

# 2015-2022年中国奶粉市场 现状分析及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2022年中国奶粉市场现状分析及投资前景研究报告》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/qitashipin1509/O62853793J.html>

【报告价格】纸介版元 电子版元 纸介+电子元

【出版日期】2015-09-09

【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《2015-2022年中国奶粉市场现状分析及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了奶粉的定义、分类、发展历程等，接着分析了中国乳制品行业和国内外奶粉行业的现状，然后具体介绍了婴幼儿奶粉、大包装奶粉、孕妇奶粉、中老年奶粉的发展。随后，报告对奶粉市场做了价格变动分析、行业竞争分析、营销分析和进出口分析，最后分析了国际国内知名奶粉企业的发展状况。

众所周知，中国庞大的奶粉市场一直为国外品牌所垄断，特别是在高端市场，洋品牌占据绝对的优势。同时，国外知名奶粉品牌在发达城市明显领先，占有绝对的领导地位。

近年我国奶粉市场稳定发展，2012年我国奶粉产量为136.50万吨，进口量为572875.19吨，出口量为9702.58吨。另外，我国36大中城市居民平均奶粉消费量为0.59千克/人，消费金额为85.59元/人。2013年国内婴幼儿配方乳粉生产销售取得了较好成绩，全国有规模以上乳粉生产企业208家，乳粉产量约150万吨，比上年增长7.09%。其中婴幼儿配方乳粉生产企业为128家，产量约为万吨，比上年增长15%左右；进口量约为12万吨，比上年增长36.3%。2014年1-11月我国进口奶粉量达到88.4万吨，同比增加20.25%，进口额为43.12亿美元，同比增加44.09%。

2013年5月1日，国家质检总局发布的新版《进出口乳品检验检疫监督管理办法》已开始实施，该办法对包括婴幼儿奶粉在内的进口乳品提高了检疫门槛，将进一步规范进口占大份额的婴幼儿奶粉市场。2013年12月28日国家食品药品监管总局发布了《关于进一步加强婴幼儿配方乳粉销售监督管理工作的通知》，进一步规范婴幼儿配方奶粉市场。2014年6月13日，国务院办公厅正式发布《推动婴幼儿配方乳粉企业兼并重组工作方案》，工信部牵头的婴幼儿配方奶粉行业整合拉开大幕。

中国奶粉市场有着巨大的发展空间，我国每年新增婴幼儿1000多万，奶粉产品刚性需求较大，市场规模将会稳健增长。未来中国有望成为全球最大的高端婴幼儿奶粉市场。

## 报告目录：

### 第一章 奶粉的概述

#### 1.1 奶粉简介

- 1.1.1 奶粉的定义
- 1.1.2 奶粉的分类
- 1.1.3 奶粉发展历程
- 1.1.4 功能奶粉介绍
- 1.2 全脂奶粉
  - 1.2.1 全脂奶粉的定义
  - 1.2.2 全脂奶粉的配制
  - 1.2.3 全脂奶粉的制作及质量标准
- 1.3 婴幼儿奶粉
  - 1.3.1 婴幼儿奶粉的定义
  - 1.3.2 婴幼儿奶粉的分类
  - 1.3.3 婴幼儿奶粉的营养特点
  - 1.3.4 婴儿奶粉技术发展进程

## 第二章 2013-2015年中国乳制品行业分析

- 2.1 中国乳制品行业发展综述
  - 2.1.1 中国乳制品行业供需状况
  - 2.1.2 中国乳制品市场集中度状况
  - 2.1.3 中国乳制品行业的进入退出壁垒解析
  - 2.1.4 我国乳制品市场特点及机会分析
- 2.2 2013-2015年中国乳制品行业分析
  - 2.2.1 2013年中国乳制品行业运行状况分析
  - 2.2.2 2014年中国乳制品行业发展状况
  - 2.2.3 2015年中国乳制品业运行分析
- 2.3 中国乳制品行业发展中的问题
  - 2.3.1 我国乳制品生产存在的主要问题
  - 2.3.2 我国乳制品行业亟需改善的主要问题
  - 2.3.3 我国乳制品企业面临的三大挑战
  - 2.3.4 中国乳制品行业成本压力加大
- 2.4 中国乳制品行业的发展策略
  - 2.4.1 我国乳制品行业发展战略
  - 2.4.2 推动乳制品消费的主要策略

- 2.4.3 二线乳品企业的突围战略浅析
- 2.5 乳制品行业投资风险及建议
  - 2.5.1 经营风险
  - 2.5.2 行业风险
  - 2.5.3 市场风险
  - 2.5.4 乳企应对潜在经济风险对策分析
- 2.6 乳制品行业发展趋势及前景预测
  - 2.6.1 中国乳制品消费市场发展展望
  - 2.6.2 “十三五”期间我国乳制品行业发展目标与方向

### 第三章 2012-2015年奶粉行业发展分析

- 3.1 世界奶粉行业发展概况
  - 3.1.1 国际全脂奶粉市场供需状况
  - 3.1.2 美国奶粉出口保持快速增长
  - 3.1.3 欧盟脱脂奶粉出口保持良好势头
- 3.2 2013-2015年中国奶粉行业发展状况
  - 3.2.1 中国奶粉市场发展现状阐述
  - 3.2.2 我国奶粉行业进入全面升级阶段
  - 3.2.3 2013年中国奶粉市场动作频频
  - 3.2.4 2013-2015年中国奶粉产量增长状况
  - 3.2.5 中国奶粉行业的SWOT分析
- 3.3 2013-2015年中国城市居民奶粉消费数据统计
  - 3.3.1 2013年大中城市居民奶粉消费状况
  - 3.3.2 2014年大中城市居民奶粉消费状况
  - 3.3.3 2015年大中城市居民奶粉消费状况
- 3.4 2012-2015年中国奶粉业相关政策解读
  - 3.4.1 婴幼儿配方乳粉生产门槛提高
  - 3.4.2 新乳品安全国家标准解读
  - 3.4.3 国家规范母乳代用品营销行为
  - 3.4.4 2012年婴幼儿奶粉进口关税调整情况
  - 3.4.5 2012年卫生部规定婴幼儿配方食品禁添牛初乳
  - 3.4.6 2013年我国提高婴幼儿奶粉的进口门槛

- 3.4.7 2014年我国出台进口婴幼儿奶粉新规
- 3.5 2013-2015年奶粉市场品牌分析
  - 3.5.1 中国奶粉市场品牌简况
  - 3.5.2 2013年中国奶粉市场品牌关注度分析
  - 3.5.3 2014年中国奶粉市场品牌关注度分析
  - 3.5.4 2015年中国奶粉市场品牌关注度分析
- 3.6 中国奶粉行业发展的问题及对策
  - 3.6.1 中国奶粉行业存在的根本问题
  - 3.6.2 中国进口奶粉市场混乱
  - 3.6.3 民族奶粉业的市场突围策略分析
  - 3.6.4 农村奶粉市场开拓攻略
- 3.7 中国奶粉市场发展前景预测
  - 3.7.1 农村奶粉市场发展潜力巨大
  - 3.7.2 中国羊奶粉市场发展前景分析
  - 3.7.3 2015-2022年中国奶粉行业前景预测分析

#### 第四章 2013-2015年婴幼儿奶粉市场分析

- 4.1 婴幼儿奶粉市场发展概况
  - 4.1.1 中国婴幼儿奶粉市场发展状况
  - 4.1.2 中国婴幼儿奶粉需求分析
  - 4.1.3 中国二三线市场婴幼儿奶粉发展分析
  - 4.1.4 我国婴幼儿奶粉市场格局展望
- 4.2 2013-2015年中国婴幼儿奶粉市场发展分析
  - 4.2.1 2013年我国婴幼儿奶粉市场发展现状
  - 4.2.2 2014年婴幼儿奶粉市场发展分析
  - 4.2.3 2015年婴幼儿奶粉市场发展动态
- 4.3 中国婴幼儿奶粉消费市场调查分析
  - 4.3.1 消费环境评价
  - 4.3.2 品牌占有率
  - 4.3.3 品牌信誉度
  - 4.3.4 品牌的知晓途径
  - 4.3.5 消费行为偏好

- 4.3.6 消费购买渠道浅析
- 4.3.7 消费者购买包装类型
- 4.3.8 消费者营养成分的了解
- 4.4 2013-2015年中高端婴幼儿配方奶粉市场剖析
  - 4.4.1 开发中高档婴幼儿配方奶粉市场需求分析
  - 4.4.2 中高档婴幼儿配方奶粉的消费特征
  - 4.4.3 中高端婴幼儿奶粉品牌格局
  - 4.4.4 国内企业发力高端婴幼儿配方奶粉市场
  - 4.4.5 高端婴幼儿奶粉市场发展现状
  - 4.4.6 开发中高档婴幼儿配方奶粉的方法
- 4.5 婴幼儿奶粉市场存在的问题及对策
  - 4.5.1 婴幼儿奶粉市场存在的主要问题
  - 4.5.2 中国婴儿奶粉行业的发展策略
  - 4.5.3 开发高端婴幼儿奶粉市场的对策

## 第五章 2013-2015年其他类型奶粉市场分析

- 5.1 大包装奶粉
  - 5.1.1 中国大包装奶粉市场发展浅析
  - 5.1.2 大包装奶粉发展面临的机遇
- 5.2 孕妇奶粉
  - 5.2.1 孕妇奶粉的概念及作用
  - 5.2.2 中国孕妇奶粉市场发展分析
  - 5.2.3 孕妇奶粉发展潜力巨大成为新竞争热点
  - 5.2.4 孕妇奶粉市场发展前景
- 5.3 中老年人奶粉
  - 5.3.1 中老年奶粉基本概述
  - 5.3.2 中老年奶粉渐成市场热点
  - 5.3.3 助肠道健康的中老年奶粉受市场青睐
  - 5.3.4 中老年奶粉的销售渠道简况
  - 5.3.5 中老年奶粉市场发展潜力分析

## 第六章 2012-2015年奶粉市场价格分析

- 6.1 2012-2015年奶粉市场价格综述
  - 6.1.1 2012年我国奶粉市场价格简况
  - 6.1.2 2012年洋奶粉再续涨价潮
  - 6.1.3 2014年中国进口奶粉价格简况
  - 6.1.4 2015年中国进口奶粉价格状况
- 6.2 华东奶粉市场
  - 6.2.1 高价奶粉抢滩济南市场
  - 6.2.2 青岛市场洋奶粉提价
  - 6.2.3 潍坊奶粉市场涨跌不一
  - 6.2.4 南京奶粉市场价格行情
  - 6.2.5 杭州品牌奶粉上涨情况
- 6.3 华北奶粉市场
  - 6.3.1 北京市场洋奶粉悄然提价
  - 6.3.2 2014年太原奶粉市场价格动向
  - 6.3.3 2015年天津奶粉价格波动状况
- 6.4 中南奶粉市场
  - 6.4.1 2013年郑州市奶粉价格行情简析
  - 6.4.2 2014年广州市场奶粉价格行情分析
  - 6.4.3 2015年深圳奶粉市场价格行情动态
- 6.5 西部奶粉市场
  - 6.5.1 2013年重庆奶粉市场价格状况
  - 6.5.2 2014年昆明进口奶粉价格高位运行
  - 6.5.3 2015年兰州奶粉价格动态
- 6.6 东北奶粉市场
  - 6.6.1 长春市场国产奶粉调价情况
  - 6.6.2 大庆市奶粉价格普涨一成左右
  - 6.6.3 2012年沈阳奶粉市场价格上涨状况

## 第七章 2013-2015年奶粉业竞争分析

- 7.1 中国奶粉业竞争概述
  - 7.1.1 行业内竞争强度
  - 7.1.2 新进入者对行业竞争程度的影响



- 7.1.3 来自替代品的竞争
- 7.1.4 供应商的议价能力
- 7.1.5 购买者的议价能力
- 7.2 中国奶粉市场的竞争格局
  - 7.2.1 奶源管理成为奶粉业竞争焦点
  - 7.2.2 中外奶粉企业争抢中端奶粉市场份额
  - 7.2.3 超高端奶粉市场成为新竞争焦点
  - 7.2.4 2015年中国奶粉市场竞争加剧
- 7.3 婴幼儿奶粉市场竞争分析
  - 7.3.1 国际知名品牌进军中国婴幼儿奶粉市场
  - 7.3.2 影响婴幼儿奶粉市场的竞争因素
  - 7.3.3 我国婴幼儿奶粉市场竞争局势解析
- 7.4 中国奶粉业的竞争策略
  - 7.4.1 奶粉竞争格局下的出路探讨
  - 7.4.2 奶粉“供应链”竞争策略
  - 7.4.3 提升奶粉市场竞争力的关键因素
  - 7.4.4 新进奶粉品牌的竞争战略选择

## 第八章 奶粉的营销分析

- 8.1 奶粉营销的要素与模式
  - 8.1.1 奶粉市场营销中的要素
  - 8.1.2 高档奶粉营销运作模式简述
  - 8.1.3 婴幼儿奶粉市场营销模式
  - 8.1.4 中国奶粉市场网络营销剖析
- 8.2 中外奶粉品牌城市营销的对比简析
  - 8.2.1 国产婴幼儿奶粉品牌的困境
  - 8.2.2 中心城市的突破需要转变观念
  - 8.2.3 消费者教育与口碑传播的营销策略
- 8.3 婴幼儿奶粉中的4P营销分析
  - 8.3.1 产品开发是第一要素
  - 8.3.2 价格 and 价值的审视
  - 8.3.3 营销渠道是一大关键点

- 8.3.4 促销手段扩大知名度
- 8.3.5 “需求”才是营销的中心
- 8.3.6 奶粉新营销组合因素的产生和发展
- 8.4 奶粉营销中的问题及策略
  - 8.4.1 奶粉营销中存在的问题
  - 8.4.2 奶粉品牌在农村市场的营销对策
  - 8.4.3 从三鹿奶粉事件探讨企业危机营销方案
- 8.5 品牌奶粉营销案例分析
  - 8.5.1 雀巢奶粉的视频营销
  - 8.5.2 百立乐奶粉的网络营销
  - 8.5.3 伊利奶粉的世博营销
  - 8.5.4 澳优奶粉的洋化营销

## 第九章 2013-2015年奶粉进出口分析

- 9.1 2013-2015年中国乳制品进出口分析
  - 9.1.1 2013年我国乳制品进出口分析
  - 9.1.2 2014年我国乳制品进口状况
  - 9.1.3 2015年我国乳制品进出口状况
- 9.2 2013-2015年中国奶粉进出口分析
  - 9.2.1 中国进口奶粉占市场主要份额
  - 9.2.2 大包装奶粉进出口回顾
  - 9.2.3 2013年中国奶粉进出口状况
  - 9.2.4 2014年我国奶粉进出口状况
  - 9.2.5 规范中国进口奶粉市场的措施
- 9.3 2013-2015年中国婴幼儿奶粉进出口分析
  - 9.3.1 2013年中国婴幼儿奶粉进口情况分析
  - 9.3.2 2014年中国婴幼儿奶粉进出口状况
  - 9.3.3 2015年中国婴幼儿奶粉进出口状况

## 第十章 2012-2015年国外奶粉企业发展分析

- 10.1 美赞臣
  - 10.1.1 公司简介

- 10.1.2 美赞臣实施全程安全管理
- 10.1.3 美赞臣加大力度扩展婴幼儿奶粉市场
- 10.1.4 美赞臣打造科研全球化在中国设研发中心
- 10.1.5 2013年美赞臣经营状况
- 10.2 多美滋
  - 10.2.1 公司简介
  - 10.2.2 多美滋奶粉在中国市场的发展战略
  - 10.2.3 多美滋奶粉品牌美誉度持续领先
  - 10.2.4 多美滋开创先河在华推出婴幼儿液体配方奶
  - 10.2.5 2012年多美滋在华推出婴幼儿奶粉新品
- 10.3 雀巢
  - 10.3.1 公司简介
  - 10.3.2 雀巢的模块组合营销经营优势
  - 10.3.3 2012年雀巢收购惠氏奶粉事件解析
- 10.4 雅培
  - 10.4.1 公司简介
  - 10.4.2 雅培奶粉生产严格
  - 10.4.3 乐友与雅培合作开创奶粉销售新模式

## 第十一章 博思数据关于国内奶粉企业发展分析

- 11.1 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
  - 11.1.1 公司简介
  - 11.1.2 2013年伊利经营状况分析
  - 11.1.3 2014年伊利经营状况分析
  - 11.1.4 2015年伊利经营状况分析
  - 11.1.5 伊利婴幼儿奶粉形成良性发展模式
  - 11.1.6 伊利奶粉业务发展良好
  - 11.1.7 伊利扩增婴儿配方奶粉产能
- 11.2 浙江贝因美科工贸股份有限公司
  - 11.2.1 公司简介
  - 11.2.2 2013年贝因美经营状况分析
  - 11.2.3 2014年贝因美经营状况分析

- 11.2.4 2015年贝因美经营状况分析
- 11.2.5 贝因美公司的营销策略
- 11.2.6 贝因美对子公司配方奶粉项目追加投资
- 11.3 雅士利国际控股有限公司
  - 11.3.1 公司简介
  - 11.3.2 2013年雅士利经营状况分析
  - 11.3.3 2014年雅士利经营状况分析
  - 11.3.4 2015年雅士利经营状况分析
  - 11.3.5 雅士利婴幼儿配方奶粉业绩突出
- 11.4 圣元营养食品有限公司
  - 11.4.1 公司简介
  - 11.4.2 2013财年圣元经营状况
  - 11.4.3 2014财年圣元经营状况
  - 11.4.4 2015财年圣元经营状况
  - 11.4.5 圣元以严格的质量管理应对“性早熟”危机
- 11.5 澳优乳业股份有限公司
  - 11.5.1 公司简介
  - 11.5.2 澳优经营状况分析
  - 11.5.3 澳优进军孕产妇奶粉市场
  - 11.5.4 澳优布局全球奶粉市场
  - 11.5.5 2014年澳优奶粉发展动态
- 11.6 飞鹤国际有限公司
  - 11.6.1 公司简介
  - 11.6.2 2013年飞鹤乳业经营状况分析
  - 11.6.3 2014年飞鹤乳业经营状况分析
  - 11.6.4 2015年飞鹤乳业经营状况分析
  - 11.6.5 飞鹤乳业完成对红杉资本的回购
  - 11.6.6 飞鹤乳业高端奶粉市场开拓近况
- 11.7 完达山乳业股份有限公司
  - 11.7.1 公司简介
  - 11.7.2 完达山奶粉完成功能细分
  - 11.7.3 2012年完达山奶粉调整市场价格

#### 11.7.4 完达山奶粉遭遇库存压力

#### 附录

附录一：乳制品工业产业政策（2009年修订）

附录二：乳制品加工行业准入条件

附录三：乳品质量监督管理条例

附录四：企业生产婴幼儿配方乳粉许可条件审查细则（2010版）

附录五：粉状婴幼儿配方食品良好生产规范

附录六：乳粉国家标准

#### 图表目录：

图表：2006-2012年中国乳制品行业的市场集中度指标

图表：2013年我国乳制品产量情况

图表：2010-2014年乳制品产量情况

图表：2010-2014年乳制品主营业务收入情况

图表：2012-2014年乳制品利润情况

图表：2011-2012年世界部分国家（地区）全脂奶粉生产情况

图表：2011-2012年世界部分国家（地区）全脂奶粉消费情况

图表：2012年世界全脂奶粉进口国家和地区分布情况

图表：2012年世界全脂奶粉出口国家分布情况

图表：2011-2014年我国奶粉产量统计

图表：2014年份全国奶粉生产量

图表：2013年我国36大中城市居民奶粉消费量

图表：2013年我国36大中城市人均奶粉消费金额

图表：2014年我国36大中城市居民人均奶粉消费量

图表：2014年我国36大中城市人均奶粉消费金额

图表：2013年我国主要奶粉品牌市场占有率

图表：2013年奶粉品牌关注度排行

图表：2013年奶粉品牌搜索指数（TOP1-5）

图表：2013年奶粉品牌搜索指数（TOP6-10）

图表：2013年奶粉品牌属性

图表：2013年奶粉品牌关注度排行&mdash;&mdash;进口品牌

图表：2013年奶粉品牌关注度排行&mdash;&mdash;国产品牌

图表：2014年奶粉品牌搜索指数（TOP1-5）

图表：2014年奶粉品牌搜索指数（TOP6-10）

图表：2014年奶粉品牌属性关注度

图表：2014年进口奶粉品牌关注度排行

图表：2013年与2014年进口奶粉品牌关注度排行比较

图表：2014年国产奶粉品牌关注度排行

图表：2013年与2014年国产奶粉品牌关注度排行比较

图表：2013年进口奶粉品牌关注度

图表：2013年国产奶粉品牌搜索量

图表：2013年奶粉行业搜索指标

图表：2013年奶粉行业搜索词特征

图表：2013年奶粉行业品牌排行

图表：2013年奶粉属性品牌关注度

图表：2013年奶粉网民与全网网民性别分布对比

图表：2013年奶粉行业网龄分布

图表：牛奶、羊奶和人奶的营养元素对比

图表：2015-2022年中国奶粉产量预测

图表：2015-2022年中国婴幼儿奶粉产量预测

图表：婴幼儿奶粉国内外品牌户外广告投放占比情况

图表：婴幼儿奶粉户外广告投放TOP10品牌

图表：婴幼儿奶粉户外广告投放城市布局

图表：消费者对奶粉市场的评价

图表：消费者奶粉品牌信赖方面

图表：消费者购买奶粉考虑因素

图表：中老年奶粉销售渠道分布情况

图表：奶粉月度进口量及均价变化态势

图表：大洋洲全脂奶粉近期与远期现货价格

图表：2010-2012年脱脂奶粉和全脂奶粉月度进口量及均价

图表：2014年国际奶粉市场价格走势

图表：2014年国内成人奶粉价格走势

图表：2014年国内婴幼儿奶粉价格走势

图表：2014年我国奶粉进出口平均价格及同比变化情况

图表：2014年我国婴幼儿奶粉进出口平均价格及同比变化情况

图表：2013年我国脱脂奶粉进出口平均价格及同比变化情况

图表：2013年国内外品牌羊奶粉价格走势

图表：2013年国内外品牌奶粉制品价格走势

图表：2013年-2015年我国奶粉进口情况

图表：新进奶粉品牌战略分析

图表：2013年我国乳制品进出口数量及同比变化情况

图表：2013年我国乳制品进出口金额及同比变化情况

图表：2013年我国乳制品进出口平均价格及同比变化情况

图表：2013年我国奶粉进出口状况

图表：2013年我国奶粉进出口数量及同比变化情况

图表：2013年我国脱脂奶粉进出口数量及同比变化情况

图表：2006-2014年我国婴幼儿奶粉进口数据统计表

图表：2006-2014年我国婴幼儿奶粉出口数据统计表

图表：2014年我国婴幼儿奶粉进出口金额及同比变化情况

图表：2014年我国婴幼儿奶粉进出口数量及同比变化情况

图表：2013年伊利主要财务数据

图表：2013年伊利非经常性损益项目及金额

图表：2011年-2013年伊利主要会计数据

图表：2011年-2013年伊利主要财务指标

图表：2013年伊利主营业务分行业、产品情况

图表：2013年伊利主营业务分地区情况

图表：2012-2014年伊利主要会计数据

图表：2012-2014年伊利主要财务指标

图表：2012-2014年伊利非经常性损益项目及金额

图表：2014年伊利主营业务分行业、分产品情况

图表：2014年伊利主营业务分地区情况

图表：2015年伊利主要会计数据及财务指标

图表：2015年伊利非经常性损益项目及金额

图表：2013年贝因美非经常性损益项目及金额

图表：2011年-2013年贝因美主要会计数据

图表：2011年-2013年贝因美主要财务指标

图表：2013年贝因美主营业务分行业、产品情况

图表：2013年贝因美主营业务分地区情况

图表：2012-2014年贝因美主要会计数据和财务指标

图表：2012-2014年贝因美非经常性损益项目及金额

图表：2014年贝因美主营业务分行业、产品情况

图表：2014年贝因美主营业务分地区情况

图表：2015年贝因美主要会计数据及财务指标

图表：2015年贝因美非经常性损益项目及金额

图表：2012-2013年雅士利国际合并收益表

图表：2012-2013年雅士利国际不同产品的经营情况

图表：2012-2013年雅士利国际分地区收入情况

图表：2013-2014年雅士利国际合并收益表

图表：2013-2014年雅士利国际分地区收入情况

图表：2014-2015年雅士利国际合并收益表

图表：2014-2015年雅士利国际分地区收入情况

图表：2011-2013财年圣元合并损益表

图表：2011-2013财年圣元不同部门收入情况

图表：2013-2014财年圣元合并损益表

图表：2013-2014财年圣元不同部门收入情况

图表：2014-2015财年圣元合并损益表

图表：2014-2015财年圣元不同部门收入情况

图表：澳优综合损益表

图表：2010-2013年飞鹤乳业合并损益表

图表：2012-2013年飞鹤乳业不同产品销售情况

图表：2012-2013年飞鹤乳业不同产品平均售价及增减变动情况

图表：2013-2014年飞鹤乳业合并损益表

图表：2013-2014年飞鹤乳业不同产品销售情况

图表：2014-2015年飞鹤乳业合并损益表

图表：2014-2015年飞鹤乳业不同产品销售情况

图表：乳制品产品质量和卫生标准

图表：乳制品加工企业能源消耗及水消耗指标限定



图表：生产婴幼儿配方乳粉产品必备的生产设备

图表：婴幼儿配方乳粉生产企业应当执行标准明细表

图表：婴幼儿配方乳粉检验项目表

图表：粉状婴幼儿配方食品清洁作业区和准清洁作业区的空气洁净度控制要求

图表：乳粉感官要求

图表：乳粉理化指标

图表：乳粉微生物限量

略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1509/O62853793J.html>