

2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势与投资可行性报告

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

《2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势与投资可行性报告》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/202005/163525.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

2009-2019年中国婴幼儿奶粉行业市场供需情况 资料来源：中企顾问网整理2010-2019年我国奶粉市场规模走势图资料来源：中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势与投资可行性报告》共十七章。首先介绍了中国婴幼儿奶粉行业市场发展环境、中国婴幼儿奶粉整体运行态势等，接着分析了中国婴幼儿奶粉行业市场运行的现状，然后介绍了中国婴幼儿奶粉市场竞争格局。随后，报告对中国婴幼儿奶粉做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴幼儿奶粉行业发展趋势与投资预测。您若想对婴幼儿奶粉产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿奶粉行业，本报告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，商务部采集数据等婴幼儿奶粉。其中宏观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婴幼儿奶粉及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测婴幼儿奶粉。

报告目录：

第一章 婴幼儿奶粉产业相关概述 1

第一节 婴幼儿配方奶粉概述 1

一、婴幼儿配方奶粉的概述 1

二、婴幼儿奶粉配方的作用 1

三、婴幼儿奶粉分段及好处 1

四、婴幼儿配方奶粉的分类 2

五、婴幼儿配方奶粉发展历程 3

六、婴幼儿配方奶粉重要指标 4

七、婴幼儿配方奶粉的选择 5

八、婴幼儿配方奶粉需要符合的条件 5

第二节 各式婴幼儿奶粉分析 5

一、较大婴儿奶粉（断奶奶粉） 5

二、一般奶粉（牛奶） 6

三、医疗用奶粉 6

四、无乳糖奶粉（豆蛋白奶粉） 7

五、低过敏性蛋白水解配方奶粉 7

第二章 2019年中国婴幼儿奶粉行业发展环境分析	8
第一节 2019年中国宏观经济发展环境分析	8
一、2019年中国GDP增长情况分析	8
二、2019年工业经济发展形势分析	10
三、2019年全社会固定资产投资分析	19
四、2019年社会消费品零售总额分析	25
五、2019年城乡居民收入与消费分析	28
六、2019年对外贸易的发展形势分析	35
第二节 2013-2019年中国婴幼儿奶粉市场政策透析	43
一、中国制定乳品奶粉安全国家新标准	43
二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准	44
三、《奶业整顿和振兴规划纲要》解析	44
四、《乳品质量安全监督管理条例》解读	54
五、《乳制品工业产业政策（2009年修订）》	65
六、《食品安全法》对婴幼儿奶粉的影响	77
七、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》	78
第三节 2019年中国婴幼儿奶粉行业发展社会环境分析	79
一、2019年中国人口及结构总体情况	79
二、2019年中国人口地区分布状况	80
三、2019年中国人口出生率情况分析	82
四、2019年中国婴幼儿总数情况分析	82
第四节 2019年中国乳制品产业环境分析	82
一、2019年中国奶类及牛奶产量分析	82
二、2019年中国乳制品行业发展概述	83
三、2006-2019年中国乳制品产量增长分析	84
第五节 2019年中国重点地区乳制品概况分析	85
一、内蒙古奶业概况分析	85
二、黑龙江奶业概况分析	85
三、山东省奶业概况分析	86
四、陕西省奶业概况分析	89
五、广东省奶业概况分析	90
六、河南省奶业概况分析	93

七、新疆省奶业概况分析 96

八、宁夏回族自治区奶业概况分析 101

第三章 2019年中国奶粉行业整体运行态势分析 104

第一节 奶粉行业概述 104

一、奶粉的分类 104

二、国产奶粉质量抽检与质量体系 105

三、符合标准的进口奶粉品牌 106

第二节 2019年中国奶粉行业运行总况 107

一、中国奶粉市场特点分析 107
2011-2019年中国奶粉细分市场规 模情况 单位：亿元资料来源：中企顾问网整理

二、农村奶粉市场分析 108

三、民族品牌齐打高端奶粉牌 108

第三节 2019年中国奶粉市场行情动态分析 109

一、洋奶粉占优国产品牌欲崛起 109

二、配方奶粉成为市场竞争热点 109

三、婴幼儿奶粉市场潜力被看好 110

四、奶粉向多元化方向发展 110

第四节 2013-2019年中国奶粉市场热点聚焦 110

一、“三鹿奶粉事件”重击奶粉行业 110

二、奶粉消费增长率逐渐高于液态奶 111

三、2019年中国奶粉价格情况 112

四、2014“洋奶粉”价格上涨以及原因分析 115

五、“奶粉限购潮”席卷全球 115

六、国内乳企纷纷贴上“洋标签” 116

七、2019年进口乳品新规则及影响 117

第五节 2019年国外奶粉对中国奶粉行业的冲击分析 119

一、进口奶粉低价冲击国产奶业 119

二、升级配方洋品牌优势凸显分析 120

三、进口量激增国产奶粉原料价格逼近临界点 121

四、韩国每日乳业高端奶粉进入中国市场 121

五、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场 122

六、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示	123
第六节 2019年中国奶粉行业波特五力模型分析	125
一、行业内竞争强度	125
二、新进入者威胁分析	125
三、来自替代品的竞争	126
四、供应商的议价能力	126
五、购买者的议价能力	126
第四章 2019年中国婴幼儿奶粉运行新形势透析	127
第一节 2019年全球婴幼儿奶粉市场动态分析	127
一、发达国家婴幼儿奶粉的法律规定	127
二、英特尔拓展中国婴幼儿奶粉市场	129
三、美国婴幼儿奶粉被指含高氯酸盐	130
四、美国第一大婴幼儿奶粉广告诉讼案	130
第二节 2019年中国婴幼儿奶粉市场运行综述	131
一、婴幼儿奶粉市场容量高速增长	131
二、奶粉企业加大研发力度	132
三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析	132
四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显	133
第三节 2013-2019年中国婴儿配方奶粉市场调研	135
一、 婴儿配方奶粉用户喂哺方式	135
二、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况	135
三、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况分析	136
四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因	136
五、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况	137
六、消费者购买婴儿配方奶粉的途径	138
七、消费者对婴儿配方奶粉了解途径	138
八、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况	139
九、消费者正在使用婴儿配方奶粉品牌情况	139
第五章 2009-2019年中国婴幼儿奶粉市场运行态势分析	141
第一节 2019年中国婴幼儿奶粉行业发展现状分析	141

一、2019年中国婴幼儿食品市场规模分析	141
二、2019年中国婴幼儿配方奶粉产量	142
三、2019年中国婴幼儿配方奶粉零售规模	143
四、2019年中国婴幼儿奶粉进出口分析	147
五、中国婴幼儿奶粉代购发展分析	148
第二节 2019年中国婴幼儿奶粉细分市场分析	150
一、2019年中国婴幼儿配方奶粉市场结构	150
二、2019年中国标准婴儿配方奶粉零售规模	151
三、2019年中国幼儿配方奶粉零售规模分析	151
四、2019年中国后续配方婴儿奶粉零售规模	152
第三节 2019年中国婴幼儿奶粉市场结构分析	152
一、婴幼儿奶粉高端市场分析	152
二、婴幼儿奶粉中端市场分析	153
三、高端婴幼儿奶粉市场增长迅速	154
第四节 2019年中国婴幼儿奶粉销售中存在的问题	155
一、产品线过长质量不高	155
二、产品组合深度不够	155
三、销售形式传统单一有待整合	156
四、终端激励不足促销细化不够	156
五、奶粉质量存在的问题分析	157
第五节 2019年中国婴幼儿奶粉市场策略分析	158
一、提高婴幼儿奶粉产品质量	158
二、加强品牌推广提升品牌形象	159
三、知识营销与产品营销相结合	159
四、开发新的营销渠道	159
五、改进和提高服务水平	160
第六章 2019年中国婴幼儿奶粉竞争格局分析	161
第一节 2019年中国奶粉市场竞争总体概况	161
一、“滚雪球”效应使奶粉业竞争集中	161
二、奶粉企业品牌与渠道成竞争关键	161
三、国外企业竞相争夺中国奶粉市场	162

四、中外奶粉市场大打“奶源”牌	162
五、洋奶粉本土化欲垄断国内市场	163
第二节 2019年中国婴幼儿奶粉市场竞争分析	164
一、中国婴幼儿奶粉企业竞争分析	164
二、中国婴幼儿奶粉品牌竞争格局	165
三、中国奶粉市场竞争日益激烈	166
第三节 2019年中国高端奶粉市场竞争状况	166
一、洋品牌领跑高端婴幼儿奶粉市场	166
二、国内高端婴幼儿奶粉市场空间巨大	167
三、高端婴幼儿奶粉市场竞争日益激烈	167
四、国产品牌进军高端婴幼儿奶粉市场	167
第四节 奶粉行业品牌关注度分析	169
一、整体品牌关注度分析	169
二、品牌属性情况分析	170
三、进口国产品牌关注度	171
第五节 中国婴幼儿奶粉行业竞争格局预测分析	171
一、外资品牌仍处高端塔尖	171
二、国内品牌将呈现两极分化	172
三、品牌企业受益营销模式突破	173
第七章 中国婴幼儿奶粉品牌消费情况分析	174
第一节 多美滋	174
一、消费者购买渠道分析	174
二、消费者购买频率分析	175
三、购买人群收入水平分析	175
四、购买人群消费比重分析	176
五、产品各方面性能比较	177
六、优势分析	178
第二节 惠氏	179
一、消费者购买渠道分析	179
二、消费者购买频率分析	179
三、购买人群收入水平分析	180

四、购买人群消费比重分析	181
五、产品各方面性能比较	181
六、优势分析	183
第三节 美赞臣	183
一、消费者购买渠道分析	183
二、消费者购买频率分析	184
三、购买人群收入水平分析	185
四、购买人群消费比重分析	185
五、产品各方面性能比较	186
六、优势分析	188
第四节 伊利	188
一、消费者购买渠道分析	188
二、消费者购买频率分析	189
三、购买人群收入水平分析	190
四、购买人群消费比重分析	190
五、产品各方面性能比较	191
六、优势分析	192
第五节 雀巢	192
一、消费者购买渠道分析	192
二、消费者购买频率分析	193
三、购买人群收入水平分析	194
四、购买人群消费比重分析	195
五、产品各方面性能比较	195
六、优势分析	197
第六节 贝因美	197
一、消费者购买渠道分析	197
二、消费者购买频率分析	198
三、购买人群收入水平分析	198
四、购买人群消费比重分析	198
五、产品各方面性能比较	199
六、优势分析	200
第七节 雅培	201

一、消费者购买渠道分析	201
二、消费者购买频率分析	201
三、购买人群收入水平分析	202
四、购买人群消费比重分析	203
五、产品各方面性能比较	204
六、优势分析	205
第八节 飞鹤	206
一、消费者购买渠道分析	206
二、消费者购买频率分析	206
三、购买人群收入水平分析	207
四、购买人群消费比重分析	208
五、产品各方面性能比较	208
六、优势分析	209
第九节 圣元	210
一、消费者购买渠道分析	210
二、消费者购买频率分析	210
三、购买人群收入水平分析	211
四、购买人群消费比重分析	212
五、产品各方面性能比较	212
六、优势分析	214
第十节 光明	214
一、消费者购买渠道分析	214
二、消费者购买频率分析	215
三、购买人群收入水平分析	215
四、购买人群消费比重分析	216
五、产品各方面性能比较	216
六、优势分析	218
第十一节 合生元	218
一、消费者购买渠道分析	218
二、消费者购买频率分析	219
三、购买人群收入水平分析	220
四、购买人群消费比重分析	220

五、产品各方面性能比较	221
六、优势分析	222
第十二节 雅士利	222
一、消费者购买渠道分析	222
二、消费者购买频率分析	223
三、购买人群收入水平分析	224
四、购买人群消费比重分析	224
五、产品各方面性能比较	225
六、优势分析	226
第十三节 澳优	226
一、消费者购买渠道分析	226
二、消费者购买频率分析	227
三、购买人群收入水平分析	228
四、购买人群消费比重分析	229
五、产品各方面性能比较	229
六、优势分析	230
第十四节 金摇篮	230
一、消费者购买渠道分析	230
二、消费者购买频率分析	231
三、购买人群收入水平分析	232
四、购买人群消费比重分析	233
五、产品各方面性能比较	234
六、优势分析	235
第八章 2009-2019年中国奶粉行业进出口情况分析	236
第一节 2009-2019年中国奶粉进口分析	236
一、中国奶粉进口数量情况	236
二、中国奶粉进口金额情况	236
第二节 2009-2019年中国奶粉出口分析	237
一、中国奶粉出口数量情况	237
二、中国奶粉出口金额情况	237
第三节 2009-2019年中国奶粉进出口均价分析	238

第四节 2013-2019年中国奶粉进出口流向分析	238
一、中国奶粉进口来源地情况	238
二、中国奶粉出口目的地情况	240
第九章 2019年婴幼儿奶粉技术发展分析	241
第一节 婴幼儿奶粉技术发展进程	241
第二节 婴幼儿奶粉技术的研究	243
一、母乳配方奶粉的研究	243
二、婴幼儿奶粉新配方的研究	243
三、早产儿奶粉市场开发	244
第三节 免疫球蛋白（IG）在婴儿配方奶粉中的应用	245
一、国际上将IG应用于乳制品的研究进展情况	245
二、免疫球蛋白应用于婴儿奶粉的研究开发现状	245
第四节 婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的研究	247
一、DHA和AA的生理功能	247
二、母乳中的DHA和AA	248
三、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA的必要性	249
四、国内外婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA现状	249
五、婴幼儿配方奶粉强化DHA和AA应注意问题	250
第五节 婴幼儿配方奶粉的核心	251
一、婴幼儿配方奶粉的实质	251
二、复配营养素是婴幼儿配方奶粉产业链的核心	252
第十章 2019年中国奶牛场生产管理状况分析	254
第一节 奶牛场的基本状况	254
一、所有制形式	254
二、建成时间	254
三、人员结构	254
四、奶牛存栏量	255
第二节 奶牛场的饲养管理状况	255
一、牛群结构	255
二、单产水平	256

三、TMR饲喂技术采用情况	256
四、机械化挤奶情况	257
五、粗饲料使用情况	257
六、疾病防治情况	257
第三节 奶牛场原料奶的质量情况	258
一、乳脂率	258
二、乳蛋白率	258
三、细菌总数	259
四、体细胞数	259
第四节 奶牛场效益情况	260
一、原料奶收购价格	260
二、饲养成本	261
三、盈利情况	261
第五节 2019年奶牛养殖业形势分析	262
一、原料奶价格持续下跌	262
二、奶牛存栏提升	263
三、生产成本上涨	263
第十一章 中国婴幼儿奶粉产品品牌市场状况调查分析	265
第一节 中国婴幼儿奶粉主要消费市场分析	265
一、中国婴幼儿奶粉市场消费者家庭调查分析	265
二、中国婴幼儿奶粉消费者家庭生活态度分析	265
三、中国婴幼儿奶粉消费者家庭体育及休闲活动	266
第二节 华北地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析	266
一、北京婴幼儿奶粉消费调查分析	266
二、天津婴幼儿奶粉消费调查分析	268
三、太原婴幼儿奶粉消费调查分析	269
四、哈尔滨婴幼儿奶粉消费调查分析	270
第三节 东北地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析	271
一、长春婴幼儿奶粉消费调查分析	271
二、沈阳婴幼儿奶粉消费调查分析	272
三、大连婴幼儿奶粉消费调查分析	273

第四节 华东地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析	274
一、济南婴幼儿奶粉消费调查分析	274
二、青岛婴幼儿奶粉消费调查分析	275
三、南京婴幼儿奶粉消费调查分析	276
四、苏州婴幼儿奶粉消费调查分析	277
五、上海婴幼儿奶粉消费调查分析	278
六、杭州婴幼儿奶粉消费调查分析	279
七、宁波婴幼儿奶粉消费调查分析	280
八、福州婴幼儿奶粉消费调查分析	281
九、厦门婴幼儿奶粉消费调查分析	282
第五节 华中地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析	283
一、合肥婴幼儿奶粉消费调查分析	283
二、南昌婴幼儿奶粉消费调查分析	284
三、郑州婴幼儿奶粉消费调查分析	285
四、长沙婴幼儿奶粉消费调查分析	286
五、武汉婴幼儿奶粉消费调查分析	287
第六节 华南地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析	288
一、广州婴幼儿奶粉消费调查分析	288
二、深圳婴幼儿奶粉消费调查分析	289
三、佛山婴幼儿奶粉消费调查分析	290
四、南宁婴幼儿奶粉消费调查分析	291
五、海口婴幼儿奶粉消费调查分析	292
第七节 西部地区婴幼儿奶粉消费者家庭调查分析	293
一、成都婴幼儿奶粉消费调查分析	293
二、重庆婴幼儿奶粉消费调查分析	294
三、昆明婴幼儿奶粉消费调查分析	295
四、西安婴幼儿奶粉消费调查分析	296
第十二章 2019年中国婴幼儿奶粉市场主要品牌动态分析	297
第一节 婴幼儿配方奶粉主要品牌比较分析	297
一、主要品牌婴儿配方奶粉的横向对比	297
二、低价位不合格婴幼儿奶粉品牌分析	305

第二节 多美滋	306
一、多美滋换“马甲”涨10%	306
二、多美滋金盾推出益生元营养米粉	307
三、多美滋优阶系列产品采用“分阶段营养强化”新理念	308
四、多美滋获2014中国婴童品牌百强评选奶粉榜提名	309
第三节 美赞臣	310
一、赞臣A+早产儿配方奶粉惠及早产宝宝	310
二、美赞臣在华建婴儿营养中心	311
三、美赞臣举办国际儿科领袖峰会	311
四、美赞臣高端品牌攻略分析	312
第四节 惠氏	313
一、惠氏名列2014最受欢迎婴儿奶粉品牌	313
二、惠氏要做婴幼儿配方奶粉第一品牌	313
三、惠氏以制药的经验制造奶粉	313
四、惠氏为幼儿打造“乐动天赋”新年音乐会	315
第五节 雀巢	315
一、雀巢高价收购惠氏	315
二、雀巢益生菌奶粉预防婴儿过敏	316
三、雀巢奶粉钙及磷含量过低被警告	317
四、雀巢在广东投资5亿元扩产食品厂	318
第六节 雅培	318
一、雅培公司120年成长秘密解析	318
二、雅培全球召回折射中国网购弊端	319
三、雅培启动家庭科教公益项目	321
第七节 伊利	322
一、伊利在上海“SAIL CHINA”获得九大奖项	322
二、伊利用专利数据诠释创新精神	323
三、伊利全面启动品牌升级	324
四、伊利11亿元新西兰婴儿奶粉项目获批	325
第八节 蒙牛	326
一、蒙牛国内市场的优势进一步扩大	326
二、蒙牛携手国际巨头抢滩高端奶粉市场	326

三、蒙牛31.8亿港元收购现代牧业股份	327
四、蒙牛用科技实力提升品牌竞争力	328
第九节 完达山	329
一、完达山奶粉实现功能细分	329
二、完达山打造绿色奶源基地	331
三、完达山乳业迎来高速发展期	332
四、“完达山”2019年度品牌荣耀	332
第十节 圣元	333
一、圣元抓牢质量关赢得市场	333
二、圣元乳业打造百年民族品牌	335
三、圣元优博奶粉以高端质量得到广泛赞誉	336
第十三章 2019年中国婴幼儿奶粉营销分析	338
第一节 2019年国产婴幼儿奶粉市场营销分析	338
一、婴幼儿奶粉主流品牌营销模式分析	338
二、婴幼儿奶粉市场面临跨区域营销问题	339
三、隔代教养差异与婴幼儿乳品营销分析	341
四、消费者教育与口碑传播营销策略	341
第二节 2019年中国婴儿食品广告投放分析	345
一、婴幼儿食品广告投放整体状况	345
二、婴幼儿食品广告投放特点分析	346
三、婴儿奶粉广告投放分析	346
第三节 2019年中国婴幼儿奶粉中的4P营销分析	347
一、产品和需求	347
二、价格和价值	348
三、渠道和方便性	348
四、促销和传播	349
五、以产品为中心到以需求为中心	350
六、奶粉新营销组合因素的产生	350
第四节 2019年中国婴幼儿奶粉市场协同营销分析	352
一、协同营销的紧迫性	352
二、协同营销的优势	352

三、协同营销的前提	353
四、协同营销的市场影响	353
第五节 2019年中国婴幼儿奶粉三种成功营销模式	354
一、差异化营销	354
二、数据库营销	354
三、整合式营销	354
第六节 2019年国产品牌婴幼儿奶粉营销策略选择	355
一、加强品质管理提高产品质量	355
二、进行市场细分占领农村市场	356
三、通过整合营销突出品牌个性	356
四、重视医务渠道建设抢占市场先机	357
五、做好深度分销重视促销和人性化管理	357
第十四章 2014中国婴幼儿奶粉负面事件影响分析	359
第一节 三聚氰胺事件分析	359
一、三鹿婴幼儿奶粉三聚氰胺超标	359
二、22家企业婴幼儿奶粉检出三聚氰胺	359
三、伊利VS蒙牛回应“毒奶粉”事件	361
四、三聚氰胺使国内乳业巨头损失惨重	362
第二节 安徽阜阳劣质奶粉事件	363
一、“空壳奶粉”与“大头娃娃”	363
二、安徽阜阳劣质奶粉事件概况	363
三、阜阳劣质奶粉事件各方应对措施	364
四、安徽阜阳劣质奶粉事件调查结果	364
第三节 国际婴幼儿奶粉品牌负面事件	365
第四节 婴幼儿奶粉其他不合格事件	369
一、三种婴儿奶粉磷钙铁锌严重低于标准含量	369
二、婴幼儿乳粉三成不合格	369
三、婴幼儿奶粉营养强化剂不达标	369
四、邮寄洋奶粉发现致命阪崎肠杆菌	369
第十五章 2019年中国奶粉行业重点企业分析	371

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司（600887） 371

- 一、企业基本情况 371
- 二、企业经营情况分析 372
- 三、企业经济指标分析 373
- 四、企业盈利能力分析 373
- 五、企业偿债能力分析 374
- 六、企业运营能力分析 375
- 七、企业成本费用分析 376
- 八、企业发展前景展望 376

第二节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司 378

- 一、企业基本情况 378
- 二、企业生产情况分析 379
- 三、企业经营情况分析 379
- 四、企业经济指标分析 380
- 五、企业盈利能力分析 381
- 六、企业偿债能力分析 382
- 七、企业运营能力分析 383
- 八、企业成本费用分析 384

第三节 光明乳业股份有限公司（600597） 384

- 一、企业基本情况 384
- 二、企业经营情况分析 385
- 三、企业经济指标分析 385
- 四、企业盈利能力分析 386
- 五、企业偿债能力分析 387
- 六、企业运营能力分析 388
- 七、企业成本费用分析 389
- 八、企业发展前景展望 389

第四节 圣元营养食品有限公司 390

- 一、企业基本情况 390
- 二、企业主要产品分析 390
- 三、企业经济指标分析 390
- 四、企业盈利能力分析 391

五、企业偿债能力分析	393
六、企业运营能力分析	395
第五节 澳优乳业股份有限公司	396
一、企业基本情况	396
二、企业产品及业务情况	396
三、企业主要经济指标	397
四、企业在华情况介绍	400
第六节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 (002570)	401
一、企业基本情况	401
二、企业经营情况分析	401
三、企业经济指标分析	402
四、企业盈利能力分析	403
五、企业偿债能力分析	404
六、企业运营能力分析	405
七、企业成本费用分析	406
第七节 AMERICAN DAIRY (飞鹤乳业)	406
一、企业基本情况	406
二、企业经济指标分析	407
三、企业运营指标分析	411
四、企业发展情况分析	412
五、企业发展战略分析	413
第八节 MEAD JOHNSON NUTRITION (美赞臣)	413
一、美赞臣公司简介	413
二、企业经济指标分析	414
三、企业运营指标分析	418
四、企业发展优势分析	419
五、企业中国公司介绍	419
第九节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司	420
一、企业基本情况	420
二、企业主要经济指标	421
三、企业偿债能力分析	421
四、企业盈利能力分析	421

五、企业运营能力分析	422
六、企业发展优势分析	422
七、企业发展情况分析	423
第十节 广州市合生元生物制品有限公司	424
一、企业基本情况	424
二、企业经营情况分析	425
三、企业经济指标分析	426
四、企业盈利能力分析	426
五、企业偿债能力分析	427
六、企业运营能力分析	429
七、企业成本费用分析	429
第十一节 哈尔滨太子乳品工业有限公司	430
一、企业基本情况	430
二、企业主要经济指标	431
三、企业偿债能力分析	431
四、企业盈利能力分析	431
五、企业运营能力分析	432
第十二节 黑龙江雅士利乳业有限公司	432
一、企业基本情况	432
二、企业主要经济指标	432
三、企业偿债能力分析	433
四、企业盈利能力分析	433
五、企业运营能力分析	433
第十三节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司	434
一、企业基本情况	434
二、企业主要经济指标	434
三、企业偿债能力分析	435
四、企业盈利能力分析	435
五、企业运营能力分析	435
第十四节 上海惠氏营养品有限公司	436
一、企业基本情况	436
二、企业主要经济指标	437

三、企业偿债能力分析	437
四、企业盈利能力分析	437
五、企业运营能力分析	438
第十五节 江西美庐乳业有限公司	438
一、企业基本情况	438
二、企业主要经济指标	440
三、企业偿债能力分析	440
四、企业盈利能力分析	441
五、企业运营能力分析	441
六、企业生产情况分析	441
第十六节 雅培贸易(上海)有限公司	442
一、企业基本情况	442
二、企业生产情况分析	442
三、企业主要经济指标	442
四、雅培中国公司介绍	444
第十六章 2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业发展趋势预测与策略分析	446
第一节 2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业前景分析	446
第二节 2020-2026年中国婴幼儿奶粉市场发展趋势	448
一、政府对行业的政策支持力度加大	448
二、农村市场将成为争夺重点	449
三、市场将出现高端混战	449
四、市场竞争下行业购并不可避免	450
五、婴幼儿奶粉“无香”是大趋势	450
第三节 2020-2026年中国奶粉企业进军高端市场策略分析	452
一、目标市场的重新审视	452
二、品牌架构的重新审视	452
三、品牌内涵的重新审视	453
四、产品创新的重新审视	454
五、品牌传播的重新审视	455
六、渠道管理的重新审视	457
第四节 2020-2026年中国婴幼儿奶粉市场规模预测	458

一、2020-2026年中国婴幼儿奶粉零售量预测分析	458
二、2020-2026年中国婴幼儿配方奶粉零售规模预测	458
三、2020-2026年中国标准配方奶粉零售规模预测	459
四、2020-2026年中国后续配方奶粉零售规模预测	459
五、2020-2026年中国幼儿配方奶粉零售规模预测	460
第十七章 2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业投资战略研究	461
第一节 2013-2019年中国婴幼儿奶粉投资概况	461
第二节 2020-2026年中国奶粉业市场投资机会分析	465
一、中国已经成为世界奶粉消费大国	465
二、中国婴幼儿奶粉投资潜力分析	465
三、高端市场的投资机会分析	466
四、与产业链相关的投资机会分析	466
第三节 2020-2026年中国婴幼儿奶粉投资风险预警	467
一、宏观调控风险	467
二、产业政策风险	467
三、市场竞争风险	467
四、产品质量风险	468
五、成本价格风险	468
第四节 2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业投资建议	469
一、婴幼儿奶粉SWOT分析	469
二、适时进军高端奶粉市场	470
三、二三线市场还有待开发	471
图表目录：图表 2020-2026年中国GDP及增长率统计图表 2019年国内生产总值统计图表 2014年-2019年工业经济增长情况图表 2011-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率图表 2019年中国全社会固定资产投资统计图表 2019年年末中国人口数及其构成图表 2011-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数图表 2011-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出图表 2011-2019年中国城镇新增就业人数图表 2011-2019年中国国家全员劳动生产率图表 婴幼儿奶粉行业产业链图表 2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业总产值情况图表 2020-2026年中国婴幼儿奶粉行业价格走势	

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163525.html>