

2018-2023年中国孕妇奶粉 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国孕妇奶粉市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/493271GO47.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-12-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国孕妇奶粉市场分析与投资前景研究报告》介绍了孕妇奶粉行业相关概述、中国孕妇奶粉产业运行环境、分析了中国孕妇奶粉行业的现状、中国孕妇奶粉行业竞争格局、对中国孕妇奶粉行业做了重点企业经营状况分析及中国孕妇奶粉产业发展前景与投资预测。您若想对孕妇奶粉产业有个系统的了解或者想投资孕妇奶粉行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

孕妇奶粉是低乳糖孕妇配方奶粉，富含叶酸、唾液酸SA、亚麻酸、亚油酸、铁质、锌质、钙质和维生素B12等营养素，含多种维生素和矿物质，可以提供孕妇及胎儿所需的营养素，计划怀孕和哺乳期妇女同样实用。

随着中国乳业的迅速发展，产品结构发生很大的变化，已成为技术装备先进、产品品种较为齐全、初具规模的现代化食品制造业，随着中国人民生活水平的逐渐提高，乳制品消费市场会不断扩大并趋于成熟，中国将成为世界上乳制品消费最大的潜在市场。

从我国人均乳制品消费量来看，我国乳制品消费量远未达到饱和状态。我国人均乳品消费量与其他乳制品消费大国如印度、美国和欧洲差距巨大。即使是饮食习惯较为相近的日本和韩国，人均消费量也是我国的2倍左右;其他发展中国家如巴西、南非和墨西哥的人均消费量是我国的3倍左右。很显然，我国人均乳制品消费偏低，我国乳制品的市场空间依旧巨大。尤其是在农村市场，农村人均乳制品消费量不到城镇的一半。未来随着收入倍增计划的实施，农村人均消费量的提升幅度将较为明显。

据博思数据发布的《2018-2023年中国孕妇奶粉市场分析与投资前景研究报告》表明：2016年我国乳制品产量达2993.2万吨，累计增长7.7%。

			指标		2016年12月	
			2016年11月	2016年10月	2016年9月	2016年8月
			2016年7月			
乳制品产量_当期值(万吨)			279.8	269.8	265.4	270.7
			255.1	255.6		
乳制品产量_累计值(万吨)			2993.2	2729.3	2459.9	2195.6
			1970.7	1719.9	乳制品产量_同比增长(%)	
			10.8	10.9	7.4	
			7.1	7.1	10.8	乳制品产量_累计增长(%)
			7.7	7.5	7.5	
			7.5	9.8	10.6	

报告目录：

第一章 中国孕妇奶粉行业概况

第一节 中国孕妇奶粉概述

- 一、孕妇奶粉的定义
- 二、孕妇奶粉的特点
- 三、孕妇奶粉的发展历程

第二节 孕妇奶粉的作用

- 一、补充叶酸
- 二、缓解孕期不适
- 三、促进胎儿大脑发育
- 四、同样适合哺乳期的妈咪

第三节 孕妇喝孕妇奶粉的必要性

第二章 2016年国际孕妇奶粉行业发展分析

第一节 国际孕妇奶粉发展概述

- 一、世界孕妇奶粉行业发展现状分析
- 二、全球孕妇奶粉行业发展特点
- 三、全球孕妇奶粉发展动向
- 四、全球孕妇奶粉发展潜力

第二节 2016年国际部分国家孕妇奶粉发展现状分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧洲

第三节 2017-2023年国际孕妇奶粉发展趋势分析

第四节 2016年国际孕妇奶粉部分企业现状分析

- 一、新西兰安满
- 二、美国美赞臣
- 三、新加坡雅培
- 四、美国惠氏
- 五、荷兰多美滋
- 六、瑞士雀巢
- 七、澳洲明治
- 八、澳洲澳优

第三章 2016年中国孕妇奶粉行业经济环境分析

第一节 2016年中国宏观经济环境分析

- 一、中国gdp分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2016年中国孕妇奶粉行业政策环境分析

- 一、孕妇奶粉政府出台相关政策分析
- 二、孕妇奶粉产业发展标准分析
- 三、孕妇奶粉进出口政策分析

第三节 2016年中国孕妇奶粉行业社会环境分析

第四章 2016年中国孕妇奶粉行业发展现状分析

第一节 2016年中国孕妇奶粉行业发展现状

- 一、孕妇奶粉行业品牌发展现状
- 二、孕妇奶粉行业消费市场现状
- 三、孕妇奶粉市场消费层次分析
- 四、孕妇乳品将成奶粉市场新增长点

第二节 2016年中国孕妇奶粉产品技术分析

- 一、孕妇奶粉产品技术变化特点
- 二、孕妇奶粉产品市场的新技术
- 三、孕妇奶粉产品市场现状分析

第三节 中国外孕妇奶粉行业的冲击分析

- 一、国外企业争夺中国奶粉市场情况
- 二、中国奶粉市场逐渐被外国品牌占领
- 三、洋品牌调动全球能量抢占市场
- 四、欧洲洋奶粉向本土化发展
- 五、法国合生元欲进军中国高端奶粉市场
- 六、韩国每日乳业高端奶粉进入我国市场
- 七、美国原产旭贝尔奶粉布局中国高端市场

八、洋奶粉雄霸国内市场给国产品牌的启示

第四节 2016年对中国孕妇奶粉市场的分析及思考

- 一、孕妇奶粉市场特点
- 二、孕妇奶粉市场调研
- 三、孕妇奶粉市场变化的方向
- 四、中国孕妇奶粉行业发展的新思路
- 五、对中国孕妇奶粉行业发展的思考

第五章 2016年对中国孕妇奶粉行业市场调研

第一节 2016年对中国孕妇奶粉市场规模分析

- 一、2014-2016年孕妇奶粉行业市场规模及增速
- 二、孕妇奶粉行业市场饱和度
- 三、国内外经济形势对孕妇奶粉行业市场规模的影响
- 四、2017-2023年孕妇奶粉行业市场规模及增速预测

第二节 2016年对中国孕妇奶粉市场结构分析

第三节 2016年对中国孕妇奶粉市场特点分析

- 一、孕妇奶粉行业所处生命周期
- 二、技术变革与行业革新对孕妇奶粉行业的影响
- 三、孕妇奶粉差异化分析

第四节 中国孕妇奶粉市场动态分析

- 一、经济市场瞄准“准妈妈市场”;
- 二、婴幼儿奶粉市场日渐饱和孕妇乳品将成新增长点
- 三、孕妇奶粉与普通奶粉的区别
- 四、孕妇奶粉市场升温蒙牛三元伊利圣元加大投资
- 五、澳优奶粉爱达力孕产妇奶粉上市倡导“平衡营养双吸收”;
- 六、济南孕妇营养很重要挑选奶粉有门道
- 七、孕妇奶粉市场升温，国产品牌应加快产品结构调整
- 八、益生元膳食纤维十二五孕妇奶粉健康新亮点

第六章 中国孕妇奶粉市场价格走势分析

第一节 孕妇奶粉价格综述

- 一、国家发改委:稳定婴幼儿奶粉价格

- 二、美赞臣奶粉逐步换装并上调价格
- 三、进口奶粉原料价格“跳水”跌一半

第二节 华北地区孕妇奶粉价格分析

- 一、河北省孕妇奶粉价格分析
- 二、北京孕妇奶粉市场价格波动情况
- 三、天津孕妇奶粉生产保持价格稳定

第三节 华东地区孕妇奶粉价格分析

- 一、上海进口奶粉酝酿价格上调
- 二、杭州上调奶粉价格
- 三、南京奶粉市场价格稳定
- 四、江苏建立婴幼儿奶粉价格应急监测日报制度
- 五、临沂市婴幼儿奶粉价格稳定
- 六、山东潍坊保证婴儿奶粉价格稳定
- 七、江西婴幼儿奶粉价格未现异常

第四节 中南地区孕妇奶粉价格分析

- 一、广州暂不干预奶粉价格
- 二、湖南省孕妇奶粉价格基本平稳
- 三、南宁市进口奶粉价格平稳货源充足
- 四、深圳密切监控进口孕妇奶粉价格
- 五、郑州市场孕妇奶粉价格保持稳定

第五节 西南地区孕妇奶粉价格分析

- 一、四川资阳市孕妇奶粉市场价格稳定
- 二、成都进口孕妇奶粉价格上涨
- 三、云南奶粉出口下降约4成

第六节 西北地区孕妇奶粉价格分析

- 一、陕西孕妇奶粉价格略涨
- 二、新疆实行孕妇奶粉价格日报制
- 三、呼和浩特市场孕妇奶粉价格稳定
- 四、青海西宁孕妇奶粉价格保持稳定
- 五、甘肃孕妇奶粉价格未涨
- 六、西藏自治区孕妇奶粉市场价格稳定

第七章 2016年中国孕妇奶粉市场营销解析

第一节 中国孕妇奶粉市场营销现状分析

- 一、中外孕妇奶粉市场营销大打“奶源”牌
- 二、国产孕妇奶粉的畸形营销分析
- 三、洋奶粉发起早教营销从产品竞争到服务营销

第二节 国产孕妇奶粉品牌营销分析

- 一、国产孕妇奶粉品牌的困境
- 二、中心城市突破需转变观念
- 三、消费者教育与口碑传播的营销策略

第三节 孕妇奶粉行业4p组合营销分析

第四节 孕妇奶粉市场协同营销分析

- 一、厂商急待破局营销
- 二、协同营销拯救困境中的厂商
- 三、创新品类是建立协同的前提
- 四、协同营销整合单兵作战的个体
- 五、具体协同措施

第五节 配方奶粉四小龙市场营销分析

- 一、现状：四小龙市场各有千秋
- 二、建议：继续提升产品力和品牌力

第八章 2016年中国孕妇奶粉行业消费者分析

第一节 2016年中国孕妇奶粉消费者偏好分析

- 一、产品价格偏好
- 二、产品质量
- 三、产品品牌与厂商偏好

第二节 2016年中国孕妇奶粉行业消费者行为分析

- 一、消费者购买孕妇奶粉产品的地点
- 二、影响消费者购买孕妇奶粉产品的因素
- 三、消费者购买孕妇奶粉产品时关注的问题

第三节 2016年中国孕妇奶粉消费者对品牌的认知度分析

- 一、消费者主要关注的品牌
- 二、消费者对品牌的认识渠道

第四节 中国孕妇奶粉产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同地区的消费者偏好调查

第九章 2014-2016年中国孕妇奶粉行业生产分析

第一节 2014-2016年中国孕妇奶粉生产总量分析

一、2014-2016年孕妇奶粉行业生产总量及增速

二、2014-2016年孕妇奶粉行业产能及增速

三、国内外经济形势对孕妇奶粉行业生产的影响

四、2017-2023年孕妇奶粉行业生产总量及增速预测

第二节 2014-2016年中国孕妇奶粉子行业生产分析

第三节 2014-2016年中国孕妇奶粉细分区域生产分析

第四节 2014-2016年中国孕妇奶粉行业供需平衡分析

一、孕妇奶粉行业供需平衡现状

二、国内外经济形势对孕妇奶粉行业供需平衡的影响

三、孕妇奶粉行业供需平衡趋势预测

第十章 中国孕妇奶粉业竞争新格局分析

第一节 中国孕妇奶粉市场的竞争总况

一、“滚雪球”效应使竞争集中

二、高端市场成为关键

三、三鹿奶粉事件将影响国内中低档奶粉企业竞争格局

第二节 三聚氰氨事件后中国孕妇奶粉行业的未来格局分析

一、外资品牌仍处高端塔尖，尽享黄金利润

二、国内品牌将两极分化，马太效应充分显现

三、营销模式新突破，品牌企业受益最大

第三节 中国孕妇奶粉业的竞争策略分析

一、市场竞争激烈，民族品牌亟待突围

二、标准化建设提升企业综合竞争力

三、做大标准化平台，共迎民族产业春天

第四节 2017-2023年中国孕妇奶粉业竞争趋势分析

第十一章 2016年中国孕妇奶粉部分企业发展现状分析

第一节 伊利乳业集团

第二节 蒙牛乳业集团

第三节 杭州贝因美集团有限公司

第四节 圣元国际集团有限公司

第五节 黑龙江省完达山股份有限公司

第六节 黑龙江摇篮乳业股份有限公司

第七节 陕西红星乳业有限责任公司

第八节 黑龙江飞鹤乳业有限公司

第九节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司

第十节 北京三元食品股份有限公司

第十一节 黑龙江雅士利乳业有限公司

第十二节 黑龙江乳业集团

第十三节 哈尔滨太子乳品工业有限公司

第十四节 黑龙江飞鹤乳业有限公司

第十五节 广州思贝瑞拉母婴用品有限公司

第十六节 澳优奶粉股份有限公司

第十七节 广州市合生元生物制品有限公司

第十二章 2016年中国连锁超市行业发展总体分析

第一节 2016年中国连锁超市行业发展综述

一、中国连锁超市行业发展历程

二、中国连锁超市行业发展特点

三、中国连锁超市企业的经营模式

四、中国连锁超市经营中存在的问题

五、制约中国连锁超市产业发展的因素

第二节 2016年中国连锁超市行业发展现状分析

一、中国连锁超市行业处于快速成长期

二、中国连锁超市自有品牌发展现状分析

三、中国连锁超市供应链管理现状分析

四、中国连锁超市行业市场区隔分析

五、中国连锁超市行业渠道渗透分析

六、中国连锁超市企业扩张模式分析

七、中国连锁超市行业盈利情况分析

第三节 2016年外资超市在中国发展状况分析

一、外资超市在我国的发展历程

二、外资超市的扩张特点分析

三、外资超市业态多元化趋势

四、外资超市进入中国的必然性分析

五、外资超市扩张障碍分析

第四节 2016年中国连锁超市行业发展规模分析

一、2016年中国连锁零售业经营规模分析

二、中国连锁超市规模化发展

三、2016年中国超市行业发展规模分析

四、中国连锁超市行业并购频繁

第十三章 2016年中国连锁超市主要区域市场调研

第一节 2016年北京市连锁超市行业运行状况

一、北京连锁超市行业经济环境分析

二、北京连锁超市行业发展状况

三、北京连锁超市行业发展特点

四、北京连锁超市竞争格局分析

五、北京连锁超市进村百姓享实惠

第二节 2016年上海市连锁超市行业运行状况

一、上海连锁超市行业经济环境分析

二、上海连锁超市发展的个阶段

三、上海连锁超市兴起和发展的原因

四、上海连锁超市竞争格局分析

五、上海连锁超市发展趋势及对策

第三节 2016年深圳市连锁超市行业运行状况

一、深圳连锁超市行业经济环境分析

二、深圳连锁零售行业发展迅猛

三、深圳连锁零售业的发展优势

四、深圳连锁超市竞争格局分析

五、深圳超市业在转型中繁荣发展

第四节 2016年重庆市连锁超市行业运行状况

一、重庆连锁超市行业经济环境分析

二、重庆连锁超市行业发展特点

三、重庆连锁超市竞争格局分析

第五节 2016年成都市连锁超市行业运行状况

一、成都连锁超市行业经济环境分析

二、成都大型综合超市竞争格局分析

三、成都地区社区超市竞争格局分析

四、成都市连锁超市行业发展动态

第六节 2016年武汉市连锁超市行业运行状况

一、武汉连锁超市行业经济环境分析

二、武汉市连锁超市发展规模分析

三、武汉连锁超市竞争格局分析

第七节 2016年天津市连锁超市行业运行状况

一、天津连锁超市行业经济环境分析

二、天津市连锁超市行业存在的问题

三、天津连锁超市竞争格局分析

第八节 其他地区连锁超市发展分析

一、长沙超市市场调研

二、江苏省批发零售业情况

三、杭州乡镇连锁超市覆盖率分析

四、2016年武汉超市高端战愈演愈烈

五、2016年山西省大型超市发展情况

六、2016年吉林中东集团进军超市业

第十四章 2017-2023年中国孕妇奶粉产品发展趋势预测分析

第一节 2017-2023年中国孕妇奶粉产品发展趋势预测分析

一、2017-2023年中国孕妇奶粉产品供给预测分析

二、2017-2023年中国孕妇奶粉产品需求预测分析

三、2017-2023年中国孕妇奶粉产品竞争格局展望预测

第二节 2017-2023年中国孕妇奶粉产品市场盈利预测研究

一、资产利润率走势预测

二、销售利润率走势预测

三、成本费用利润率走势预测

第三节 2017-2023年中国孕妇奶粉产品未来发展预测研究

第四节 2017-2023年中国孕妇奶粉产品投资前景研究专家研究

第十五章 2017-2023年中国孕妇奶粉行业发展趋势及策略分析

第一节 2017-2023年中国孕妇奶粉品牌的战略机会点选择分析

一、发现行业突破机会点

1、高端奶粉市场空间较大

2、婴幼儿配方奶粉前景广阔

3、农村市场前景广阔

二、孕妇奶粉品牌的战略机会点选择

第二节 2017-2023年中国孕妇奶粉市场发展趋势探析

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

四、孕妇奶粉的未来市场前景

第三节 2017-2023年中国孕妇奶粉的发展趋势分析

一、国产孕妇奶粉企业的压力

二、国产奶粉企业网络销售的机遇

三、网络销售开展的对策

第四节 2017-2023年中国孕妇奶粉配方奶粉策略

一、加强品牌推广

二、知识营销与产品营销相结合

三、加强渠道建设

四、加强服务

第五节 2017-2023年中国孕妇奶粉企业走向高端市场策略分析

图表目录：

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业市场规模及增速

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业重点企业市场份额

图表：2016年中国孕妇奶粉行业区域结构

图表：2016年中国孕妇奶粉行业渠道结构

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业需求总量

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业需求集中度

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业需求增长速度

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业市场饱和度

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业供给总量

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业供给增长速度

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业供给集中度

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业销售量

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业库存量

图表：2016年中国孕妇奶粉行业企业区域分布

图表：2016年中国孕妇奶粉行业销售渠道分布

图表：2016年中国孕妇奶粉行业主要代理商分布

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业产品价格走势

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业利润及增长速度

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业销售毛利率

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业销售利润率

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业总资产利润率

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业净资产利润率

图表：2014-2016年中国孕妇奶粉行业产值利税率

图表：2016年中国孕妇奶粉行业投资项目数量

图表：2016年中国孕妇奶粉行业投资项目列表

图表：2016年中国孕妇奶粉行业投资需求关系

图表：2017-2023年中国孕妇奶粉行业市场规模及增速预测

图表：2017-2023年中国孕妇奶粉行业需求总量预测

图表：2017-2023年中国孕妇奶粉行业供给量预测

图表：2017-2023年中国孕妇奶粉行业产品价格趋势

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/493271GO47.html>