.1.3 香料市场分析

- (1) 香料市场规模分析
- (2) 香料市场发展趋势分析

2.1.4 食品添加剂市场分析

2.2 奶牛养殖业市场分析

2.2.1 奶牛存栏量分析

2.2.2 原奶产量情况

2.2.3 原奶价格变动情况

- (1) 原奶价格波动对于国内下游企业的影响
- (2) 原奶价格波动对于国内上游企业的影响

2.2.4 奶牛养殖业发展趋势

2.3 挤奶设备行业市场分析

2.3.1 我国挤奶设备发展状况

2.3.2 挤奶设备行业对乳制品行业的影响

2.4 奶粉包装行业市场分析

2.4.1 乳制品包装发展状况

2.4.2 包装材料对奶粉行业的影响

第三章：婴幼儿奶粉行业市场发展深度分析

3.1 国内婴幼儿奶粉行业产能过剩原因分析

3.1.1 从供给端分析

- (1) 纵向对比
- (2) 横向对比

- (3) 低门槛
- (4) 供给增加
- 3.1.2 从需求端分析
 - (1) 生育率的提升空间分析
 - (2) 母乳喂养率的下降空间
 - (3) 未来五年的需求量预测
- 3.2 国内婴幼儿奶粉产品体系混乱的原因分析
 - 3.2.1 行业高毛利驱动
 - 3.2.2 进口奶粉的崛起
 - 3.2.3 电商渠道的冲击
 - (1) 婴幼儿奶粉线上交易规模
 - (2) 线上渠道增长的驱动因素
- 3.3 当前国内原奶价格变化情况分析
 - 3.3.1 本轮国内原奶价格下跌的原因
 - (1) 生鲜乳价格变化有明显周期性
 - (2) 大包粉扰乱生鲜乳定价机制
 - 3.3.2 国际原奶价格变化趋势分析
 - (1) 从需求端来看
 - (2) 从供给端来看
 - 3.3.3 国内原奶价格长期走势分析
 - (1) 国内原奶市场整体供应情况
 - (2) 下游原奶需求量增长的预测

第四章：婴幼儿奶粉行业渠道及营销模式分析

- 4.1 婴幼儿奶粉行业传统渠道与营销策略
 - 4.1.1 婴幼儿奶粉行业传统销售渠道分析
 - (1) 商超渠道
 - (2) 关联渠道
 - (3) 医务渠道
 - (4) 药店连锁渠道
 - 4.1.2 婴幼儿奶粉行业传统营销策略分析
 - (1) 产品策略分析
 - (2) 价格策略分析
 - (3) 广告策略分析
 - (4) 促销策略分析

(5) 公益营销策略分析

4.1.3 婴幼儿奶粉行业传统销售模式的弊端

4.2 奶粉行业线下母婴渠道的崛起

4.2.1 母婴店深度分销模式分析

4.2.2 奶粉渠道终端的数量变化

4.2.3 母婴店个城市门店数变化

4.3 奶粉行业母婴电商的进化过程

4.3.1 电商渠道奶粉品牌市占率分析

4.3.2 综合类电商平台母婴市场分析

4.3.3 垂直类母婴电商平台发展分析

4.3.4 母婴电商的销售模式深度解析

4.4 主要婴幼儿奶粉生产商的电商渠道布局

4.4.1 伊利的电商渠道布局

4.4.2 合生元的电商渠道布局

4.4.3 君乐宝的电商渠道布局

4.4.4 新希望的电商渠道布局

4.5 线上线下结合的O2O模式分析

4.5.1 新兴O2O模式的特点与优势

4.5.2 合生元的O2O模式深度解析

(1) 线上部分

(2) 线下部分

(3) 合生元模式的弊端

4.5.3 贝因美“妈妈购”平台销售模式

(1) 线上部分

(2) 线下部分

(3) 线上线下互动部分

(4) 盈利模式

第五章：中国婴幼儿奶粉行业竞争格局分析

5.1 跨国公司在华竞争策略分析

5.1.1 美赞臣在华竞争策略分析

5.1.2 多美滋在华竞争策略分析

5.1.3 雀巢在华竞争策略分析

5.2 婴幼儿奶粉国内市场竞争分析

5.2.1 婴幼儿奶粉企业竞争格局分析

5.2.2 婴幼儿奶粉区域竞争格局分析

5.2.3 婴幼儿奶粉产品竞争格局分析

(1) 高端婴幼儿奶粉竞争格局

(2) 中低端婴幼儿奶粉竞争格局

5.2.4 国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局分析

(1) 2014 年国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局

(2) 2015 年国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局

5.3 婴幼儿奶粉行业集中度分析

5.3.1 我国婴幼儿奶粉行业市场占有率分析

5.3.2 外国婴幼儿奶粉行业市场占有率分析

(1) 美国婴幼儿奶粉行业市占率

(2) 德国婴幼儿奶粉行业市占率

(3) 新西兰婴幼儿奶粉行业市占率

(4) 日本婴幼儿奶粉行业市占率

5.3.3 影响奶粉行业未来集中度的因素

(1) 乳粉配方注册制的实施

(2) 奶粉市场价格战的洗牌

(3) 奶粉企业间的兼并收购

5.4 婴幼儿奶粉行业投资与兼并重组分析

5.4.1 中国婴幼儿奶粉企业海外并购投资分析

5.4.2 中国婴幼儿奶粉企业国内并购投资分析

5.4.3 中国婴幼儿奶粉行业兼并重组发展趋势

第六章：中国婴幼儿奶粉生产重点企业经营分析

6.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况分析

6.1.1 企业发展简况分析

6.1.2 企业经营能力分析

6.1.3 企业产品及品牌分析

6.1.4 企业销售与营销分析

6.2 光明乳业股份有限公司经营情况分析

6.2.1 企业发展简况分析

6.2.2 企业经营能力分析

6.2.3 企业产品及品牌分析

6.2.4 企业销售与营销分析

6.3 上海惠氏营养品有限公司经营状况分析

6.3.1 企业发展简况分析

6.3.2 企业经营能力分析

6.3.3 企业产品及品牌分析

6.3.4 企业销售与营销分析

6.4 多美滋婴幼儿食品有限公司经营状况分析

6.4.1 企业发展简况分析

6.4.2 企业经营能力分析

6.4.3 企业产品及品牌分析

6.4.4 企业销售与营销分析

6.5 双城雀巢有限公司经营状况分析

6.5.1 企业发展简况分析

6.5.2 企业经营能力分析

6.5.3 企业产品及品牌分析

6.5.4 企业销售与营销分析

6.6 雅士利国际集团有限公司经营状况分析

6.6.1 企业发展简况分析

6.6.2 企业经营能力分析

6.6.3 企业产品及品牌分析

6.6.4 企业销售与营销分析

6.7 圣元营养食品有限公司经营状况分析

6.7.1 企业发展简况分析

6.7.2 企业经营能力分析

6.7.3 企业产品及品牌分析

6.7.4 企业销售与营销分析

6.8 美赞臣营养品（中国）有限公司经营状况分析

6.8.1 企业发展简况分析

6.8.2 企业经营能力分析

6.8.3 企业产品及品牌分析

6.8.4 企业销售与营销分析

6.9 北京三元食品股份有限公司经营状况分析

6.9.1 企业发展简况分析

6.9.2 企业经营能力分析

6.9.3 企业产品及品牌分析

6.9.4 企业销售与营销分析

6.10 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营状况分析

6.10.1 企业发展简况分析

6.10.2 企业经营能力分析

6.10.3 企业产品及品牌分析

6.10.4 企业销售与营销分析

第七章：中国婴幼儿行业发展前景与投资规划分析

7.1 二胎政策对婴幼儿需求增长的利好分析

7.1.1 婴幼儿奶粉需求的变量分析

(1) 新生儿出生率

(2) 母乳喂养率

7.1.2 单独二胎政策放开的效果分析

(1) 二胎申请预期与实际数量

(2) 单独二胎政策对奶粉市场影响

7.1.3 全面二胎放开对奶粉需求的提振

(1) 全面放开二胎后新生儿数量测算

(2) 全面放开二胎带来的市场增量

7.1.4 全面放开二胎对细分市场的利好

(1) 婴幼儿奶粉

(2) 婴幼儿辅食

(3) 奶粉产业链

7.2 婴幼儿奶粉行业整合的政策规划分析

7.2.1 企业数量

7.2.2 整合方式

(1) 淘汰小企业

(2) 大企业兼并小企业

(3) 区域性的强强联合

(4) 集团内部整合

7.2.3 可能的操作方式

7.2.4 短期目标

7.2.5 长期目标

7.3 婴幼儿奶粉行业投资特性分析

7.3.1 婴幼儿奶粉行业进入壁垒分析

7.3.2 婴幼儿奶粉行业盈利因素分析

7.3.3 婴幼儿奶粉行业投资机会分析

7.4 关于婴幼儿奶粉行业的投资

- 7.4.1 关于婴幼儿奶粉行业的投资方向建议
- 7.4.2 关于婴幼儿奶粉行业的投资方式建议
- 7.4.3 关于婴幼儿奶粉行业的产品创新建议
- 7.4.4 关于婴幼儿奶粉行业的营销模式建议

图表目录：

- 图表1：中国婴幼儿奶粉行业经营效益分析
- 图表2：中国婴幼儿奶粉行业盈利能力分析
- 图表3：中国婴幼儿奶粉行业运营能力分析
- 图表4：中国婴幼儿奶粉行业偿债能力分析
- 图表5：中国婴幼儿奶粉行业发展能力分析
- 图表6：婴幼儿奶粉行业总产值分析
- 图表7：婴幼儿奶粉行业销售产值分析
- 图表8：婴幼儿奶粉行业销售收入分析
- 图表9：全国婴幼儿奶粉行业产销率分析
- 图表10：婴幼儿奶粉进口市场规模分析
- 图表11：婴幼儿奶粉出口市场规模分析
- 图表12：2016-2019年中国新生婴幼儿数量统计
- 图表13：国内婴幼儿奶粉口碑指数排名
- 图表14：国内外婴幼儿奶粉品牌出现涨价潮
- 图表15：国内主要婴幼儿奶粉厂商注册配方数量
- 图表16：国内主要婴幼儿奶粉厂商产品系列数量
- 图表17：国内主要婴幼儿奶粉厂商产品系列数量
- 图表18：2016-2019年我国饲料产量变化（单位：万吨，%）
- 图表19：2016-2019年排名靠前省份饲料产量占全国的比重（单位：%）
- 图表20：2016-2019年我国香料市场规模增长情况（单位：万元，%）
- 图表21：我国主要食品添加剂市场现状
- 图表22：2016-2019年我国奶牛存栏量及增速情况（单位：万头，%）
- 图表23：2016-2019年我国奶牛存栏量区域分布情况（单位：%）
- 图表24：2016-2019年我国奶牛存栏量前十大省份（单位：万头）
- 图表25：2016-2019年我国奶牛存栏量规模化养殖比重（单位：%）

图表详见报告正文 (GYWXJ)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国互联网+奶粉市场分析报告-市场深度分析与未来规划分析》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/425791425791.html>