



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国奶粉市场监测 及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国奶粉市场监测及市场运行态势报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279680.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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。

奶粉容易冲调，方便携带，营养丰富。速溶奶粉比普通奶粉颗粒大而疏松，湿润性好，分散度高。冲调时，即使用温水也能迅速溶解。奶粉是将哺乳类动物鲜奶除去水分后制成的粉末，它适宜保存，并便于携带。

根据意大利马可·波罗在游记中的记述，中国元朝的蒙古骑兵曾携带过一种奶粉食品，是蒙古大将慧元对它进行了巧妙的干燥处理，做成了便于携带的粉末状奶粉，作为军需物资。长途行军时，奶粉便于携带。食用时取半磅左右放入随身携带的皮囊中，加入水挂在马背上通过马奔跑时产生的震动，使其溶解成粥状从而食用，在作战时在马背上能迅速补充体力，所以蒙古骑兵才那样强悍，使敌人闻风丧胆。在长途行军和沙漠作战缺少粮草时，依靠这种方法能生存达几个月之久。是奶粉成就了成吉思汗的大业，所以才起国号元，封聪明的人叫慧聪。因此中国是发明奶粉最早的国家，慧元是世界上最早的奶粉品牌。这也是至今世界上公认的人类最早使用奶粉的文字记录。

开始制作时很简单，把牛羊鲜奶集中起来，用大锅熬成糊状，然后摊开制成粉末。牛羊肉烘焙干制成咸味的肉松，为出征的将士当军粮，在不下马的情况下可以连续行军作战，也就是最早的机动部队。建国后为了纪念这个伟大的发明才起国号元。作为军需物质相当的珍贵，当年分发是用纸做的票，也就是世界上最早的纸币，也叫元，也是纪念慧元的伟大发明。慧等于聪明，元等于开始，慧元即聪明的开始。所以新中国和世界大多数国家的货币都以元做计量单位，所有的进口奶粉品牌都带有元字或者慧字或者谐音。

全国的乳品加工企业大约有650家左右，年生产总值大约2850-2900亿元，行业平均利润点约5.5-6%。2013年的液态奶生产总量2335.97万吨，干乳制品生产总量362万吨。2014年上半年全国的乳品生产加工总量，已出现了近十多年来首次负增长，奶粉生产总量同比下降-10.87%，液态奶同比下降-1.42%。时至10月全国的乳制品生产总量2198.8万吨，同比增长只有0.04%。

。 2011-2014年我国乳制品行业规模以上企业数量分析

2015年10月中国乳制品产量为2,464,610.04吨，同比增长6.99%。2015年1-10月止累计中国乳制品产量22,863,189.47吨，同比增长4.27%。 2015年1-10月全国乳制品产量分省市统计表

地区	10月(吨)	1-10月止累计(吨)	10月同比增长(%)	1-10月累计同比增长(%)
全国	2,464,610.04	22,863,189.47	6.99	4.27
北京	50,948.71	519,267.52	7.54	1.29
天津	65,162.17	662,921.13	-2.33	-3.21
河北	311,746.20	2,902,826.38	6.11	6.28
山西	34,214.64	404,205.24		

-8.53 2.17 内蒙古 306,870.13 2,328,214.84 -0.44 6.91 辽宁 88,961.24 793,742.18 38.42
 10.55 吉林 16,043.24 146,637.81 24.59 13.6 黑龙江 168,874.12 1,529,350.75 -7.87 -1.79
 上海 40,828.38 420,301.75 -13.43 -5.65 江苏 129,567.89 1,297,574.72 8.76 9.48 浙江
 44,649.42 414,461.12 -2.82 2.84 安徽 79,254.15 796,121.91 -0.96 -12.66 福建 15,137.63
 130,061.75 16.93 -26.17 江西 34,038.00 276,767.82 15.6 0.32 山东 218,833.96
 2,024,988.30 50.93 14.95 河南 232,623.10 1,887,254.30 14.23 1.44 湖北 78,266.25
 830,857.58 5.08 16.37 湖南 25,601.42 242,714.51 2.26 -17.96 广东 60,064.23 560,788.57
 10.13 15.94 广西 34,646.70 305,600.72 14.34 0.72 海南 416.59 4,040.43 -22.59 -14.16
 重庆 17,475.66 170,855.73 26.22 39.67 四川 58,976.43 921,489.72 -23.25 6.46 贵州
 7,507.00 65,547.00 30.56 -1.38 云南 50,705.64 480,811.74 7.84 14.63 西藏 744 6,926.00
 27.84 168.35 陕西 142,366.50 1,313,218.53 3.01 -2.63 甘肃 29,307.86 272,493.19 -6.03
 -2.41 青海 16,215.00 156,031.00 -5.81 -0.48 宁夏 68,061.83 647,190.31 13.72 2.56 新
 疆 36,501.95 349,926.92 18.13 13.64

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。 报告目录：

第1章：中国奶粉行业发展综述 1.1 奶粉行业定义及分类 1.1.1 奶粉行业概念及定义 1.1.2 奶粉行业主要产品大类 (1) 按照性质分类 (2) 按照目标消费者分类 1.2 奶粉行业统计标准 1.2.1 奶粉行业统计部门和统计口径 1.2.2 奶粉行业统计方法 1.3 奶粉行业市场环境分析 1.3.1 行业政策环境分析 (1) 行业标准 (2) 行业政策 (3) 行业发展规划 (4) 政策环境对行业发展的影响 1.3.2 行业经济环境分析 (1) 国内宏观经济状况 (2) 居民收入水平 (3) 经济环境对行业发展的影响 1.3.3 行业社会环境分析 (1) 人口年龄结构变化 (2) 城乡人口结构变化 (3) 人口性别结构变化 (4) 行业社会环境对行业发展的影响 1.3.4 行业技术环境分析 (1) 行业技术活跃程度分析 (2) 行业技术领先企业分析 (3) 行业专利申请结构 1.3.5 奶粉行业PEST总结

第2章：中国奶粉行业产业链分析 2.1 奶粉行业产业链介绍 2.2 奶粉行业产业链分析 2.2.1 原料饲料行业市场分析 (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) 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 (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 (4) 食品添加剂市场分析 2.2.2 奶牛养殖业市场分析 (1) 奶牛存栏量分析 (2) 原奶产量情况 (3) 原奶价格变动情况 (4) 奶牛养殖业发展趋势 2.2.3 挤奶设备行业市场分析 (1) 我国挤奶设备发展状况 (2) 挤奶设备行业对

乳制品行业的影响 2.2.4 奶粉包装行业市场分析 (1) 乳制品包装发展状况 (2) 包装材料对奶粉行业的影响

第3章：中国奶粉行业发展状况分析 3.1 中国奶粉行业发展状况分析 3.1.1 中国奶粉行业发展概况 (1) 曲线前行 (2) 对外依赖强 (3) 营销热点 3.1.2 中国奶粉市场发展分析 (1) 行业遭遇信任危机 (2) 行业竞争加剧 (3) 产品创新性较差 (4) 行业准入条件提高 3.1.3 奶粉行业经营情况分析 (1) 奶粉行业经营效益分析 (2) 奶粉行业盈利能力分析 (3) 奶粉行业运营能力分析 (4) 奶粉行业偿债能力分析 (5) 奶粉行业发展能力分析 3.2 奶粉行业供需平衡分析 3.2.1 全国奶粉行业供给情况分析 (1) 全国奶粉行业总产值分析 (2) 全国奶粉行业产成品分析 3.2.2 全国奶粉行业需求情况分析 (1) 全国奶粉行业销售产值分析 (2) 全国奶粉行业销售收入分析 3.2.3 全国奶粉行业产销率分析 3.3 奶粉行业运营状况分析 3.3.1 奶粉行业经营分析 3.3.2 成本费用结构分析 3.3.3 奶粉行业盈亏分析

第4章：中国奶粉行业进出口分析 近年来中国高端婴幼儿奶粉市场成长迅速，年增长率超过30%，成为全球第1大市场。凭借着良好的品牌口碑、成熟的市场运作以及专业的营销队伍，外资品牌几乎占据了整个中高端婴幼儿奶粉市场。其中，进口奶粉以占据中国高端婴幼儿奶粉60-70%的市场份额，造成中国奶粉进口量剧增的主要原因是由于国内市场对进口奶粉的刚性需求和依赖性增加。 2008-2015年我国奶粉进口规模 2010-2020年中国配方奶粉市场规模统计及预测 婴幼儿奶粉的购买渠道主要包括母婴店、商超/便利店、网购、海外代购等几种主要渠道。在所有选购渠道中，母婴店以其专业性服务吸引粘性客户，位居全渠道榜首，占据81.7%的市场份额。排名第二的是网购渠道，份额占比33.3%。商超/便利店渠道占比仅22.5%。 婴幼儿奶粉购买渠道交易规模分析

4.1 奶粉行业进出口状况综述 4.2 奶粉行业出口市场分析 4.2.1 行业出口整体情况 4.2.2 行业出口产品结构 4.3 奶粉行业进口市场分析 4.3.1 行业进口整体情况 4.3.2 行业进口产品结构分析 4.4 奶粉行业进出口前景及建议 4.4.1 奶粉行业出口前景及建议 4.4.2 奶粉行业进口前景及建议

第5章：中国奶粉行业竞争状况分析 5.1 奶粉行业国际市场竞争分析 5.1.1 奶粉行业整体竞争状况分析 5.1.2 主要国家奶粉市场发展分析 (1) 美国奶粉行业发展分析 1) 美国奶粉市场发展概况 2) 美国奶粉市场规模分析 3) 美国奶粉市场竞争格局 (2) 新西兰奶粉行业发展分析 1) 新西兰奶粉市场发展概况 2) 新西兰奶粉市场规模分析 3) 新西兰奶粉市场竞争格局 (3) 英国奶粉行业发展分析 1) 英国奶粉市场分析 2) 英国奶粉市场竞争格局 (4) 德国奶粉行业发展分析 1) 德国奶粉市场分析 2) 德国奶粉市场竞争格局 1、Hipp (喜宝) 2、Milupa (美乐宝) 3、雀巢 (5) 日本奶粉行业发展分析 1) 日本奶粉市场分析 2) 日本奶粉市场竞争格局 5.2 跨国公司在华竞争策略分析 5.2.1 美赞臣在华竞争策略分析 5.2.2 多美滋在华竞争策

略分析 5.2.3 雀巢在华竞争策略分析 5.3 奶粉行业国内市场竞争分析 5.3.1 奶粉行业企业竞争格局分析 5.3.2 奶粉行业区域竞争格局分析 5.3.3 奶粉行业所有制竞争格局分析 5.4 奶粉行业国内市场状况分析 5.4.1 奶粉行业上游议价能力分析 5.4.2 奶粉行业下游议价能力分析 5.4.3 奶粉行业替代品威胁分析 5.4.4 奶粉行业新进入者威胁分析 5.4.5 奶粉行业竞争状况总结 5.5 奶粉行业投资兼并与重组 5.5.1 中国奶粉企业海外并购投资分析 5.5.2 中国奶粉企业国内并购分析 5.5.3 中国奶粉行业投资兼并重组趋势分析

第6章：中国婴幼儿奶粉行业市场分析 6.1 婴幼儿奶粉市场分析 6.1.1 婴幼儿奶粉市场现状 (1) 高端市场需求呈上升趋势 (2) 高端市场由国外品牌占据 (3) 奶源成为了准入门槛 (4) 市场两极分化严重 6.1.2 婴幼儿奶粉市场规模 (1) 婴幼儿奶粉产量规模分析 (2) 婴幼儿奶粉需求规模 (3) 婴幼儿奶粉市场规模 6.1.3 婴幼儿奶粉盈利分析 (1) 婴幼儿奶粉行业毛利率分析 (2) 婴幼儿奶粉行业费用率分析 6.1.4 婴幼儿奶粉价格走势分析 6.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局 (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 6.2 婴幼儿奶粉消费市场分析 6.2.1 我国每年新生婴幼儿数量分析 6.2.2 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 6.2.3 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 6.2.4 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7章：中国其他奶粉行业市场分析 7.1 中国学生奶粉市场分析 7.1.1 中国学生奶粉市场现状 7.1.2 中国学生奶粉市场趋势预测 7.2 孕妇奶粉市场分析 7.2.1 中国孕妇奶粉市场概况 7.2.2 孕妇奶粉消费特征分析 (1) 孕妇奶粉消费者特征 (2) 孕妇奶粉消费者选择因素偏好 (3) 孕妇奶粉消费者营养偏好 (4) 孕妇奶粉消费者品牌偏好 (5) 孕妇奶粉消费者购买渠道分析 7.2.3 中国孕妇奶粉市场竞争格局 7.2.4 中国孕妇奶粉市场趋势预测 7.3 中老年奶粉市场分析 7.3.1 中老年奶粉市场现状 7.3.2 中老年奶粉市场规模分析 7.3.3 中老年奶粉市场需求热点 (1) 益生元的种类及维护肠道健康功能 (2) 膳食纤维的种类及维护肠道健康功能 (3) 益生元在奶粉中的应用分析 7.3.4 中老年奶粉市场发展趋势

第8章：中国奶粉行业市场营销分析 8.1 中国奶粉行业销售渠道分析 8.1.1 奶粉行业商超渠道 8.1.2 奶粉行业关联渠道 8.1.3 奶粉行业网购渠道 8.1.4 奶粉行业医务渠道 8.1.5 奶粉行业药店连锁渠道 8.2 奶粉行业营销策略分析 8.2.1 奶粉行业产品策略分析 8.2.2 奶粉行业价格策略分析 8.2.3 奶粉行业广告策略分析 8.2.4 奶粉行业促销策略分析 8.2.5 奶粉行业公益营销策略分析 8.3 奶粉行业营销典型案例分析 8.3.1 贝因美营销方式分析 (1) 贝因美品牌定位 (2) 贝因美广告策略 (3) 贝因美传播方式 8.3.2 伊利营销方式分析 (1) 伊利品牌定位 (2) 伊利广告策略 (3) 伊利传播方式 8.3.3 雅培营销方式分析 (1) 雅培品牌定位 (2) 雅培广告策略 (3)

) 雅培传播方式 8.4 奶粉行业营销建议 8.4.1 产品品牌定位建议 8.4.2 产品广告策略建议 (1) 立足传统电视媒介 (2) 积极开拓移动终端 (3) 积极培育潜在消费群体 8.4.3 产品传播途径建议 (1) 明确战略规划 (2) 持久战

第9章：中国奶粉行业主要企业生产经营分析9.1 奶粉企业发展总体状况分析 9.1.1 奶粉行业企业规模 9.1.2 奶粉行业工业产值状况 9.1.3 奶粉行业销售收入和利润 9.2 奶粉行业领先企业个案分析 9.2.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况分析 (1) 企业简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业投资兼并与重组分析 (11) 企业最新发展动向分析 9.2.2 光明乳业股份有限公司经营情况分析 (1) 企业简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业组织架构分析 (8) 企业奶粉种类及特性分析 (9) 企业销售渠道与网络 (10) 企业经营状况优劣势分析 (11) 企业投资兼并与重组分析 (12) 企业最新发展动向分析 9.2.3 多美滋婴幼儿食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 公司盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 公司发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析 9.2.4 双城雀巢有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.5 雅士利国际集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析 9.2.6 圣元营养食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析 9.2.7 美赞臣营养品(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.8 北京三元食品股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业组织架构分析 (8) 企业奶粉种类及特

性分析 (9) 企业销售渠道与网络 (10) 企业经营状况优劣势分析 (11) 企业最新发展动向分析

9.2.9 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业偿债能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业盈利能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业投资兼并与重组分析 (11) 企业最新发展动向分析

9.2.10 黑龙江飞鹤乳业有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业奶粉种类及特性分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析

9.2.11 澳优乳业(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业投资重组和兼并分析 (11) 企业最新发展动向分析

9.2.12 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析

9.2.13 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析

9.2.14 西安银桥股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业奶粉种类及特性分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析 (5) 企业最新发展动向分析

9.2.15 施恩(广州)婴幼儿营养品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析

9.2.16 黑龙江摇篮乳业股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析

9.2.17 上海惠氏营养品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 公司偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析

9.2.18 山西古城乳业集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 公司盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发

展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.19 湖南亚华乳业有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业偿债能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业盈利能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.20 陕西和氏乳品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.21 黑龙江红星集团食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 公司盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.22 广州市合生元生物制品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 主要经济指标分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析 9.2.23 哈尔滨太子乳品工业有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析 9.2.24 杭州味全生技食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 (10) 企业最新发展动向分析 9.2.25 齐齐哈尔明一乳业有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.26 上海雅培制药有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.27 哈尔滨斯威特乳业有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产销能力分析 (3) 企业盈利能力分析 (4) 企业运营能力分析 (5) 企业偿债能力分析 (6) 企业发展能力分析 (7) 企业奶粉种类及特性分析 (8) 企业销售渠道与网络 (9) 企业经营状况优劣势分析 9.2.28 菲仕兰食品贸易(上海)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业奶粉种类及特性分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分

析 9.2.29 明治乳业贸易（上海）有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业奶粉种类及特性分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营状况优劣势分析（5）企业最新发展动向分析 9.2.30 烟台澳美多营养品有限公司经营情况分析（1）企业发展简况分析（2）企业奶粉种类及特性分析（3）企业销售渠道与网络（4）企业经营状况优劣势分析

第10章：中国奶粉行业投资与前景分析 10.1 奶粉行业投资风险分析 10.1.1 奶粉行业政策风险 10.1.2 奶粉行业技术风险 10.1.3 奶粉行业供求风险 10.1.4 奶粉行业经济风险 10.1.5 奶粉行业其他风险 10.2 奶粉行业投资特性分析 10.2.1 奶粉行业进入壁垒分析（1）政策壁垒（2）技术壁垒（3）品牌壁垒（4）奶源壁垒 10.2.2 奶粉行业盈利模式分析 10.2.3 奶粉行业盈利因素分析（1）市场增长空间大（2）技术创新能力（3）市场营销能力 10.2.4 奶粉行业投资机会分析 10.3 奶粉行业发展前景分析 10.3.1 奶粉行业发展趋势分析（1）国产品牌形象重塑任重道远（2）行业集中度进一步提高（3）将会完善价值链建设（4）市场将向价值战转移（5）营销模式将有新突破 10.3.2 奶粉行业发展积极因素 10.3.3 奶粉行业产能规模预测(AK HT)

图表目录：图表1：奶粉行业按性质分类 图表2：奶粉行业按目标消费者分类 图表3：中国奶粉制造行业主要标准及规范 图表4：2008-2016年中国奶粉行业主要政策法规 图表5：《食品工业"十二五"发展规划》中涉及奶粉行业内容解读 图表6：中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%） 图表7：中国城镇和农村居民人均可支配收入变动（单位：元，%） 图表8：我国城镇居民人均奶及奶制品消费支出（单位：元，%） 图表9：我国按收入等级城镇居民人均鲜奶和酸奶消费量情况（单位：千克） 图表10：我国人口年龄结构情况（单位：%） 图表11：我国城乡人口比重情况（单位：%） 图表12：我国人口性别比重情况（单位：%） 图表13：我国奶粉行业相关专利申请数量变化图（单位：件） 图表14：我国奶粉行业相关专利公开数量变化图（单位：件） 图表15：奶粉行业专利申请人申请数量前十名（单位：件） 图表16：奶粉行业专利申请量分布图（单位：%） 图表17：PEST变化对奶粉行业的机遇、威胁与挑战 图表18：奶粉行业产业链示意图 图表19：我国饲料产量变化（单位：万吨，%） 图表20：排名靠前省份饲料产量占全国的比重（单位：%） 图表21：我国香料市场规模增长情况（单位：万元，%） 图表22：我国主要食品添加剂市场现状 图表23：我国奶牛存栏量及增速情况（单位：万头，%） 图表24：我国奶牛存栏量区域分布情况（单位：%） 图表25：我国奶牛存栏量前十大省份（单位：万头） 图表26：我国奶牛存栏量规模化养殖比重（单位：%） 图表27：我国原奶产量及增速情况（单位：万吨，%） 图表28：我国主产区原奶价格变动情况（单位：元/公斤） 图表29：散养手工挤奶与规模化养殖机械挤奶效果比较（单位：% ，万个/毫升） 图表30：我国不同奶粉包装占比情况（单位：%） 图表31：奶粉行业经营效益分析（单位：家，万元，%） 图表32：中国奶粉行业盈利能力分析（单位：%） 图表33：中国奶粉行业运营能力分析（单位：次） 图表34：中国奶粉行业偿债能力分析（单位：%）

, 倍) 图表35: 中国奶粉行业发展能力分析(单位:%) 图表36: 奶粉行业工业总产值及增长率走势(单位:万元,%) 图表37: 奶粉行业产成品及增长率走势图(单位:万元,%) 图表38: 奶粉行业销售产值及增长率变化情况(单位:万元,%) 图表39: 奶粉行业销售收入及增长率变化趋势图(单位:万元,%) 图表40: 全国奶粉行业产销率变化趋势图(单位:%) 图表41: 奶粉行业产业经营状况分析(单位:家,万元) 图表42: 奶粉行业成本费用情况(单位:万元) 图表43: 奶粉行业成本费用结构情况(单位:%) 图表44: 奶粉行业盈亏情况(单位:万元,%) 图表45: 中国奶粉行业进出口状况表(单位:万美元) 图表46: 中国奶粉行业出口产品(单位:千克,美元) 图表47: 中国奶粉行业出口产品(单位:千克,美元) 图表48: 国际奶粉行业企业市场占比(单位:%) 图表49: 世界十大知名品牌奶粉排名 图表50: 美国奶粉市场主要企业市场份额(单位:%) 图表51: 英国奶粉市场竞争格局(单位:%) 图表52: 德国奶粉市场竞争格局(单位:%) 图表53: 日本奶粉市场竞争格局(单位:%) 图表54: 国内奶粉行业主要企业市场份额(单位:%) 图表55: 国内奶粉行业主要区域产量占比(单位:%) 图表56: 国内奶粉行业企业所有制格局(单位:家) 图表57: 国内奶粉行业企业所有制格局比重(单位:%) 图表58: 中国奶粉企业海外并购投资案例 图表59: 中国奶粉企业国内并购案例 图表60: 中国婴幼儿奶粉产量规模(单位:万吨,%) 图表61: 中国婴幼儿奶粉需求规模(单位:万吨,%) 图表62: 中国婴幼儿奶粉市场规模(单位:万元) 图表63: 部分奶粉企业毛利率(单位:%) 图表64: 高端婴幼儿奶粉市场主要企业市场份额(单位:%) 图表65: 中国新生儿数目(单位:万人) 图表66: 消费者对婴幼儿奶粉市场评价(单位:%) 图表67: 消费者对婴幼儿奶粉市场评价年龄差异(单位:%) 图表68: 消费者对婴幼儿奶粉市场评价城市差异(单位:%) 图表69: 婴幼儿奶粉消费者购买考虑因素(单位:%) 图表70: 婴幼儿奶粉消费者购买考虑因素年龄差异(单位:%) 图表71: 婴幼儿奶粉消费者购买考虑因素收入差异(单位:%) 图表72: 婴幼儿奶粉消费者购买考虑因素城市差异(单位:%) 图表73: 婴幼儿奶粉消费者经常购买品牌(单位:%) 图表74: 婴幼儿奶粉消费者经常购买品牌城市差异(单位:%) 图表75: 婴幼儿奶粉消费者信赖品牌(单位:%) 图表76: 消费者信赖品牌因素(单位:%) 图表77: 中国学生奶粉市场规模(单位:万元) 图表78: 2016-2022年中国学生奶粉市场规模预测(单位:亿元) 图表79: 消费者喝孕妇奶粉时间段结构(单位:%) 图表80: 孕妇奶粉消费因素(单位:%) 图表81: 消费者选择孕妇奶粉考虑因素(单位:%) 图表82: 消费者选择孕妇奶粉考虑因素(单位:%) 图表83: 消费者对孕妇奶粉的品牌偏好(单位:%) 图表84: 消费者对孕妇奶粉的品牌偏好(单位:%) 图表85: 中国孕妇奶粉市场国外品牌市场份额(单位:%) 图表86: 2016-2022年中国孕妇奶粉市场规模预测(单位:万元) 图表87: 中国婴幼儿奶粉市场销售渠道结构(单位:%) 图表88: 医务渠道各阶段内容 图表89: 奶粉新产品上市推广分析

图表90：奶粉行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业 图表91：奶粉行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：亿元） 图表92：奶粉行业企业产品销售收入与利润总额（单位：亿元） 图表93：内蒙古伊利实业集团股份有限公司综合信息表 图表94：内蒙古伊利实业集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 图表95：2012-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表96：2012-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 图表97：2012-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次） 图表98：2012-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：倍，%） 图表99：2012-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%） 图表100：内蒙古伊利实业集团股份有限公司的产品结构（单位：%） 图表101：内蒙古伊利实业集团股份有限公司奶粉种类及特性 图表102：内蒙古伊利实业集团股份有限公司产品销售区域分布（单位：%） 图表103：内蒙古伊利实业集团股份有限公司优劣势分析 图表104：光明乳业股份有限公司综合信息表 图表105：光明乳业股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图 图表106：2012-2016年光明乳业股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表107：光明乳业股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：亿元，%） 图表108：2012-2016年光明乳业股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 图表109：光明乳业股份有限公司主营业务分产品情况表（单位：亿元，%） 图表110：2012-2016年光明乳业股份有限公司运营能力分析（单位：次） 图表111：2012-2016年光明乳业股份有限公司偿债能力分析（单位：倍，%） 图表112：2012-2016年光明乳业股份有限公司发展能力分析（单位：%） 图表113：光明乳业股份有限公司的组织架构 图表114：光明乳业股份有限公司奶粉种类及特性 图表115：光明乳业股份有限公司产品销售区域分布（单位：%） 图表116：光明乳业股份有限公司优劣势分析 图表117：多美滋婴幼儿食品有限公司综合信息表 图表118：多美滋婴幼儿食品有限公司产销能力分析（单位：万元） 图表119：多美滋婴幼儿食品有限公司盈利能力分析（单位：%） 图表120：多美滋婴幼儿食品有限公司运营能力分析（单位：次） ……略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279680.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。