



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 上海英特儿营养乳品公司

- 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

二、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 中国婴儿奶粉市场竞争格局分析

一、中国婴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）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。