



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2010年中国婴幼儿营养米粉市场调研与前景预测分析报告

一、调研说明

《2008-2010年中国婴幼儿营养米粉市场调研与前景预测分析报告》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/44062.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

随着我国经济建设的发展和人们物质生活的改善,营养与健康问题越来越受到人们的关注. 婴儿的生长发育是关系到人类终生健康和整个民族兴旺发达的大事,我国婴幼儿营养米粉的产销量与此同时也得到了较快的提高。

2007年市场调查结果显示：亨氏以41.51%独占鳌头，贝因美21.57%位列次席，雀巢以12.32%排在第三。而3大品牌之后，圣元、雅士利、伊威、嘉宝和飞鹤勉强能够分到米粉市场中的一杯羹。值得一提的是，雀巢的品牌知名度大大高出贝因美，可市场占有率却远远不及贝因美，想必与曾经传出的雀巢奶粉含有转基因成分事件不无干系。

在选择自己该吃什么不该吃什么的问题上，我们的宝宝永远是被动的接受者，根据成人的意愿，营养成分、容易消化吸收、品牌、口味、冲调/煮食方便依次成为家长们选择某个米粉辅食的理由。从理论上说，一个东西如果营养丰富，即便无味甚至难吃，我们都应该把它吃掉，所以，选择营养成分的比例占到46.27%毫不奇怪。从小宝宝的特殊生理功能出发，容易吸收与消化自然也能够理所当然占到27.78%。唯一有些奇怪的是，使用的方便性在这个问题上受到了忽略，只有区区1.83%的比例，应该是因为目前大部分米粉的使用方便性大同小异，所以还不至于成为选购品牌的主要影响因素。

本报告详尽描述了中国婴幼儿营养米粉行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对婴幼儿营养米粉需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对婴幼儿营养米粉行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助婴幼儿营养米粉企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国奶粉行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后,由专家小组历时一年时间精心制作而成。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，具有重要的参考价值！

【 目录 】

第一章 2007年国际婴幼儿营养米粉行业发展回顾

第一节 2007年国际婴幼儿营养米粉行业发展的产业环境研究

一、经济环境

二、贸易环境

三、金融环境

四、社会环境

第二节 2007年国际婴幼儿营养米粉行业发展回顾和展望

一、国际婴幼儿营养品市场概述

二、国际婴幼儿营养品行业发展展望

第三节 国际婴幼儿营养品行业国家和地区发展论述

一、美国婴幼儿营养品行业

二、日本婴幼儿营养品行业

三、欧洲婴幼儿营养品行业

第二章 2007年中国婴幼儿营养米粉生产工艺及技术研究分析

第一节 婴幼儿营养米粉生产方法

一、原料配方

二、工艺流程

第二节 不同婴幼儿营养米粉工业生产方法对比

一、主要加工工艺

二、干法生产工艺

第三节 中国婴幼儿营养米粉生产技术进展

第四节 婴幼儿营养米粉质量指标与营养价值分析

第三章 2007年中国婴幼儿食品行业运行状况分析

第一节 产业环境研究

一、经济环境

二、政策环境

三、社会环境

四、技术环境

第二节 2007年供求形势及经济数据分析

- 一、行业经营规模分析
- 二、行业供求情况分析
- 三、行业产销情况分析

第四章 2007年中国米粉行业发展现状分析

第一节 米粉行业基本概述

- 一、米粉的分类
- 二、国产米粉品牌分析
- 三、国产米粉质量分析
- 四、2007年国产米粉销售束缚及对策分析
- 五、符合我国食品卫生安全标准的进口米粉品牌名单

第二节 婴幼儿米粉行业市场分析

- 一、我国婴幼儿米粉的市场现状
- 二、婴幼儿米粉市场消费特点分析
- 三、婴幼儿米粉市场增长速度
- 四、婴幼儿米粉市场规模分析
- 五、洋米粉进口激增

第五章 2007年中国婴幼儿营养米粉行业营销模式分析

第一节 浅析婴幼儿营养米粉业营销概况

- 一、儿童保健婴幼儿营养米粉的传统营销模式有待改变
- 二、儿童副婴幼儿营养米粉营销存在的问题及对策

第二节 婴幼儿营养米粉营销分析

- 一、婴幼儿营养米粉市场营销的作用
- 二、婴幼儿营养米粉营销环境分析
- 三、婴幼儿营养米粉营销渠道定位
- 四、婴幼儿营养米粉营销渠道存在的问题
- 五、婴幼儿营养米粉营销渠道策略

第三节 婴幼儿营养米粉行业营销策略分析

- 一、婴幼儿营养米粉新产品营销法则

- 二、剖析婴幼儿营养米粉营销策划的九大要诀
- 三、婴幼儿营养米粉营销的差异化战略
- 四、婴幼儿营养米粉业五大营销创新武器

第六章 2007年中国婴幼儿营养米粉行业竞争态势分析

第一节 婴幼儿营养米粉行业竞争状况分析

- 一、入世后中国婴幼儿营养米粉工业的竞争态势
- 二、国内婴幼儿营养米粉制造业的市场竞争状况
- 三、绿色婴幼儿营养米粉国际市场竞争优势体现

第二节 婴幼儿营养米粉行业竞争力及策略分析

- 一、中国婴幼儿营养米粉行业竞争力分析
- 二、科技创新是提高婴幼儿营养米粉企业竞争力的关键
- 三、提高婴幼儿营养米粉企业国际竞争力策略

第三节 中国婴幼儿米粉市场竞争分析

- 一、米粉销售中的市场要素及力量
- 二、乡镇终端的竞争环境和分销策略
- 三、促销员的管理
- 四、店内七要素之目向陈列法
- 五、销售工作中的PDCA循环

第七章 2007年中国婴幼儿营养米粉行业区域发展比较

第一节 2007年保婴幼儿营养米粉区域市场概述

- 二、消费需求的地区差异
- 三、消费者的地区差异

第二节 北京地区

- 一、北京保健婴幼儿营养米粉工业发展迅速
- 二、北京保健婴幼儿营养米粉的特点及市场趋势

第三节 上海地区

- 一、上海地区婴幼儿营养米粉消费水平
- 二、上海地区婴幼儿营养米粉市场现状

第四节 广东地区

- 一、2007年广东婴幼儿营养米粉行业发展特点

二、2007年广东婴幼儿营养米粉业综合能力名列前茅

三、广东婴幼儿营养米粉行业向外向型发展

第六节 农村地区

一、农村地区人口发展趋势

二、农村婴幼儿营养米粉市场

三、农村消费者对婴幼儿营养米粉的认知情况分析

四、农村消费市场的推广战略

第八章 2007年中国婴幼儿营养米粉行业优势企业运营情况分析

第一节 羊乃米婴儿米粉

一、企业基本概况

二、经营状况与财务分析

三、竞争策略分析

四、发展战略和前景展望

第二节 皇麦世家婴儿米粉

一、企业基本概况

二、竞争策略分析

三、发展战略和前景展望

第三节 亨氏米粉

一、企业基本概况

二、经营状况与财务分析

三、竞争策略分析

四、发展战略和前景展望

第四节 雀巢

一、企业基本概况

二、经营状况与财务分析

三、竞争策略分析

四、发展战略和前景展望

第五节 贝因美

一、企业基本概况

二、经营状况与财务分析

三、竞争策略分析

四、发展战略和前景展望

第九章 中国婴幼儿营养米粉安全分析

第一节 中国婴幼儿营养米粉安全概述

- 一、婴幼儿营养米粉安全的定义及监管
- 二、婴幼儿营养米粉安全的重要性
- 三、中国婴幼儿营养米粉安全现状
- 四、中国婴幼儿营养米粉安全发展环境分析

第二节 婴幼儿营养米粉安全存在的问题

- 一、婴幼儿营养米粉安全问题的主要表现
- 二、婴幼儿营养米粉安全不容忽视的问题
- 三、制约婴幼儿营养米粉安全的科技“瓶颈”
- 四、婴幼儿营养米粉安全管理存在问题的原因辨析

第三节 婴幼儿营养米粉安全发展策略剖析

- 一、中国发展安全婴幼儿营养米粉的对策
- 二、解决婴幼儿营养米粉安全的科技对策
- 三、加强婴幼儿营养米粉安全管理的基本措施

第十章 2007年中国婴幼儿营养米粉添加剂行业概述

第一节 婴幼儿营养米粉添加剂发展概况

- 一、婴幼儿营养米粉添加剂的概念及种类
- 二、婴幼儿营养米粉添加剂发展状况
- 三、婴幼儿营养米粉添加剂行业的主要特点

第二节 婴幼儿营养米粉添加剂存在的问题分析

- 一、中国婴幼儿营养米粉添加剂发展存在的问题
- 二、婴幼儿营养米粉添加剂生产销售中存在的卫生问题
- 三、婴幼儿营养米粉添加剂质量标准存在的问题及建议

第三节 婴幼儿营养米粉添加剂发展趋势分析

- 一、国际婴幼儿营养米粉添加剂以健康为导向发展
- 二、未来新型婴幼儿营养米粉添加剂研究发展趋势
- 三、国内婴幼儿营养米粉添加剂市场发展趋势

第十一章 2008-2010年中国婴幼儿营养米粉行业发展趋势预测

第一节 婴幼儿营养米粉行业整体发展趋势

- 一、2008-2010年中国婴幼儿营养米粉市场发展预测分析
- 二、2008-2010年婴幼儿营养米粉业可能面临的问题及挑战

第二节 婴幼儿营养米粉的发展趋势分析

- 一、产量稳步、持续增长
- 二、安全、健康位于首位
- 三、产品创新多元化
- 四、保健、功能性产品发展迅速
- 五、低能量、无糖产品开发增长

第三节 我国婴幼儿营养米粉市场发展趋势

- 一、越来越贴近人的饮食习惯和心理
- 二、符合人的购买和消费习惯与心理
- 三、行业法规及宏观调控的拉动和改变
- 四、某些突发事件造成新的产业机会
- 五、区位优势差异化优势分析

第十二章 2008-2010年中国婴幼儿营养米粉行业投资机会与风险分析

第一节 行业发展机遇分析

- 一、生活水平的大幅度提高
- 二、生活方式的改变
- 三、多层次的社会生活的需要

第二节 行业发展风险分析

- 一、制药企业进入婴幼儿营养米粉行业
- 二、国外婴幼儿营养米粉企业进入中国婴幼儿营养米粉行业
- 三、婴幼儿营养米粉行业的标准制定
- 四、中国企业在国际市场开拓中会面临挑战

第三节 未来前景看好的婴幼儿营养米粉种类分析

第四节 行业发展策略和建议

- 一、行业发展策略
- 3、加强产品核心技术的研究与开发
- 二、投资建议

图表目录部分

图表 1 1970-2010年世界经济增长情况

图表 2 2002 - 2007年世界经济增长率变化趋势图

图表 3 2006-2008年世界经济和世界贸易增长趋势 单位：

图表 4 婴幼儿营养米粉配方（单位：g/100g）

图表 5 挤压膨化婴儿营养米粉食品生产线工艺流程

图表 6 婴幼儿食品配料的营养成分

图表 7 婴幼儿营养米粉的主要营养素

图表 8 婴幼儿营养米粉中必备氨基酸含量及所占比例

图表 9 2002-2008年国民生产总值变化趋势图

图表 10 中国和发达国家婴幼儿辅助食品比较

图表 11 欧盟、中国与新西兰收购原料奶价格参数

图表 12 消费者给婴儿添加米粉辅食时期调查

图表 13 消费者选择米粉的目的

图表 14 消费者了解米粉辅食信息途径调查

图表 15 米粉辅食包装附带内容消费者调查

图表 16 消费者选择米粉种类调查

图表 17 消费者选择米粉包装调查

图表 18 影响消费者购买米粉因素调查

图表 19 消费者购买米粉食用功效调查

图表 20 消费者购买米粉营养成分调查

图表 21 消费者购买米粉选择品牌调查

图表 22 妈妈对各品牌米粉自立口碑排行榜

图表 23 婴幼儿营养米粉销售渠道图

图表 24 省级经销商营销渠道图

图表 25 我国婴幼儿米粉消费者购买产品目的分析

图表 26 上海地区婴幼儿营养米粉消费结构比例图

图表 27 西安百跃乳业有限公司产量收入情况

图表 28 西安百跃乳业有限公司盈利情况

图表 29 西安百跃乳业有限公司成本费用情况

图表 30 西安百跃乳业有限公司资产负债情况

图表 31 御宝羊奶全国营销网络图

图表 32 汕头市奥斯达食品有限公司营销构架

图表 33 汕头市奥斯达食品有限公司产品列表

图表 34 奥斯达食品有限公司全国各地销售渠道示意图

图表 35 亨氏公司在中国分公司及经营产品情况

图表 36 亨氏在华主要分公司产量收入情况

图表 37 亨氏在华主要分公司盈利情况

图表 38 亨氏在华主要分公司成本费用情况

图表 39 亨氏在华主要分公司资产负债情况

图表 40 雀巢在中国的主要经营产品及服务列表

图表 41 婴儿营养米粉营养方案

图表 42 雀巢公司在华主要企业产量收入情况 单位：千元

图表 43 雀巢公司在华主要企业盈利情况 单位：千元

图表 44 雀巢公司在华主要企业资产负债情况 单位：千元

图表 45 雀巢公司在华主要企业成本费用情况 单位：千元

图表 46 1992-2007年贝因美发展历程表

图表 47 贝因美在中国的工厂分布图

图表 48 杭州贝因美在中国的分销网络图

图表 49 贝因美婴幼儿奶粉及米粉产品情况

图表 50 贝因美四大企业产量收入情况 单位：千元

图表 51 贝因美四大企业盈利情况 单位：千元

图表 52 贝因美四大企业成本费用情况 单位：千元

图表 53 贝因美四大企业资产负债情况 单位：千元

图表 54 婴幼儿与成人的营养素需要量比较 (kg.d-1)

图表 55 消费者对婴幼儿营养米粉选择因素比例图

图表 56 我国不同口味的婴幼儿米粉购买分析 单位：个

图表 57 我国不同口味的婴幼儿米粉所占市场比重分析¹¹⁹

图表 58 2003-2007年农村居民人均纯收入增长趋势图 (单位：元)

图表 59 2003-2007年城镇居民人均纯收入增长趋势图 (单位：元)

图表 60 略。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44062.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提供专业投资咨询报告、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。