



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国婴幼儿奶粉市场预测报告

## 一、调研说明

《2007-2008年中国婴幼儿奶粉市场预测报告》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/56085.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

2007-2008年中国婴幼儿奶粉市场预测报告

第一章 婴幼儿奶粉行业相关政策解读

第一节 婴幼儿奶粉国家标准

- 一、标准的建设
  - 二、婴幼儿配方奶粉国家标准有望统一
  - 三、三项强制性婴幼儿奶粉国家标准
  - 四、规范婴幼儿配方粉产品标签内容
  - 五、碘不符合标准的婴儿奶粉禁止生产和销售
  - 六、婴幼儿奶粉检测标准
- 第二节 乳制品和婴幼儿食品标准

- 一、乳制品和婴幼儿食品标准
- 二、试验方法标准

第三节 婴幼儿食品相关标准制定的紧迫性

第二章 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、婴幼儿奶粉配方的作用
- 四、婴幼儿奶粉分年龄段的好处
- 五、婴幼儿配方奶粉的分类
- 六、婴幼儿配方奶粉发展阶段
- 七、婴幼儿配方奶粉研制经过
- 八、婴幼儿配方奶中几种添加成分的含义
- 九、婴幼儿配方奶粉几个重要指标
- 十、婴幼儿配方奶粉的选择
- 十一、婴幼儿配方奶粉需要的条件

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
- 三、我国婴幼儿配方奶粉发展历程

#### 四、婴儿配方奶粉的内在质量分析

#### 五、存在问题的原因分析

### 第三节 婴幼儿配方奶粉存在的问题分析

#### 一、婴幼儿配方奶粉存在的问题

#### 二、我国婴儿奶粉市场存在的问题

#### 三、国产婴幼儿配方奶粉质量存在的问题

#### 四、国内婴幼儿奶粉销售中存在的问题

### 第四节 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竞争策略

### 第五节 各式婴幼儿奶粉分析

#### 一、婴儿奶粉婴儿配方食品、婴儿配方奶粉

#### 二、较大婴儿奶粉(断奶奶粉)

#### 三、一般奶粉(牛奶)

#### 四、医疗用奶粉

#### 五、无乳糖奶粉(豆蛋白奶粉)

## 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、英特儿新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场

#### 二、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

#### 一、国内外品牌婴幼儿奶粉的比较分析

#### 二、国内外婴幼儿配方奶粉生产比较

## 第四章 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、国产奶粉品牌分析

#### 三、国产奶粉质量分析

#### 四、百元奶粉成为中外品牌竞争焦点

#### 五、2005年国产奶粉销售束缚及对策分析

#### 六、符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌名单

## 第二节 奶粉行业市场分析

- 一、奶粉业市场潜力巨大
- 二、中国奶粉市场的特殊性
- 三、农村奶粉市场分析
- 四、2005年奶粉市场新品多
- 五、2006年洋奶粉进口激增 国内奶业环境恶化

## 第三节 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

## 第四节 成人奶粉行业各主要产品品牌分地区基本市场状况

## 第五节 2007年中国奶粉市场展望

## 第五章 2006年中国婴幼儿奶粉市场回顾及2007年展望

### 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下降，高端需求呈上升趋势
- 二、高端市场集中度低
- 三、升级配方洋品牌优势凸显
- 四、市场进入良性轨道

### 第二节 2006年婴幼儿奶粉营养严重低下

### 第三节 2007年我国高档婴儿配方奶粉市场预测分析

## 第六章 我国婴幼儿奶粉市场分析

### 第一节 婴幼儿奶粉市场概况

- 一、我国婴幼儿奶粉的市场现状
- 二、婴幼儿奶粉市场消费特点分析
- 三、婴幼儿奶粉市场增长速度
- 四、婴幼儿奶粉市场规模达7000亿
- 五、婴幼儿奶粉市场竞争激烈

### 第二节 不同档次婴幼儿奶粉市场分析

- 一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成
- 二、国产品牌不能丢失中高档配方奶粉市场

- 三、婴幼儿奶粉中端市场分析
- 四、婴幼儿奶粉高端市场分析
- 五、婴幼儿奶粉市场价格的空档
- 第三节 婴幼儿奶粉市场产销分析
  - 一、婴幼儿奶粉各品牌全国销售情况
  - 二、2004年全国婴儿奶粉销量排行
- 第四节 婴幼儿奶粉市场价格分析
  - 一、国产婴幼儿奶粉售价直逼洋品牌
  - 二、受中国本土品牌冲击 洋品牌婴幼儿奶粉涨价
- 第五节 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、婴幼儿奶粉需求递增 年缺口将达20万吨
- 第六节 国内外婴幼儿奶粉市场对比分析
  - 一、2006年国内外婴幼儿奶粉市场分析
  - 二、2006年国内外婴幼儿奶粉高端市场的竞争分析
- 第七节 婴儿奶粉市场调查
  - 一、宝宝喂养方式及奶粉品牌调查
  - 二、最受母婴喜爱的婴幼儿奶粉调查
  - 三、2006年10月各品牌婴儿奶粉调查排名
- 第八节 婴幼儿奶粉市场营销分析
  - 一、差异化营销战略搅动婴幼奶粉市场
  - 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
  - 四、国产品牌婴幼儿奶粉营销策略选择
  - 五、隔代教养差异与婴幼儿奶粉营销分析
- 第七章 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
  - 第二节 2006年十大可信赖国产婴幼儿奶粉品牌
  - 第三节 低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析
  - 第四节 多美滋
    - 一、多美滋婴幼儿奶粉连续四年全国销量第一
    - 二、多美滋在上海增资7亿

三、多美滋抢占高端奶粉市场份额

四、多美滋：取代恩贝尔成纽米克主打

五、“多美滋”在婴儿免疫研究上有新突破

#### 第五节 美赞臣

一、美赞臣高端市场占优势

二、美赞臣推出升级“A系列奶粉”

三、“美赞臣奶粉”促进脑部发育成行业新宠

四、2006年美赞臣国产奶粉深圳销量回升

#### 第六节 惠氏

一、惠氏品牌介绍

二、惠氏婴儿配方奶粉创造了7项世界纪录

三、惠氏要做婴幼儿配方奶粉第一品牌

四、惠氏在华推出盒装奶粉 主攻中档价格奶粉市场

五、惠氏发力中低端市场洋奶粉挑战国产奶粉

六、惠氏婴儿配方奶粉将向中国农村市场进军

七、惠氏“黄金承诺”助力儿童健康成长

#### 第七节 雀巢

一、雀巢品牌介绍

一、2005年雀巢碘超标 失去高端奶粉市场

三、雀巢碘超标事件对乳品行业的影响

四、雀巢中国回应“低钙磷”奶事件

五、雀巢发布成长奶粉Opti 营养配方新产品

六、雀巢成长奶粉重新发力中国收复失地

#### 第八节 伊利

一、伊利等获十大受消费者信赖婴幼儿奶粉品牌

二、2006年5月伊利集团华中投资近6亿

三、婴儿奶粉市场供不应求

四、伊利新配方推动中国奶粉步入新时代

五、伊利发展前景看好

六、伊利婴幼儿奶粉的包装设计策略

七、伊利雀巢交替领跑中外奶粉博弈进拐点期

#### 第九节 三鹿

- 一、三鹿品牌介绍
- 二、三鹿品牌价值达149.07亿元
- 三、三鹿连续13年奶粉产销量居首
- 四、2006年三鹿联合恒天然冲击高端奶粉市场
- 五、2006年三鹿U + 系列婴幼儿配方奶粉上市
- 六、三鹿“惠幼”系列产品洗牌农村奶粉市场
- 七、三鹿2007年切入高端奶粉

#### 第十节 蒙牛

- 一、2006年蒙牛13亿争抢婴儿奶粉市场
- 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

#### 第十一节 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、完达山乳业的品牌效应

#### 第十二节 南山

- 一、南山借势名人杨澜欲打破洋品牌垄断格局
- 二、圣元重组南山奶粉企业首购A股上市公司

#### 第十三节 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、雅士利婴幼儿奶粉郑州市场调研报告

### 第八章 婴幼儿奶粉重点企业分析

#### 第一节 三大巨头争抢高端奶市场

#### 第二节 上海英特尔营养乳品公司

- 一、公司简介
- 二、2004年英特儿多美滋推出孕妇奶粉

#### 第三节 美赞臣公司

- 一、公司简介
- 二、美赞臣信誉锻造百年品牌
- 三、美赞臣用服务打造品牌

#### 第四节 惠氏

一、公司简介

二、惠氏在中国发展的情况

三、惠氏金装系列

#### 第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、公司概况

二、公司2006年财务分析指标

三、公司动态

#### 第六节 杭州贝因美集团有限公司

一、公司简介

二、市场机会点

三、公司优势

四、贝因美差异化营销策略

#### 第七节 三鹿集团

一、三鹿集团简介

二、三鹿集团发展建议

三、三鹿荣获“省级文明单位”称号

四、三鹿排名中国企业集团竞争力500强第33位

五、三鹿新科研项目获河北科技进步一等奖

六、三鹿荣获河北省采用国际标准先进单位

七、三鹿集团四项科研成果通过验收

#### 第八节 雅士利集团有限公司

一、公司简介

二、雅士利集团获得国家4A级认证

#### 第九节 其他企业分析

一、美国雅培（集团）有限公司

二、雀巢集团

三、黑龙江摇篮乳业股份有限公司

#### 第十节 2004年质检总局核准的婴幼儿配方奶粉企业

#### 第九章 我国婴幼儿奶粉区域市场分析

第一节 北京市婴幼儿配方奶粉市场总体良好

第二节 广东加大婴幼儿配方奶粉监察力度

第三节 南京外资婴幼儿奶粉价格上涨

#### 第四节 西安婴幼儿配方奶粉消费习惯

#### 第五节 武汉婴儿奶粉年销售过亿 国产奶粉首超洋奶粉

#### 第六节 河南对婴幼儿配方奶粉及食品进行整治

#### 第七节 河北首次婴幼儿配方奶粉调查

#### 第八节 内蒙古婴儿奶粉市场整治情况调研

### 第十章 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

##### 四、关于“ 婴儿配方奶粉渗透压 ” 的问题

#### 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：一种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

### 第十一章 婴幼儿奶粉发展趋势

#### 第一节 婴儿配方乳的发展趋势

#### 第二节 我国婴幼儿奶粉市场的发展趋势

##### 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

#### 第三节 婴儿乳品行业前景看好

##### 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

## 第十二章 婴幼儿奶粉竞争格局分析

### 第一节 中国婴幼儿奶粉市场竞争格局分析

一、中国婴幼儿奶粉市场竞争状况分析

二、中国婴幼儿奶粉市场竞争调查分析

### 第二节 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、2006年中国婴幼儿奶粉市场外资、国内品牌竞争分析

三、外资抢占国内婴幼儿奶粉市场

四、澳大利亚乳品搅局我国国内高端奶粉市场

### 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

## 第十三章 婴幼儿奶粉行业机会与风险分析

### 第一节 中国婴幼儿奶粉行业面临的机会与威胁

### 第二节 婴幼儿奶粉机会分析

### 第三节 婴幼儿奶粉风险分析

一、中国婴幼儿配方奶粉面临严峻的挑战

二、婴幼儿配方奶粉质量检测刻不容缓

## 第十四章 婴幼儿其他产品分析

### 第一节 婴幼儿产品发展分析

一、中国婴童产业发展现状

二、婴童用品行业竞争水平有待提高

三、婴幼儿用品市场监管有待加强

四、新型婴幼儿产品销售业态亟待发展

### 第二节 婴幼儿产品市场分析

一、婴幼儿用品市场整体情况

二、品牌抬高婴幼儿用品价格

三、洋品牌垄断中国婴幼儿用品市场

### 第三节 婴幼儿用品市场前景分析

一、婴童用品商机无限 2010年市场超亿

二、5000亿婴幼儿用品市场前景看好

三、婴儿食品市场发展势头好

## 第十五章 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 “大头娃娃”事件

### 第三节 “空壳”奶粉事件

一、每周质量报告：追踪“空壳”奶粉

二、“空壳奶粉”事件折射名牌乳品软肋

### 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

## 第十六章 婴幼儿奶粉背景资料

### 第一节 婴幼儿母乳与奶粉的关系

一、我国婴儿母乳喂养不足七成

二、母乳喂养与未来人口素质

三、婴儿配方奶粉越来越像母乳

### 第二节 婴幼儿营养需求分析

一、婴幼儿奶粉营养成分分析

二、婴幼儿的营养素要求

三、婴幼儿的营养需要

四、婴幼儿配方奶粉与钙的吸收

### 第三节 选购婴幼儿乳制品建议

- 一、婴幼儿配方奶粉的选购指南
  - 二、选择婴幼儿乳制品的误区
  - 三、专家提醒：婴幼儿不适宜喂养高钙奶
- 第四节 提供婴儿营养按顺序的重要性

## 图表目录

- 图表 1：乳制品和婴幼儿食品标准
- 图表 2：乳制品和婴幼儿食品试验方法标准
- 图表 3：婴儿配方奶粉中各种营养素所占的比例（质量分数）
- 图表 4：符合我国食品卫生安全标准的进口奶粉品牌名单
- 图表 5：2005年奶粉新品情况
- 图表 6：成人奶粉主要品牌分地区市场渗透率
- 图表 7：2004年全国婴儿奶粉销量排行
- 图表 8：调查的小宝贝的年龄分布
- 图表 9：调查的小宝贝的喂养方式
- 图表 10：调查的父母对喂养方式的选择
- 图表 11：调查对象对奶粉品牌的知晓途径
- 图表 12：调查对象对奶粉价格的选择
- 图表 13：调查对象选择配方奶粉的目的
- 图表 14：12个最受母婴喜爱的婴幼儿奶粉品牌支持率
- 图表 15：2006年各品牌婴儿奶粉调查排名
- 图表 16：上海市0-3岁婴幼儿家庭教养者比例构成图
- 图表 17：隔代教养家庭幼儿11个身心项目平均值的比较图
- 图表 18：婴幼儿配方奶粉主要品牌一览表
- 图表 19：十大受消费者信赖的中国婴幼儿奶粉品牌
- 图表 20：低价位不合格婴幼儿奶粉名单
- 图表 21：内蒙古伊利实业集团股份有限公司概况
- 图表 22：内蒙古伊利实业集团股份有限公司财务分析指标
- 图表 23：杭州贝因美集团有限公司概况
- 图表 24：2004年经过核准的婴幼儿配方奶粉企业及品牌
- 图表 25：消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装类型
- 图表 26：消费者购买的婴幼儿配方奶粉包装规格

图表 27：消费者购买婴幼儿配方奶粉详细包装规格

图表 28：消费者获知婴幼儿配方奶粉品牌的途径和重要性

图表 29：消费者对各种考虑因素的重要性评价

图表 30：婴儿奶粉的营养特点

图表 31：影响消费者者购买的因素

图表 32：婴幼儿产品使用百分比（%）

图表 33：婴幼儿奶粉在各城市的渗透率（%）

图表 34：2003年各婴幼儿奶粉品牌在全国30城市市场渗透率（%）

图表 35：2003年各婴幼儿奶粉品牌在全国30城市品牌忠诚度（%）

图表 36：其他婴幼儿产品市场渗透率（%）

图表 37：婴幼儿不同年龄段所需能量表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56085.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。