

2013-2017年中国奶粉产业 竞争态势及发展前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2013-2017年中国奶粉产业竞争态势及发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201302/05-122105.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

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。

中国产业研究报告网发布的《2013-2017年中国奶粉产业竞争态势及发展前景预测报告》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。

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 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

通过《2013-2017年中国奶粉产业竞争态势及发展前景预测报告》，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。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201302/05-122105.html>