

2009年中国婴幼儿奶粉市场预测报告

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《2009年中国婴幼儿奶粉市场预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2829428294.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

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

引言中国奶粉市场，尤其是婴幼儿配方奶粉的需求增长速度较快。中国高档婴儿奶粉市场销量每年以两位数的速度增长。加之2008年是一个生育高峰，中国有望取代日本，成为仅次于美国的世界第二大婴幼儿配方奶粉市场。全国0-3岁的人口有6900万，每年新出生的人口在1700万左右。就算其中80%能够得到母乳喂养，那么还有20%，也就是340万婴儿没有母乳，需要用奶粉来喂养。这样每年的婴幼儿奶粉市场就需要30万吨。我国现在一年的婴幼儿奶粉产量仅8-10万吨，庞大的新生儿消费群体孕育着中国婴幼儿奶粉巨大的市场空间。长期以来，婴幼儿奶粉市场一直被国外品牌垄断，如惠氏、美赞臣、雅培、雀巢、多美滋等。全球排名前100名的乳品企业已经有20多家进入中国，进口品牌的产值已占我国乳品市场的1/3。相比之下，国内品牌在婴幼儿配方奶粉研制上起步比较晚，产品研发能力相对较弱。另外国内良种奶牛比例较低，虽然近年来我国大力引进和推广良种奶牛，但仍然远低于发达国家水平，这也制约了国内乳制品的产量和品质的提升。加之近年来，市场行业规范缺失、产业结构不合理，生产集中度低，也成为制约行业发展的瓶颈。国产婴幼儿奶粉要在国内市场与国外奶粉一争高低，除在质量上严格把关以外其它环节也要格外注意。服务是提升企业品牌形象和增加顾客品牌忠诚度的重要途径。由于婴幼儿配方奶粉消费者具有较高的品牌忠诚度，一些企业忽略了服务的重要性。其实，这种观念是明显错误的。婴幼儿奶粉不同于普通的食物，它们在配方和生产工艺方面都有很高的要求。面对着市场上琳琅满目的奶粉品牌，初为人父母的家庭真是觉得无从下手。婴幼儿奶粉消费者购买决定因素主要是亲友介绍及医生推荐。近几年来，国内婴幼儿奶粉市场可谓硝烟弥漫，国内外各婴幼儿奶粉品牌都在疯狂抢占终端资源，大打促销战。我国婴幼儿奶粉的市场竞争更将进入白热化。到2010年中国的乳制品市场将达到200亿美元的规模，同时乳制品市场将有半数的企业被淘汰。婴幼儿奶粉市场的生产企业也会走向强者愈强，市场趋于寡头的结局。2008年起，我国迎来新一波婴儿潮。婴幼儿奶粉市场仍保持快速增长势头，预计到2010年，整个中国婴幼儿配方奶粉市场规模可达300亿元人民币。本报告依据国家统计局、国家海关总署、中国乳制品工业协会、农业部、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及各省市相关统计单位提供的大量资料，对我国婴幼儿奶粉市场的国际市场、发展现状、主要品牌、竞争格局、重点企业、发展趋势及对策等进行了深入分析。在对我国婴幼儿奶粉整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国婴幼儿奶粉整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录第一章 婴幼儿奶粉行业概述第一节 婴幼儿配方奶粉整体概述一、婴幼儿配方奶粉定义二、婴幼儿配方奶粉特点三、婴幼儿奶粉分年龄段的好处四、婴幼儿配方奶粉的分类五、婴幼儿配方奶粉发展阶段六、婴幼儿配方奶粉几个重要指标七、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 我国婴幼儿配方奶粉发展分析一、我国婴幼儿配方奶粉发展回顾二、我国婴幼儿配方奶粉发展现状第三节 国内婴幼儿奶粉销售中存在的问题分析一、产品线过长，产品质量不高二、产品组合深度不够，未能塑造良好的品牌形象三、

销售形式传统单一，未能实现整合营销四、终端激励不足，促销细化不够

第四节 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)

第二章 婴幼儿奶粉行业政策环境分析

第一节 婴幼儿奶粉国家标准

一、标准的建设二、三项强制性婴幼儿奶粉国家标准三、规范婴幼儿配方粉产品标签内容四、碘不符合标准的婴儿奶粉禁止生产和销售五、国家实行婴幼儿奶粉召回特别制度

第二节 婴幼儿食品相关标准制定的紧迫性

第三章 全球婴幼儿奶粉发展分析

第一节 全球婴幼儿奶粉发展分析

一、国际奶荒国内多种奶粉涨价二、英特儿新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题四、斯里兰卡婴幼儿奶粉市场情况五、印度婴幼儿奶粉政策环境

第二节 全球“婴儿配方乳”研究现状及发展趋势

第三节 国内外婴幼儿奶粉比较分析

第四章 婴幼儿奶粉技术分析

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

一、酶水解生产婴幼儿配方粉新技术二、婴幼儿乳粉新配方的研究三、早产儿奶粉市场开发

第三节 免疫球蛋白(IG)在婴儿配方奶粉中的应用

一、国际上将Ig应用于乳制品的研究进展二、我国免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发的现状

第四节 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究

一、DHA和AA的生理功能二、母乳中的DHA和AA三、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性四、国内外婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的现状五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题

第五节 婴幼儿配方奶粉的核心：复配营养素

一、婴幼儿配方奶粉：高端的营养强化食品二、复配营养素：婴幼儿配方奶粉产业链的核心

第五章 我国奶粉行业发展分析

第一节 奶粉行业概述

一、奶粉的分类二、我国奶粉市场特点分析三、国产奶粉质量分析四、国产奶粉品牌营销分析五、符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌

第二节 我国奶粉行业发展分析

一、国内奶粉市场现状分析二、中国奶粉市场的特殊性三、农村奶粉市场分析四、民族品牌齐打高端奶粉牌

第三节 我国奶粉市场的特点

一、洋奶粉占优国产品牌欲崛起二、配方奶粉成为市场竞争热点三、奶粉消费量呈现轻微下滑四、婴幼儿奶粉市场潜力被看好五、奶粉向多元化方向发展

第四节 2008年我国奶粉市场发展现状分析

一、2008年“肾结石娃娃”事件重击奶粉行业二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶三、2008年我国原料奶粉价格情况四、“洋奶粉”价格上涨以及上涨原因分析五、2008年6月进口奶粉关税回落对价格影响分析六、国内配方奶粉市场回暖

第五节 2008年国外奶粉对我国奶粉行业的冲击分析

一、2008年国外企业争夺中国奶粉市场情况二、2008年中外奶粉市场大打“奶源”牌三、2008年洋品牌调动全球能量抢占市场四、2008年欧洲洋奶粉向本土化发展五、2008年法国合生元欲进军中国高端奶粉市场六、2008年韩国每日乳业高端奶粉进入我国市场七、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场八、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示

第六章 2007-2008年我国婴幼儿奶粉市场分析

第一节 2007年中国婴幼儿奶粉市场规模分析

一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长二、国内品牌需加大研发力度

第二节 2007年我国婴幼儿奶粉进口分析

一、2007年奶粉进口价格分析二、2007年我国奶粉进口量分析三、影响婴幼儿奶粉涨价因素

第三节 2008年我国婴幼儿奶粉发展分析

一、八成婴幼儿奶粉企业售后服务合格二、2008年奶源进口致婴幼儿奶粉涨价三、2008年1-9月广东奶粉进口分析四、

国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成五、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代六、婴幼儿奶粉市场暗战升级第四节

2008年婴儿配方奶粉市场调查分析一、调查的目的和对象二、调查的结果分析第五节 我国婴幼儿产品结构分析一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成二、婴幼儿奶粉中端市场分析三、婴幼儿奶粉高端市场分析四、中高档配方奶粉市场分析五、婴幼儿奶粉市场价格的空档第六节 我国婴幼儿奶粉行业特征分析一、我国婴幼儿奶粉的市场现状二、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显三、中国婴幼儿配方奶粉迎来黄金时代四、市场细分成趋势五、2007婴儿奶粉质量排名调查分析第七节 我国婴幼儿奶粉市场需求分析一、中国婴幼儿奶粉年需30万吨二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升第八节 我国婴幼儿配方奶粉消费习惯分析第九节 我国婴幼儿奶粉区域市场分析一、北京二、上海三、广州四、杭州五、南京六、广西七、郑州八、河北九、内蒙古十、云南第七章 婴幼儿奶粉营销分析第一节 国产婴幼儿奶粉品牌营销分析一、国产婴幼儿奶粉品牌的困境二、中心城市突破需转变观念三、消费者教育与口碑传播的营销策略第二节 婴幼儿奶粉行业4P组合营销分析一、产品VS需求二、价格VS价值三、渠道VS方便性四、促销VS传播五、4P组合的变化六、4P的新发展七、以不变应万变第三节 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、整合式营销第四节 婴幼儿奶粉营销策略分析一、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题二、婴幼儿配方奶粉营销模式分析（一）美赞臣模式：捆绑早期教育（二）三鹿模式：抓住网络妈妈（三）贝因美模式：借势冠军宝贝（四）雅培模式：诱惑小音乐家三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析第八章 婴幼儿奶粉主要品牌分析第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析一、12品牌婴儿配方奶粉的横向对比评测二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析第二节 多美滋一、2007年多美滋在华追加8亿投资二、2007年多美滋抢占高端奶粉市场份额三、2008年多美滋金盾推出益生元营养米粉四、多美滋”在婴儿免疫研究上有新突破第三节 美赞臣一、2007年美赞臣安婴妈妈A配方奶粉全新上市二、2007年美赞臣全面升级婴幼儿A系列产品三、2008年美赞臣推出含4倍以上DHA的全新升级配方奶粉四、2008年美赞臣升级后涨15%五、美赞臣安婴儿A1段婴儿配方奶粉评测六、美赞臣促进脑部发育成奶粉行业新宠第四节 惠氏一、惠氏谋建亚洲最大配方奶粉厂二、惠氏要做婴幼儿配方奶粉第一品牌三、惠氏婴儿配方奶粉创造了7项世界纪录四、惠氏以制药的经验制造奶粉五、惠氏金装爱儿乐1段婴儿配方奶粉评测第五节 雀巢一、雀巢品牌概况二、2005年雀巢碘超标，失去高端奶粉市场三、2008年4月起雀巢奶粉全线涨价四、2008年雀巢抢夺国内高端幼儿奶粉市场第六节 雅培一、雅培120年的成长秘密二、雅培全球召回婴儿奶粉三、2008年经营业绩分析第七节 伊利一、伊利奶粉获选十大信赖品牌二、伊利领跑高端奶粉市场三、伊利建成全球奶粉样板工厂四、伊利奶粉营养有新突破五、伊利将婴幼儿奶粉工厂搬入卖场第八节 蒙牛一、蒙牛国内市场的优势也在进一步扩大二、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场三、问题奶粉事件后蒙牛伊利销售情况已恢复八成第九节 完达山一、完达山奶粉实现功能细分二、完达山打造

绿色奶源基地三、国内最大奶粉生产线落户完达山四、完达山乳业的品牌效应第十节 圣元一、圣元国际剑指第一婴幼儿奶粉品牌二、圣元乳业营养棒生产线开始调试生产三、圣元优聪1段婴幼儿奶粉评测第十一节 其他品牌动态一、国内销售的澳优能力多奶粉批批合格三、雅士利施恩已恢复生产三、雅士利婴幼儿奶粉样本解析四、南山奶粉营销瞄准网络博客第九章 婴幼儿奶粉负面事件影响分析第一节 三聚氰胺事件分析一、三鹿二、22家企业婴幼儿奶粉检出三聚氰胺三、伊利VS蒙牛回应“毒奶粉”事件四、受三聚氰胺影响，国内乳业巨头损失惨重第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件一、基本情况二、主要工作措施第三节 “空壳奶粉”事件第四节 “大头娃娃”事件第五节 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件一、雀巢奶粉碘超标凸显跨国公司遇质量信任危机二、美国美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉三、奶制品信任危机再现，多美滋惊现小虫第六节 婴幼儿奶粉不合格事件及原因分析一、三种婴幼儿奶粉磷钙铁锌严重低于标准含量二、婴幼儿乳粉三成不合格广东两企入黑名单三、婴幼儿奶粉三成不合格营养强化剂不达标四、广州：邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌五、专家称市面婴幼儿奶粉有欺骗嫌疑第十章 婴幼儿奶粉竞争格局分析第一节 2007年我国婴幼儿奶粉市场竞争调查分析第二节 中国婴幼儿奶粉市场格局分析一、跨国品牌夺得头筹二、细分市场机会三、“稳健竞争”下的变数第三节 中外激战婴幼儿奶粉高端市场一、高端市场空间巨大二、洋品牌领跑高端市场三、国产品牌急追不放第四节 三聚氰氨事件后中国婴幼儿奶粉行业的未来格局分析一、外资品牌仍处高端塔尖，尽享黄金利润二、国内品牌将两极分化，马太效应充分显现三、营销模式新突破，品牌企业受益最大第十一章 婴幼儿奶粉重点企业分析第一节 英特儿营养乳品有限公司一、公司概况二、产品系列三、经营业绩第二节 瑞典雀巢公司一、公司概况二、2007-2008年经营业绩分析三、2008年在华扩大产能第三节 美国美赞臣公司一、公司概况二、美赞臣在美独立上市三、美赞臣中国份额分析第四节 美国惠氏公司一、公司概况二、2008年经营业绩分析三、在华发展四、惠氏的启示第五节 伊利乳业集团一、公司概况二、2007-2008年经营业绩分析三、伊利蒙牛建立第三方检测制度第六节 蒙牛乳业集团一、公司概况二、2007-2008年经营业绩分析三、蒙牛欲建奶源收复失地四、蒙牛重返香港市场第七节 圣元国际集团有限公司一、企业概况二、2007-2008财年经营业绩分析第八节 黑龙江省完达山股份有限公司一、公司概况二、发展动态第九节 湖南亚华乳业有限公司一、公司概况二、2007-2008年经营业绩分析第十二章 婴幼儿奶粉行业发展趋势及策略分析第一节 婴儿乳品行业前景分析一、“占有率”是竞争优势二、“产品品质”是成功关键三、“品牌价值”是助推器第二节 我国婴幼儿奶粉市场发展趋势一、政府对行业的政策支持力度加大二、农村及高端市场将成为国内外品牌争夺的重点三、市场竞争品牌化，行业购并不可避免四、婴幼儿奶粉的未来市场前景第三节 推广中高档婴幼儿配方奶粉策略一、加强品牌推广二、知识营销与产品营销相结合三、加强渠道建设四、加强服务第四节 中国奶粉企业走向高端市场策略分析第五节 婴幼儿配方奶粉发展对策分析一

、提升婴幼儿奶粉品质应该先抓配方二、中国婴儿奶粉行业的营销对策部分图表目录图表

2007年1-7月我国奶粉进口量月度走势图图表 2007年我国婴儿奶粉质量排名调查结果图表

2005-2007年雀巢集团销售额情况图表 2008年前三季度惠氏经营业绩分析图表

2005-2007年伊利股份成长性分析图表 2005-2007年伊利股份经营能力分析图表

2005-2007年伊利股份盈利能力分析图表 2005-2007年伊利股份偿债能力分析图表

2008年前三季度伊利股份主营收入情况图表

2008年前三季度伊利股份净利润和基本每股收益情况图表

2007-2009年蒙牛收入增长率预测图表 2005-2007年亚华乳业成长性分析图表

2005-2007年亚华乳业经营能力分析图表 2005-2007年亚华乳业盈利能力分析图表

2005-2007年亚华乳业偿债能力分析图表 2008年前三季度亚华乳业主营收入情况图表

2008年前三季度亚华乳业净利润和基本每股收益情况图表

2002-2005年黑龙江、内蒙古、北京、上海等地原料奶平均收购价变化图表

2004年中国不同档次的婴儿奶粉市场增长率图表

2004年中国婴儿奶粉市场不同阶段奶粉销量及增长率图表

2004年成人系列奶粉市场销售量下跌情况图表 婴儿配方奶粉用户喂哺方式情况图表

婴儿配方奶粉类型调查情况图表 消费者对婴儿配方奶粉营养成分了解情况图表

消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况图表 消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因图表

消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况图表 消费者购买婴儿配方奶粉的途径图图表

消费者对婴儿配方奶粉了解途径图表 消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况图表

消费者正在使用的婴儿配方奶粉品牌情况图表 消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装类型图表

消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装规格1图表 消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装规格2图表

消费者获知婴幼儿配方奶粉的途径和重要性图表 消费者对各种因素的重要性评价图表

上海市0-3岁婴幼儿家庭教养者比例图表

隔代教养家庭幼儿11个身心项目平均值的比较（T检验）图表

12品牌婴儿配方奶粉价格对比表图表 12品牌婴儿配方奶粉饮用次数对比表图表

12品牌婴儿配方奶粉量匙容量对比表图表

12品牌婴儿配方奶粉每毫升奶所含的奶粉量对比图表 12品牌婴儿配方奶粉味道对比图图表

12品牌婴儿配方奶粉重量(30ml)对比图图表

十大品牌1段婴儿配方奶粉粘稠度评测结果对照表图表

十大品牌1段婴儿配方奶粉蛋白质含量评测结果对照表图表

十大品牌1段婴儿配方奶粉脂肪含量评测结果对照表图表

符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌名单（品牌不分先后）图表

宁德市蕉城区儿童食品厂健儿粉不合格项目图表 “爽口福”牌宝宝营养米粉不合格项目图表

上海京元食品有限公司牌健儿粉不合格项目图表 影响消费者购买婴幼儿奶粉的因素图表

消费者购买婴幼儿奶粉的价位

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2829428294.html>