中国互联网+婴幼儿奶粉行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国婴幼儿奶粉行业发展状况分析

1.1 中国婴幼儿奶粉行业经营分析

- 1.1.1 婴幼儿奶粉行业经营效益分析
- 1.1.2 婴幼儿奶粉行业盈利能力分析
- 1.1.3 婴幼儿奶粉行业运营能力分析
- 1.1.4 婴幼儿奶粉行业偿债能力分析
- 1.1.5 婴幼儿奶粉行业发展能力分析

1.2 中国婴幼儿奶粉行业供需平衡分析

- 1.2.1 全国婴幼儿奶粉行业供给情况分析
 - (1) 婴幼儿奶粉行业总产值分析
 - (2) 婴幼儿奶粉行业产成品分析
- 1.2.2 全国婴幼儿奶粉行业需求情况分析
 - (1) 婴幼儿奶粉行业销售产值分析
 - (2) 婴幼儿奶粉行业销售收入分析
- 1.2.3 全国婴幼儿奶粉行业产销率分析

1.3 中国婴幼儿奶粉行业进出口分析

- 1.3.1 婴幼儿奶粉行业出口市场分析
 - (1) 行业出口整体情况
 - (2) 行业出口产品结构
- 1.3.2 婴幼儿奶粉行业进口市场分析
 - (1) 行业进口整体情况
 - (2) 行业进口产品结构分析
- 1.3.3 婴幼儿奶粉行业进出口前景分析

1.4 中国婴幼儿奶粉行业消费市场分析

- 1.4.1 我国每年新生婴幼儿数量分析
- 1.4.2 消费者对婴幼儿奶粉市场评价
 - (1) 消费者对婴幼儿奶粉市场评价
 - (2) 消费者对婴幼儿奶粉评价差异分析
- 1.4.3 消费者购买婴幼儿奶粉因素分析
 - (1) 消费者购买考虑因素分析
 - (2) 消费者购买考虑因素差异分析
- 1.4.4 消费者婴幼儿奶粉品牌偏好分析
 - (1) 消费者品牌偏好
 - (2) 消费者品牌偏好差异分析
 - (3) 消费者品牌依赖分析

第2章：中国婴幼儿奶粉行业产业链分析

2.1 原料饲料行业市场分析

- 2.1.1 食糖市场分析
 - (1) 食糖供给分析
 - (2) 食糖需求分析
 - (3) 食糖价格走势分析
 - (4) 食糖市场发展趋势
- 2.1.2 饲料市场分析
 - (1) 饲料供给规模分析
 - (2) 饲料供给区域结构
 - (3) 饲料需求规模分析
 - (4) 饲料价格走势分析
 - (5) 饲料市场发展趋势
- 2.1.3 香料市场分析
 - (1) 香料市场规模分析
 - (2) 香料市场发展趋势分析

- 2.1.4 食品添加剂市场分析
- 2.2 奶牛养殖业市场分析**
 - 2.2.1 奶牛存栏量分析
 - 2.2.2 原奶产量情况
 - 2.2.3 原奶价格变动情况
 - (1) 原奶价格波动对于国内下游企业的影响
 - (2) 原奶价格波动对于国内上游企业的影响
 - 2.2.4 奶牛养殖业发展趋势
- 2.3 挤奶设备行业市场分析**
 - 2.3.1 我国挤奶设备发展状况
 - 2.3.2 挤奶设备行业对乳制品行业的影响
- 2.4 奶粉包装行业市场分析**
 - 2.4.1 乳制品包装发展状况
 - 2.4.2 包装材料对奶粉行业的影响
- 第3章：婴幼儿奶粉行业市场发展深度分析**
 - 3.1 国内婴幼儿奶粉行业产能过剩原因分析**
 - 3.1.1 从供给端分析
 - (1) 纵向对比
 - (2) 横向对比
 - (3) 低门槛
 - (4) 供给增加
 - 3.1.2 从需求端分析
 - (1) 生育率的提升空间分析
 - (2) 母乳喂养率的下降空间
 - (3) 未来五年的需求量预测
 - 3.2 国内婴幼儿奶粉产品体系混乱的原因分析**
 - 3.2.1 行业高毛利驱动
 - 3.2.2 进口奶粉的崛起
 - 3.2.3 电商渠道的冲击
 - (1) 婴幼儿奶粉线上交易规模
 - (2) 线上渠道增长的驱动因素
 - 3.3 当前国内原奶价格变化情况分析**
 - 3.3.1 本轮国内原奶价格下跌的原因
 - (1) 生鲜乳价格变化有明显周期性
 - (2) 大包粉扰乱生鲜乳定价机制
 - 3.3.2 国际原奶价格变化趋势分析
 - (1) 从需求端来看
 - (2) 从供给端来看
 - 3.3.3 国内原奶价格长期走势分析
 - (1) 国内原奶市场整体供应情况
 - (2) 下游原奶需求量增长的预测
- 第4章：婴幼儿奶粉行业渠道及营销模式分析**
 - 4.1 婴幼儿奶粉行业传统渠道与营销策略**
 - 4.1.1 婴幼儿奶粉行业传统销售渠道分析
 - (1) 商超渠道
 - (2) 关联渠道
 - (3) 医务渠道
 - (4) 药店连锁渠道
 - 4.1.2 婴幼儿奶粉行业传统营销策略分析
 - (1) 产品策略分析
 - (2) 价格策略分析
 - (3) 广告策略分析
 - (4) 促销策略分析
 - (5) 公益营销策略分析
 - 4.1.3 婴幼儿奶粉行业传统销售模式的弊端
 - 4.2 奶粉行业线下母婴渠道的崛起**
 - 4.2.1 母婴店深度分销模式分析
 - 4.2.2 奶粉渠道终端的数量变化
 - 4.2.3 母婴店个城市门店数变化

4.3 奶粉行业母婴电商的进化过程

- 4.3.1 电商渠道奶粉品牌市占率分析
- 4.3.2 综合类电商平台母婴市场分析
- 4.3.3 垂直类母婴电商平台发展分析
- 4.3.4 母婴电商的销售模式深度解析

4.4 主要婴幼儿奶粉生产商的电商渠道布局

- 4.4.1 伊利的电商渠道布局
- 4.4.2 合生元的电商渠道布局
- 4.4.3 君乐宝的电商渠道布局
- 4.4.4 新希望的电商渠道布局

4.5 线上线下结合的O2O模式分析

- 4.5.1 新兴O2O模式的特点与优势
- 4.5.2 合生元的O2O模式深度解析
 - (1) 线上部分
 - (2) 线下部分
 - (3) 合生元模式的弊端
- 4.5.3 贝因美“妈妈购”平台销售模式
 - (1) 线上部分
 - (2) 线下部分
 - (3) 线上线下互动部分
 - (4) 盈利模式

第5章：中国婴幼儿奶粉行业竞争格局分析

5.1 跨国公司在华竞争策略分析

- 5.1.1 美赞臣在华竞争策略分析
- 5.1.2 多美滋在华竞争策略分析
- 5.1.3 雀巢在华竞争策略分析

5.2 婴幼儿奶粉国内市场竞争分析

- 5.2.1 婴幼儿奶粉企业竞争格局分析
- 5.2.2 婴幼儿奶粉区域竞争格局分析
- 5.2.3 婴幼儿奶粉产品竞争格局分析
 - (1) 高端婴幼儿奶粉竞争格局
 - (2) 中低端婴幼儿奶粉竞争格局
- 5.2.4 国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局分析
 - (1) 2014 年国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局
 - (2) 2015 年国内婴幼儿奶粉品牌竞争格局

5.3 婴幼儿奶粉行业集中度分析

- 5.3.1 我国婴幼儿奶粉行业市场占有率分析
- 5.3.2 外国婴幼儿奶粉行业市场占有率分析
 - (1) 美国婴幼儿奶粉行业市占率
 - (2) 德国婴幼儿奶粉行业市占率
 - (3) 新西兰婴幼儿奶粉行业市占率
 - (4) 日本婴幼儿奶粉行业市占率
- 5.3.3 影响奶粉行业未来集中度的因素
 - (1) 乳粉配方注册制的实施
 - (2) 奶粉市场价格战的洗牌
 - (3) 奶粉企业间的兼并收购

5.4 婴幼儿奶粉行业投资与兼并重组分析

- 5.4.1 中国婴幼儿奶粉企业海外并购投资分析
- 5.4.2 中国婴幼儿奶粉企业国内并购投资分析
- 5.4.3 中国婴幼儿奶粉行业兼并重组发展趋势

第6章：中国婴幼儿奶粉生产重点企业经营分析

6.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营情况分析

- 6.1.1 企业发展简况分析
- 6.1.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析

- 6.1.3 企业产品及品牌分析
- 6.1.4 企业销售与营销分析
- 6.2 光明乳业股份有限公司经营情况分析**
 - 6.2.1 企业发展简况分析
 - 6.2.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 6.2.3 企业产品及品牌分析
 - 6.2.4 企业销售与营销分析
- 6.3 上海惠氏营养品有限公司经营状况分析**
 - 6.3.1 企业发展简况分析
 - 6.3.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 6.3.3 企业产品及品牌分析
 - 6.3.4 企业销售与营销分析
- 6.4 多美滋婴幼儿食品有限公司经营状况分析**
 - 6.4.1 企业发展简况分析
 - 6.4.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 6.4.3 企业产品及品牌分析
 - 6.4.4 企业销售与营销分析
- 6.5 双城雀巢有限公司经营状况分析**
 - 6.5.1 企业发展简况分析
 - 6.5.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 6.5.3 企业产品及品牌分析
 - 6.5.4 企业销售与营销分析
- 6.6 雅士利国际集团有限公司经营状况分析**
 - 6.6.1 企业发展简况分析
 - 6.6.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
 - 6.6.3 企业产品及品牌分析
 - 6.6.4 企业销售与营销分析
- 6.7 圣元营养食品有限公司经营状况分析**
 - 6.7.1 企业发展简况分析
 - 6.7.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析

- (5) 企业发展能力分析
- 6.7.3 企业产品及品牌分析
- 6.7.4 企业销售与营销分析
- 6.8 美赞臣营养品（中国）有限公司经营状况分析**
- 6.8.1 企业发展简况分析
- 6.8.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.8.3 企业产品及品牌分析
- 6.8.4 企业销售与营销分析
- 6.9 北京三元食品股份有限公司经营状况分析**
- 6.9.1 企业发展简况分析
- 6.9.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.9.3 企业产品及品牌分析
- 6.9.4 企业销售与营销分析
- 6.10 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营状况分析**
- 6.10.1 企业发展简况分析
- 6.10.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.10.3 企业产品及品牌分析
- 6.10.4 企业销售与营销分析
- 6.11 黑龙江飞鹤乳业有限公司经营状况分析**
- 6.11.1 企业发展简况分析
- 6.11.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.11.3 企业产品及品牌分析
- 6.11.4 企业销售与营销分析
- 6.12 澳优乳业（中国有限公司）经营状况分析**
- 6.12.1 企业发展简况分析
- 6.12.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.12.3 企业产品及品牌分析
- 6.12.4 企业销售与营销分析
- 6.13 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营状况分析**
- 6.13.1 企业发展简况分析
- 6.13.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析

- (4) 企业偿债能力分析
- (5) 企业发展能力分析
- 6.13.3 企业产品及品牌分析
- 6.13.4 企业销售与营销分析

6.14 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营状况分析

- 6.14.1 企业发展简况分析
- 6.14.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.14.3 企业产品及品牌分析
- 6.14.4 企业销售与营销分析

6.15 西安银桥股份有限公司经营状况分析

- 6.15.1 企业发展简况分析
- 6.15.2 企业经营能力分析
 - (1) 主要经济指标分析
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业运营能力分析
 - (4) 企业偿债能力分析
 - (5) 企业发展能力分析
- 6.15.3 企业产品及品牌分析
- 6.15.4 企业销售与营销分析

第7章：中国婴幼儿行业发展前景与投资规划分析

7.1 二胎政策对婴幼儿需求增长的利好分析

- 7.1.1 婴幼儿奶粉需求的变量分析
 - (1) 新生儿出生率
 - (2) 母乳喂养率
- 7.1.2 单独二胎政策放开的效果分析
 - (1) 二胎申请预期与实际数量
 - (2) 单独二胎政策对奶粉市场影响
- 7.1.3 全面二胎放开对奶粉需求的提振
 - (1) 全面放开二胎后新生儿数量测算
 - (2) 全面放开二胎带来的市场增量
- 7.1.4 全面放开二胎对细分市场的利好
 - (1) 婴幼儿奶粉
 - (2) 婴幼儿辅食
 - (3) 奶粉产业链

7.2 婴幼儿奶粉行业整合的政策规划分析

- 7.2.1 企业数量
- 7.2.2 整合方式
 - (1) 淘汰小企业
 - (2) 大企业兼并小企业
 - (3) 区域性的强强联合
 - (4) 集团内部整合
- 7.2.3 可能的操作方式
- 7.2.4 短期目标
- 7.2.5 长期目标

7.3 婴幼儿奶粉行业投资特性分析

- 7.3.1 婴幼儿奶粉行业进入壁垒分析
- 7.3.2 婴幼儿奶粉行业盈利因素分析
- 7.3.3 婴幼儿奶粉行业投资机会分析

7.4 前瞻关于婴幼儿奶粉行业的投资建议

- 7.4.1 前瞻关于婴幼儿奶粉行业的投资方向建议
- 7.4.2 前瞻关于婴幼儿奶粉行业的投资方式建议
- 7.4.3 前瞻关于婴幼儿奶粉行业的产品创新建议
- 7.4.4 前瞻关于婴幼儿奶粉行业的营销模式建议

图表目录

- 图表1: 中国婴幼儿奶粉行业经营效益分析
图表2: 中国婴幼儿奶粉行业盈利能力分析
图表3: 中国婴幼儿奶粉行业运营能力分析
图表4: 中国婴幼儿奶粉行业偿债能力分析
图表5: 中国婴幼儿奶粉行业发展能力分析
图表6: 婴幼儿奶粉行业总产值分析
图表7: 婴幼儿奶粉行业销售产值分析
图表8: 婴幼儿奶粉行业销售收入分析
图表9: 全国婴幼儿奶粉行业产销率分析
图表10: 婴幼儿奶粉进口市场规模分析
图表11: 婴幼儿奶粉出口市场规模分析
图表12: 2001-2015年中国新生婴幼儿数量统计
图表13: 国内婴幼儿奶粉口碑指数排名
图表14: 国内外婴幼儿奶粉品牌出现涨价潮
图表15: 国内主要婴幼儿奶粉厂商注册配方数量
图表16: 国内主要婴幼儿奶粉厂商产品系列数量
图表17: 国内主要婴幼儿奶粉厂商产品系列数量
图表18: 2010-2015年我国饲料产量变化 (单位: 万吨, %)
图表19: 2014-2015年排名靠前省份饲料产量占全国的比重 (单位: %)
图表20: 2010-2015年我国香料市场规模增长情况 (单位: 万元, %)
图表21: 我国主要食品添加剂市场现状
图表22: 2004-2015年我国奶牛存栏量及增速情况 (单位: 万头, %)
图表23: 2014-2015年我国奶牛存栏量区域分布情况 (单位: %)
图表24: 2014-2015年我国奶牛存栏量前十大省份 (单位: 万头)
图表25: 2007-2015年我国奶牛存栏量规模化养殖比重 (单位: %)
图表26: 2004-2015年我国原奶产量及增速情况 (单位: 万吨, %)
图表27: 2010-2015年我国主产区原奶价格变动情况 (单位: 元/公斤)
图表28: 散养手工挤奶与规模化养殖机械挤奶效果比较 (单位: %, 万个/毫升)
图表29: 我国不同奶粉包装占比情况 (单位: %)
图表30: 国内奶粉行业的平均毛利率分析
图表31: 国内主要奶粉企业纯湿法生产线占比
图表32: 国内外奶粉终端零售价格比较
图表33: 2014-2015年国内婴幼儿奶粉产能情况
图表34: 2016-2021年婴幼儿奶粉的需求量预测
图表35: 主要国产奶粉的产品系列分析
图表36: 国内主要婴幼儿奶粉生产商的进口品牌系列
图表37: 2015年全国累计进口婴幼儿乳粉同比增长率
图表38: 传统经销模式的利润比例
图表39: 海外奶粉传统模式各渠道利润比例
图表40: 2014-2015年线上奶粉销量价格段分布
图表41: 国内主要的母婴电商平台
图表42: 婴幼儿奶粉线上交易规模
图表43: 电子商务市场规模增速
图表44: 线上购买奶粉的主力消费者年龄分析
图表45: 国内主要婴幼儿奶粉生产商的电商渠道布局
图表46: 我国婴幼儿奶粉行业市场占有率
图表47: 美国婴幼儿奶粉行业市场占有率
图表48: 德国婴幼儿奶粉行业市场占有率
图表49: 新西兰婴幼儿奶粉行业市场占有率
图表50: 日本婴幼儿奶粉行业市场占有率
图表51: 内蒙古伊利实业集团股份有限公司经济指标分析
图表52: 内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析
图表53: 内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析

- 图表54: 内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析
图表55: 内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析
图表56: 光明乳业股份有限公司经济指标分析
图表57: 光明乳业股份有限公司盈利能力分析
图表58: 光明乳业股份有限公司运营能力分析
图表59: 光明乳业股份有限公司偿债能力分析
图表60: 光明乳业股份有限公司发展能力分析
图表61: 上海惠氏营养品有限公司经济指标分析
图表62: 上海惠氏营养品有限公司盈利能力分析
图表63: 上海惠氏营养品有限公司运营能力分析
图表64: 上海惠氏营养品有限公司偿债能力分析
图表65: 上海惠氏营养品有限公司发展能力分析
图表66: 多美滋婴幼儿食品有限公司经济指标分析
图表67: 多美滋婴幼儿食品有限公司盈利能力分析
图表68: 多美滋婴幼儿食品有限公司运营能力分析
图表69: 多美滋婴幼儿食品有限公司偿债能力分析
图表70: 多美滋婴幼儿食品有限公司发展能力分析
图表71: 双城雀巢有限公司经济指标分析
图表72: 双城雀巢有限公司盈利能力分析
图表73: 双城雀巢有限公司运营能力分析
图表74: 双城雀巢有限公司偿债能力分析
图表75: 双城雀巢有限公司发展能力分析
图表76: 雅士利国际集团有限公司经济指标分析
图表77: 雅士利国际集团有限公司盈利能力分析
图表78: 雅士利国际集团有限公司运营能力分析
图表79: 雅士利国际集团有限公司偿债能力分析
图表80: 雅士利国际集团有限公司发展能力分析
图表81: 圣元营养食品有限公司经济指标分析
图表82: 圣元营养食品有限公司盈利能力分析
图表83: 圣元营养食品有限公司运营能力分析
图表84: 圣元营养食品有限公司偿债能力分析
图表85: 圣元营养食品有限公司发展能力分析
图表86: 美赞臣营养品(中国)有限公司经济指标分析
图表87: 美赞臣营养品(中国)有限公司盈利能力分析
图表88: 美赞臣营养品(中国)有限公司运营能力分析
图表89: 美赞臣营养品(中国)有限公司偿债能力分析
图表90: 美赞臣营养品(中国)有限公司发展能力分析
图表91: 北京三元食品股份有限公司经济指标分析
图表92: 北京三元食品股份有限公司盈利能力分析
图表93: 北京三元食品股份有限公司运营能力分析
图表94: 北京三元食品股份有限公司偿债能力分析
图表95: 北京三元食品股份有限公司发展能力分析
图表96: 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司经济指标分析
图表97: 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司盈利能力分析
图表98: 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司运营能力分析
图表99: 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司偿债能力分析
图表100: 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司发展能力分析
图表101: 全面放开二胎后新生儿数量测算
图表102: 全面放开二胎带来的市场增量
图表103: 2016-2021年国产奶粉品牌市场增量预测
图表104: 2016-2021年外资奶粉品牌市场增量预测

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！