

2011-2015年中国奶粉产业 调研及投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2011-2015年中国奶粉产业调研及投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201103/62699.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前，婴儿奶粉多是以牛乳作为基本原料再将之“母乳化”而成，也就是尽量模拟人类母乳的成分制作。一般婴儿奶粉吃到一岁左右，都不会有营养缺乏的顾虑。但是婴儿奶粉内无法涵盖母乳中可以帮助消化的酵素及免疫蛋白等对抗细菌的有益成分。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国奶粉产业调研及投资前景评估报告》共九章。首先介绍了中国奶粉行业的概念，接着分析了中国奶粉行业发展环境，然后对中国奶粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国奶粉行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国奶粉行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中奶粉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。

第一章 奶粉的概述

第一节 奶粉的相关知识简述

一、奶粉的定义

二、奶粉的分类

三、奶粉发展历程

四、功能奶粉介绍

第二节 全脂奶粉

一、全脂奶粉的定义

二、全脂奶粉的配制

三、全脂奶粉的制作及质量标准

第三节 婴幼儿奶粉

一、定义

二、婴幼儿奶粉的分类

三、婴幼儿奶粉的营养特点

四、婴儿奶粉技术发展进程

第二章 中国乳制品行业发展环境分析

第一节 国内奶粉经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国奶粉经济发展预测分析

第二节 中国奶粉行业政策环境分析

第三章 奶粉行业发展分析

第一节 世界奶粉行业发展简析

- 一、国内外奶粉行业的差异
- 二、美国奶粉产量数据
- 三、2009年美国婴儿奶粉新标准出台
- 四、日本奶粉行业基本数据
- 五、国外乳制品安全管理机制及对中国的启示

第二节 2009-2010年中国奶粉行业发展现状

- 一、2009年中国奶粉行业遭遇重大信任危机
- 二、中国奶粉行业洗牌不可避免
- 三、2009年底国产奶粉销量恢复六成
- 四、中国已成为世界第一奶粉消费国
- 五、2010年初国产奶粉原料价格迫近临界点
- 六、2010年国内奶粉市场发展态势

第三节 2009-2010年中国奶粉业相关政策分析及解读

- 一、2009年10月国家实行婴幼儿奶粉召回退市制
- 二、2009年11月国家发布《奶业整顿和振兴规划纲要》
- 三、2009年11月《婴幼儿配方食品和谷类食品中香料使用规定》发布
- 四、2009年中国发布四项奶业新政策的解读
- 五、2010年国家奶粉收储计划递交国务院

第四节 农村奶粉市场

- 一、农村奶粉市场的发展特点
- 二、商务部重视农村奶粉市场质量安全问题
- 三、四川开展专项检查确保农村奶粉市场供应安全
- 四、农村奶粉市场攻略

第五节 奶粉市场品牌分析

- 一、国外品牌奶粉市场优势大

二、中国奶粉市场品牌奶粉简况

三、中国本土奶粉品牌加速争夺高端奶粉市场

四、2009年中外奶粉品牌加大信用争夺

第六节 中国后奶粉时代的产品创新解读

一、“后奶粉时代到来”概述

二、后奶粉时代奶粉产品创新的抉择

三、后奶粉时代奶粉产品创新的规则

第七节 中国奶粉行业面临的问题及对策分析

一、中国奶粉行业存在的根本问题

二、国产奶粉品牌建设任重道远

三、进口奶粉低价倾销冲击中国奶粉业

四、应采取综合措施缓解洋奶粉对国产奶粉冲击

第四章 婴幼儿奶粉市场分析

第一节 婴幼儿奶粉概述

一、婴幼儿奶粉营养成分解析

二、婴幼儿配方奶粉的分类

三、婴儿奶粉技术发展进程

第二节 婴幼儿奶粉市场发展状况

一、我国婴幼儿奶粉市场回顾

二、国内婴幼儿奶粉市场概述

三、婴幼儿奶粉发展步入天然蛋白时代

四、高端市场将成为婴幼儿奶粉重点竞争领域

第三节 三聚氰氨风波后中国婴幼儿奶粉市场格局变化分析

一、中国婴幼儿奶粉市场格局变化背景

二、中国婴幼儿奶粉未来市场发展前景

三、未来国内婴幼儿奶粉市场格局评析

第四节 婴幼儿配方奶粉剖析

一、婴幼儿配方奶粉的定义

二、开发中高档婴幼儿配方奶粉的意义

三、中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征

四、开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法

五、中高档婴幼儿配方奶粉市场推广策略

第五节 婴幼儿奶粉中存在的问题及对策

- 一、婴幼儿奶粉四大不正当竞争现象
- 二、中国婴儿奶粉行业的竞争策略
- 三、开发高端婴幼儿奶粉市场的对策

第五章 其他类型奶粉

第一节 配方奶粉发展浅析

- 一、替代品无法取代配方奶粉
- 二、配方奶粉发展迈入活性时代
- 三、乳业巨头瞄准配方奶粉市场
- 四、四品牌配方奶粉市场发展及其营销剖析

第二节 中国大包装奶粉市场解读

- 一、中国大包装奶粉市场现状
- 二、大包装奶粉发展面临的机遇
- 三、乳企灵活应对大包装奶粉缺货现象

第三节 中老年人奶粉

- 一、中老年奶粉概述
- 二、中老年奶粉存在的问题
- 三、中老年奶粉市场有待规范

第六章 奶粉业竞争分析

第一节 中国奶粉市场的竞争格局

- 一、中国奶粉市场竞争日益激烈
- 二、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中
- 三、国内中低档奶粉市场处于混乱竞争格局
- 四、2010年洋奶粉开抢中端市场国产奶粉压力渐增
- 五、细分化、差异化、母乳化婴幼儿配方奶粉谋求配方升级

第二节 婴幼儿奶粉市场竞争分析

- 一、影响婴幼儿奶粉市场的竞争因素
- 二、婴幼儿奶粉竞争掀起狂潮
- 三、2009年婴幼儿奶粉市场竞争升级

- 四、2010年中外乳业巨头角逐婴幼儿奶粉市场
- 五、2010年跨界经营修正药业进军婴幼儿奶粉
- 六、婴幼儿奶粉市场逐渐转向综合竞争
- 七、中国婴幼儿奶粉的未来市场竞争格局分析

第三节 中国奶粉业的竞争策略

- 一、奶粉竞争格局下的出路探讨
- 二、奶粉“供应链”竞争策略
- 三、提升奶粉市场竞争力的关键因素
- 四、技术创新是制胜法宝
- 五、新进奶粉品牌的竞争战略选择

第七章 奶粉行业营销策略分析

第一节 奶粉营销概述

- 一、高档奶粉营销运作模式简述
- 二、奶粉市场营销中的要素分析
- 三、中国奶粉市场网络营销剖析
- 四、婴幼儿配方奶粉营销模式探析
- 五、我国奶粉市场营销凸显奶源重点

第二节 奶粉市场协同营销分析

- 一、厂商急待破局营销方案
- 二、协同营销拯救厂商
- 三、产品创新是建立协同营销的前提
- 四、协同营销解决个体作战的困境

第三节 婴幼儿奶粉中的4P营销分析

- 一、产品开发是第一要素
- 二、价格 and 价值的审视
- 三、营销渠道是一大关键点
- 四、促销手段扩大知名度
- 五、“需求”才是营销的中心
- 六、奶粉新营销组合因素产生和发展

第四节 奶粉营销中的问题及其策略

- 一、奶粉营销中存在的问题

- 二、中国奶粉品牌中心城市营销方案
- 三、三鹿奶粉事件对我国奶粉营销的启示

第八章 国外奶粉企业分析

第一节 美赞臣

- 一、公司简介
- 二、美赞臣实施全程安全管理
- 三、美赞臣领军脑部发育奶粉发展
- 四、美赞臣加大力度扩展婴幼儿奶粉市场

第二节 惠氏

- 一、公司简介
- 二、惠氏配方奶粉发展综述
- 三、惠氏盒装婴幼儿奶粉挺进中国

第三节 多美滋

- 一、皇家纽密科集团
- 二、多美滋的优势
- 三、多美滋中国发展纪事

第四节 雀巢

- 一、雀巢集团简介
- 二、雀巢企业的发展史
- 三、雀巢的模块组合营销经营优势
- 四、雀巢中国销售99%为中国制造
- 五、雀巢成长奶粉加大力度发展中国市场

第五节 其他品牌

- 一、美素
- 二、雅培

第九章 国内奶粉企业

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、2010年企业经营情况分析
- 三、2010年企业财务数据分析

四、伊利进军高端配方奶粉市场

五、伊利以技术创新谋求竞争优势

第二节 杭州贝因美集团有限公司

一、公司简介

二、贝因美公司的优势

三、贝因美公司的市场机会点

四、贝因美公司的营销策略

第三节 完达山集团

一、集团简介

二、完达山奶粉完成功能细分

三、完达山奶粉获得环保通行证

第四节 西安银桥集团

一、集团简介

二、银桥集团品牌调研概述

三、银桥集团品牌名称策略

四、银桥产品线扩张分析

第五节 其他

一、光明

二、南山奶粉

附录

附录一：乳制品加工行业准入条件

附录二：《奶粉卫生生产的国际标准》

附录三：《婴幼儿食品婴儿配方代乳粉》

附录四：《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》

附录五：《奶业整顿和振兴规划纲要》

图表目录（部分）：

图表 2005-2010年上半年国内生产总值

图表 2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2005-2010年上半国家外汇储备

图表 2005-2010年上半年财政收入

图表 2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表 2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2010年上半年固定资产投资新增主要生产能

图表：消费者对婴儿配方奶粉选用品牌数量调查

图表：消费者选择某一品牌婴儿配方奶粉的影响因素调查

图表：消费者对婴儿奶粉作用的关注调查

图表：消费者购买婴儿配方奶粉购买场所调查

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司流动资产表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期投资表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司固定资产表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司无形及其他资产表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司流动负债表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司长期负债表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司股东权益表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务利润表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业利润表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力表

图表：2009-2010年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析表

图表：婴幼儿配方食品感官要求

图表：婴幼儿配方食品营养成分及理化指标

图表：婴幼儿配方食品卫生指标

图表：婴幼儿食品检验值与食品标签标示值之暂定误差允许范围

图表：婴幼儿食品感官评分办法1（100分制）

图表：婴幼儿食品感官评分办法2（100分制）

图表：奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201103/62699.html>