

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2015年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“很大一部分妈妈们喜欢将奶粉与其它婴幼儿产品混合来喂宝宝，以获取最优的婴幼儿饮食搭配。另外，相比专业人士的意见，消费者在购买配方奶时更信任周围亲属的意见和消费者的在线评论。市场上也出现了“只卖洋品牌”的网站，这些网站的产品全都仅限海外采购。中国社会/电商行业的日益成熟发展，加上国产品牌爆发的丑闻继续发酵，这些因素都将推动这些网站业务的持续增长。”

刘欣琪，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 消费者对100%进口婴幼儿配方奶的青睐为母婴用品电商平台提供了竞争优势
- 成长配方奶的高端化发展空间——特殊配方奶持续增长
- 专为中国宝宝设计是吸引老一辈消费者的独特卖点
- 婴幼儿配方奶与其它婴幼儿辅食和饮料的联合

本报告中，我们主要解答以下重要问题：

- 中国婴幼儿配方奶的主要增长动力和挑战是什么？
- 中国和国际婴幼儿配方奶市场中的新产品趋势是什么？
- 婴幼儿配方奶如何通过成分和宣称的个性化吸引不同类型的妈妈们？
- 婴幼儿配方奶品牌如何进行多渠道整合营销，在市场中形成差异化和竞争优势？

定义

该市场包括专为婴幼儿设计的固体和液态包装产品。包括：婴幼儿配方奶和成长奶。

其中包括针对0-3岁宝宝的婴幼儿配方奶和成长奶。根据婴幼儿的年龄和专为特定健康原因设计的特殊配方，婴幼儿配方奶分1-3三个阶段。

研究方法

这是英敏特出版的市场咨询报告。本报告委托的独家消费者调查由中国的一家拥有许可证的市场调查机构完成，（详见“中国市场调查方法”）。

为撰写本报告，英敏特委托进行了一项在线量化调查，以探究消费者对婴幼儿配方奶粉的态度。

英敏特公司于2014年12月对来自四个一线城市和六个二、三线城市的3,000名有宝宝的20-39岁的女性互联网用户进行了问卷调查，他们的孩子年龄在36个月以下。一线城市包括上海、北京、广州和成都。二三线城市包括济宁、石家庄、徐州、宁波、中山和郑州。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2015年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

本报告中，我们主要解答以下重要问题：

定义

研究方法

缩写

综述

中国婴幼儿配方奶市场继续保持稳定增长

数据 1: 中国婴幼儿配方奶总销售额，2009-2019年

企业、品牌和创新

数据 2: 领先公司在中国婴幼儿配方奶市场所占的零售销售额份额，2013-2014年

对婴幼儿配方奶的需求赋予国际企业领先优势

有益大脑和神经系统发育的宣称在各阶段婴幼儿配方奶中都是最重要的

蔬菜原料/蔬菜油宣称远远高于其它原料宣称

消费者

婴幼儿配方奶的表现优于其他包装类乳饮料

数据 3: 在过去6个月内，使用奶粉/乳制品的频率，2014年12月

国际品牌似乎更胜一筹

数据 4: 对于婴幼儿配方奶的态度，2014年12月

母婴用品专卖店保持零售渠道的领先地位

数据 5: 在过去6个月内，婴儿配方奶的购买渠道，2014年12月

年轻一代和老一辈之间的差异巨大

数据 6: 婴儿配方奶能解决的健康问题，2014年12月

提高免疫和营养摄入是关键词

周围人的推荐vs专业人士的推荐

数据 7: 选择婴幼儿配方奶时的重要因素，2014年12月

我们的观点

议题和洞察

消费者对100%进口婴幼儿配方奶的青睐为母婴用品电商平台提供了竞争优势

现状

启示

成长配方奶的高端化发展空间——特殊配方奶继续增长

现状

启示

专为中国宝宝设计是吸引老一辈消费者的独特卖点

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2015年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

婴幼儿配方奶与其它婴幼儿辅食和饮料的联合

现状

启示

趋势与应用

趋势：唯我独有

趋势：口碑效应

趋势：告别选择综合症

市场规模及预测

要点

中国婴幼儿配方奶市场继续保持稳定增长

数据 8: 中国婴幼儿配方奶总销售额，2009-2019年

中国婴幼儿配方奶的消费者全球居首

数据 9: 中国婴幼儿配方奶总销售额，2009-2019年

数据 10: 中国婴幼儿配方奶总销量，2009-2019年

市场推动因素

境外游的兴起 和电商平台的蓬勃发展推动了优质进口商品的销售

与国际乳业生产商增加合作，以共享奶源和生产设备

老一辈的影响

市场壁垒

更严格的婴幼儿配方奶监管

低价婴幼儿配方奶令消费者的态度改观

预测方法

市场份额

要点

对婴幼儿奶的需求赋予国际企业领先优势

数据 11: 领先公司在中国婴幼儿配方奶市场所占的份额（按销售额区分），2013-14

数据 12: 领先公司在中国婴幼儿配方奶市场所占的份额（按销量区分），2013-2014年

谁在创新？

要点

婴幼儿食品和饮料市场的新品的整体情况

数据 13: 中国婴幼儿食品、饮料和乳制品市场新产品发布比例（按细分市场区分），2009-2014年

有益大脑和神经系统发育的宣称在各阶段婴幼儿配方奶中都是最重要的

数据 14: 中国婴幼儿食品、饮料和乳制品市场新产品发布比例（按细分市场区分），2009-2014年

数据 15: 中国燎原乳业推出的较大婴儿配方奶粉二段，2015年1月

数据 16: 湖南澳优乳业于2014年7月在中国市场上推出的婴幼儿配方奶（一段）。

蔬菜油宣称远远高于其它原料宣称

数据 17: 中国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例（按宣称区分），2009-14

数据 18: 由内蒙古蒙牛乳业于2015年3月在中国市场推出的成长奶粉3段，雅培贸易于2014年11月推出较大婴儿和幼儿配方奶粉二阶段。

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2015年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

主要国际趋势

数据 19: 德国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2014年

数据 20: 英国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2014年

数据 21: 法国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2014年

数据 22: 澳大利亚婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2014年

数据 23: Babybio于2015年3月在法国推出的婴幼儿配方有机奶3段, 牛栏于2014年8月在法国推出的婴幼儿配方有机奶2段。

数据 24: 合生元于2014年7月在中国推超级金装较大婴儿和幼儿配方奶粉

公司与品牌

雀巢公司

美赞臣

达能

贝因美

消费者——奶粉 / 乳制品的使用频率

要点

婴幼儿配方奶的表现优于其它包装类乳饮料

数据 25: 在过去6个月内, 使用奶粉/乳制品的频率, 2014年12月

母乳的普及度——是威胁还是机遇?

数据 26: 在过去6个月内, 使用奶粉/乳制品的频率 (按人口统计区分), 2014年12月

创建使用婴幼儿乳饮料和液态配方奶的场合

数据 27: 在过去6个月内, 使用奶粉/乳制品的频率 (按人口统计区分), 2014年12月

数据 28: 英国牛栏推出的成长奶, 2014年9月

数据 29: 英国玛莎百货于2015年5月推出的有机水果芒果甜点, 英国Plum Baby于2014年6月推出的羽衣甘蓝、苹果和希腊酸奶一段。

消费者——对婴幼儿配方奶的态度

要点

国际品牌仍然处于领先地位

数据 30: 对于婴幼儿配方奶的态度, 2014年12月

数据 31: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按人口统计区分), 2014年12月

数据 32: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按年龄区分), 2014年12月

数据 33: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按婴幼儿配方奶使用决策过程中的角色区分), 2014年12月

专为中国宝宝设计的产品为本土生产商提供了竞争优势

数据 34: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按家庭月收入区分), 2014年12月

数据 35: 太子乳业于2014年9月在中国市场推出的成长配方奶粉

数据 36: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按家庭月收入区分), 2014年12月

全能型配方奶和特别配方奶

数据 37: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按家庭月收入区分), 2014年12月

100%天然看起来不够高端?

数据 38: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按家庭月收入区分), 2014年12月

数据 39: 雅培公司于2014年11月在中国推出的Early Shield婴儿配方奶粉。

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2015年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 40: 圣元乳业于2014年5月在中国市场推出的婴儿配方奶粉一阶段。

与婴幼儿辅食食品搭配使用

数据 41: 对于婴幼儿配方奶的态度 (按人口统计区分), 2014年12月

数据 42: 中国婴幼儿配方奶市场零售销售额和销售量 (按市场细分区分), 2013-14年

消费者——婴幼儿配方奶的零售渠道

要点

母婴用品专卖店保持零售渠道的领先地位

数据 43: 在过去6个月内, 婴儿配方奶的购买渠道, 2014年12月

年轻和年长妈妈之间的显著差异

数据 44: 在过去6个月内, 婴儿配方奶的购买渠道, 2014年12月

数据 45: 在过去6个月内, 婴儿配方奶的购买渠道, 2014年12月 (续)

在线渠道的信誉度预计将提升

数据 46: 在过去6个月内, 婴儿配方奶的购买渠道, 2014年12月

数据 47: 在过去6个月内, 婴儿配方奶的购买渠道, 2014年12月 (续)

消费者——婴儿配方奶能解决的健康问题

要点

年轻一代和老一辈之间的差异巨大

数据 48: 婴儿配方奶能解决的健康问题, 2014年12月

数据 49: 婴儿配方奶能解决的健康问题 (按年龄区分), 2014年12月

数据 50: 由澳大利亚Aspen Nutritionals 于2014年8月推出的易消化高级婴幼儿配方奶。

数据 51: 深圳味奇生物科技有限公司于2014年12月在中国市场推出的 清火灵奶伴侣固体饮料 (2段)。

数据 52: SMA Nutrition于2014年9月在英国推出的超大食量婴儿配方奶粉; 喜宝于2014年9月在英国推出的大食量婴儿配方奶

随着宝宝的年龄增长, 妈妈们越来越担忧宝宝厌食和挑食的问题

数据 53: 婴儿配方奶能解决的健康问题 (按年龄区分), 2014年12月

受国际市场启发的小众宣称

数据 54: 佳贝艾特于2014年11月在中国推出的婴儿配方羊奶粉。

数据 55: 牛栏于2014年9月在英国市场推出Infasoy婴儿配方豆奶粉。

消费者——不同阶段的婴儿配方奶的健康益处

要点

提高免疫和营养摄入是关键词

数据 56: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处, 2014年12月

数据 57: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处 (按年龄区分), 2014年12月

数据 58: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处 (按婴幼儿配方奶使用决策过程中的角色区分), 2014年12月

数据 59: 中国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2010--14

二段配方奶——有益大脑和骨骼发育的宣称出现激增

数据 60: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处 (按婴幼儿配方奶使用决策过程中的角色区分), 2014年12月

数据 61: 中国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2010--14

数据 62: 雅士利集团于2014年4月在中国市场推出的Alpha-较大婴儿配方奶粉 (2段)

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2015年4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 63: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处 (按家中孩子的数量区分), 2014年12月

数据 64: 中国婴幼儿配方奶市场新产品发布比例 (按宣称区分), 2010--14

特殊配方奶—提高智力和活泼好动性是新兴元素

数据 65: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处 (按婴幼儿配方奶使用决策过程中的角色区分), 2014年12月

数据 66: 不同阶段的婴儿配方奶提供的健康益处, 2014年12月

消费者——选择婴儿配方奶的重要因素

要点

周围人的推荐vs专业人士的推荐

数据 67: 选择婴儿配方奶时的重要因素, 2014年12月

数据 68: 选择婴儿配方奶时的重要因素 (按家庭月收入区分), 2014年12月

从了解到产生购买意向

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com