



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国婴幼儿奶粉市场市场 分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国婴幼儿奶粉市场市场分析及发展趋势研究报告》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/44190.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

近年来，伴随着我国乳品行业和婴幼儿食品行业的快速发展，我国婴幼儿配方奶粉市场发展迅速。2006年，我国婴幼儿奶粉市场持续“走高”。我国高端婴幼儿奶粉市场销量保持两位数的增长速度，有望取代日本，成为仅次于美国的全球婴幼儿奶粉第二市场，中国是全球婴幼儿配方奶粉发展潜力最大的市场，2006年我国高档婴儿奶粉市场规模达到110多亿元。

一个健康宝宝如果是全奶粉喂哺的话，一个月就可以消化掉一共3600g的奶粉。目前市场上婴儿奶粉价格有一定程度的差距，国外品牌比国内的本土品牌相差3到4倍的价格。这种价格现状对市场规模的形成起到了一定的促进作用。

随着国内品牌的逐步发展，国内品牌在我国婴幼儿奶粉市场的市场份额也将逐步上升。目前，三鹿婴幼儿奶粉已经具备了一定的实力，另外完达山、伊利也将不断向高端婴幼儿奶粉市场发力。

据统计，我国正处于人口生育高峰期，每年新生婴儿增加在1700万左右，中国目前是仅次于美国的全球第二大婴幼儿奶粉消费大国，2004年中国婴幼儿奶粉市场容量为70亿元，2006年约110亿元，每年复合增长率在30%左右，高端婴儿奶粉市场约为50亿元。2006年、2007年是中国传统生肖的狗年和猪年。一波结婚潮已在2006年第一季度出现，相应的一波婴儿潮也将于2006-2007年产生，2007年北京和上海有10万以上的新生儿，全国城市0—3岁婴幼儿数量约1090万。这样一个庞大的用户群对国际奶粉巨头无疑是一个诱惑。不过，现代家庭独生子女多，家里就这么个宝贝，加上婴儿期的孩子还很娇嫩，许多家长自然舍得在这些用品上花钱。由此，婴幼儿奶粉市场的前景大为看好。

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。

## 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 我国婴儿配方奶粉发展分析

- 一、我国婴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

### 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

### 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、2006年进口设备装备亚洲最大配方奶粉生产线

#### 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 我国奶粉市场销售情况分析

一、竞争日益激烈的奶粉市场

二、行业洗牌，营销手段同质化

三、国产奶粉企业网络销售的机遇

四、网络销售如何开展

第四节 中国奶粉市场竞争分析

一、奶粉销售中的市场要素及力量

二、乡镇终端的竞争环境和我们的分销策略

三、促销员的管理

四、店内七要素之陈列—目向陈列法

五、销售工作中的PDCA循环

第六章 2006-2007年我国婴幼儿奶粉市场分析

第一节 2006年婴幼儿奶粉市场分析

一、2006年婴幼儿奶粉市场总体情况

二、高端市场空间诱人

三、升级产品配方

四、市场进入良性轨道

第二节 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

第三节 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

第四节 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

#### 第五节 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

#### 第六节 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

#### 第七节 我国婴幼儿配方奶粉消费习惯分析

### 第七章 我国婴幼儿奶粉区域市场分析

#### 第一节 婴幼儿配方乳粉产品全国质量抽查合格率

#### 第二节 北京市婴幼儿配方奶粉抽签情况

#### 第三节 2007年上海进口奶粉价格再度猛涨

#### 第四节 四川婴幼儿奶粉整体质量好转

#### 第五节 深圳市抽检26种婴幼儿奶粉分析

#### 第六节 2007年第二季度广州婴幼儿奶粉质量分析

#### 第七节 广西婴幼儿奶粉抽查结果

#### 第八节 河南对婴幼儿配方奶粉及食品进行整治

#### 第九节 河北首次婴幼儿配方奶粉调查

#### 第十节 内蒙古婴儿奶粉市场整治情况调研

### 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、十大可信赖国产婴幼儿奶粉品牌

##### 三、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、多美滋：取代恩贝尔成纽米克主打
- 四、多美滋”在婴儿免疫研究上有新突破

### 第三节 美赞臣

- 一、2006年美赞臣国产奶粉深圳销量回升
- 二、美赞臣中国市场质检结果
- 三、美赞臣安婴妈妈A 配方奶粉全新上市
- 四、美赞臣全面升级婴幼儿A 系列产品
- 五、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、引领配方奶粉产业惠氏奶粉全球率先添加叶黄素

### 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、雀巢中国回应“低钙磷”奶事件
- 四、雀巢发布成长奶粉Opti 营养配方新产品

### 第六节 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、伊利婴儿粉市场供不应求
- 四、伊利建亚洲最大婴儿奶粉生产基地
- 五、伊利奶粉营养有新突破
- 六、伊利发展前景看好

### 第七节 三鹿

- 一、三鹿品牌价值达149.07亿元
- 二、三鹿连续14年奶粉产销量居首
- 三、2007年三鹿产品高端奶粉市场
- 四、2008年三鹿牛初乳产品全面推向市场
- 五、三鹿安满婴幼儿配方奶粉上市



## 第八节 蒙牛

- 一、蒙牛国内市场的优势也在进一步扩大
- 二、蒙牛入选商务部最具市场竞争力品牌
- 三、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场

## 第九节 完达山

- 一、完达山奶粉实现功能细分
- 二、完达山奶粉：获得环保“绿卡”
- 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、圣元国际大举进入特殊配方奶粉领域

## 第十一节 其他品牌动态

- 一、Vc未达标签含量雅培在美召回婴儿瓶装奶
- 二、“能力多”原装配方奶粉正式落户京城
- 三、雅士利新配方奶粉系列全新上市
- 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 安徽阜阳劣质奶粉事件

- 一、基本情况
- 二、主要工作措施

### 第二节 “空壳奶粉”事件

### 第三节 “大头娃娃”事件

### 第四节 雀巢奶粉碘超标事件

- 一、雀巢奶粉碘含量超标工商局称不合格产品须下柜
- 二、雀巢奶粉碘超标凸显跨国公司遇质量信任危机

### 第五节 美国美赞臣公司出现含有金属颗粒婴幼儿奶粉

### 第六节 婴幼儿奶粉不合格事件及原因分析

- 一、三种婴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 婴幼儿奶粉品牌竞争状况分析

一、婴幼儿奶粉品牌消费将主导市场

二、外资抢占国内婴儿奶粉市场

三、澳大利亚乳品搅局我国国内高端奶粉市场

#### 第四节 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年经营业绩分析

三、在华发展

#### 第三节 美国美赞臣公司

一、公司概况

二、公司动态

#### 第四节 美国惠氏公司

一、公司概况

二、在华发展

三、惠氏的启示

## 第五节 伊利乳业集团

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

三、营销战略

## 第六节 蒙牛乳业集团

一、公司概况

二、2007年经营业绩分析

三、奥运营销分析

## 第七节 河北三鹿乳业集团

一、公司概况

二、品牌运营

三、发展动态

## 第八节 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

## 第九节 黑龙江省完达山股份有限公司

一、公司概况

二、发展动态

## 第十节 湖南亚华乳业有限公司

一、公司概况

二、2006-2007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 婴儿配方乳的发展趋势

## 第三节 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

#### 第四节 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

#### 第五节 婴幼儿奶粉营销分析

一、差异化营销战略搅动婴幼儿奶粉市场

二、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题

三、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

四、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析

#### 第六节 中国奶粉企业走向高端市场策略分析

#### 第七节 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

#### 图表目录

图表1 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2 2006年1-7月深圳口岸进口奶粉情况

图表3 2007年1-7月我国奶粉进口量月度走势图

图表4 2007年我国婴儿奶粉质量排名调查结果

图表5 消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装类型

图表6 消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装规格1

图表7 消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装规格2

图表8 消费者获知婴幼儿配方奶粉的途径和重要性

图表9 消费者对各种因素的重要性评价

图表10 2004年-2007年我国婴幼儿配方奶粉产品质量国家监督抽查的抽样合格率

图表11 12品牌婴儿配方奶粉价格对比表

图表12 12品牌婴儿配方奶粉饮用次数对比表

图表13 12品牌婴儿配方奶粉量匙容量对比表

图表14 12品牌婴儿配方奶粉每毫升奶所含的奶粉量对比

图表15 12品牌婴儿配方奶粉味道对比图

图表16 12品牌婴儿配方奶粉重量(30ml)对比图

图表17 宁德市蕉城区儿童食品厂健儿粉不合格项目

图表18 “爽口福”牌宝宝营养米粉不合格项目

图表19 上海京元食品有限公司牌健儿粉不合格项目

图表20 影响消费者购买婴幼儿奶粉的因素

图表21 消费者购买婴幼儿奶粉的价位

图表22 2005-2007年雀巢集团销售额情况

图表23 2004-2006年伊利股份成长性分析

图表24 2004-2006年伊利股份经营能力分析

图表25 2004-2006年伊利股份盈利能力分析

图表26 2004-2006年伊利股份偿债能力分析

图表27 2007年前三季度伊利股份主营收入情况

图表28 2007年前三季度伊利股份净利润和基本每股收益情况

图表29 2007-2009年蒙牛收入增长率预测

图表30 2007-2008年第三季度圣元国际经营业绩情况

图表31 2007-2008财年前9个月圣元国际经营业绩情况

图表32 2004-2006年亚华乳业成长性分析

图表33 2004-2006年亚华乳业经营能力分析

图表34 2004-2006年亚华乳业盈利能力分析

图表35 2004-2006年亚华乳业偿债能力分析

图表36 2007年前三季度亚华乳业主营收入情况

图表37 2007年前三季度亚华乳业净利润和基本每股收益情况

图表38 上海市0-3岁婴幼儿家庭教养者比例

图表39 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40 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41 2004年中国不同档次的婴儿奶粉市场增长率

图表42 2004年中国婴儿奶粉市场不同阶段奶粉销量及增长率

图表43 2004年成人系列奶粉市场销售量下跌情况

图表44 2003年中国婴儿奶粉代表性品牌的价值表现

图表45 品牌架构关系图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44190.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](http://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。