

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



"随着越来越多的品牌完成配方注册，婴幼儿配方奶市场将趋于稳定。寻找新途径提高线上渠道的竞争力变得至关重要。消费者在选择高端婴幼儿配方奶时最看重其实用性功效，如营养价值。”

— 李梦，研究副总监，食品与饮料

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 电商平台的产品升级机遇
- 调整营养含量，避免摄入过量
- 液体配方奶的定位

对于婴幼儿配方奶市场而言，2017年可谓国产品牌的丰收年——国产品牌成功抢食了国外品牌的份额。但是，由于中国新生儿数量下降，所以销售量并未如多数人预期一样高速增长。

本报告分析了消费者购买婴幼儿配方奶的渠道、信息来源和对高端产品的态度。此外，报告还探讨了促使家长转换品牌的因素。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@mintel.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 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您所需了解的

本报告涵盖的产品

定义

数据1: 英敏特对不同收入群体的定义，中国

来源: 英敏特

在政策监管下，婴幼儿配方奶市场更集中和标准化

重点企业

国产品牌的丰收年

数据3: 中国婴幼儿配方奶市场领先企业的销售额占比，2016-2017年

高端产品助力品牌抢夺市场份额

领先品牌优化产品系列，提高竞争力

线上平台让品牌与消费者更有效沟通

消费者

母婴用品专卖店仍是首选渠道

数据4: 婴幼儿配方奶的购买渠道，中国，2018年1月

三分之一的被访者选择美赞臣

数据5: 过去6个月内购买过的婴幼儿配方奶品牌，中国，2018年1月

有经验的奶爸奶妈的推荐有主导影响力

数据6: 影响购买婴幼儿配方奶和婴幼儿辅食的因素，中国，2017和2018年

美素佳儿品牌忠诚度较高，吸引潜在品牌转换者

数据7: 婴幼儿配方奶高端品牌的购买意向，中国，2018年1月

产品的实用性是促使消费者尝试的主要因素

数据8: 品牌转换的触发因素，中国，2018年1月

营养、吸收和奶源是前三大高端特性

数据9: 高端化机遇，中国，2018年1月

我们的观点

议题与洞察

电商平台的产品升级机遇

现状

启示

数据10: 卓淳能恩，中国，2018年

调整营养含量，避免摄入过量

现状

启示

数据11: 婴幼儿配方奶的平均蛋白质含量——中国，法国、德国、韩国、美国 and 英国，2013-2017年

数据12: 宣称营养均衡的婴幼儿配方奶——奥地利、韩国和越南，2017-2018年

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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13: 宣称对营养成分进行调整的婴幼儿配方奶——瑞士、法国和韩国，2018年

液体配方奶的定位

现状

启示

数据14: 采用类似普通牛奶瓶作为包装的成长牛奶，德国，2018年

数据15: 给出饮用场合建议的液体配方奶/豆奶，中国，2018年

数据16: 惠氏进口液体配方奶（适合3-7岁儿童），中国，2018年

市场——您需要了解的

婴幼儿配方奶的销售量增速将低于销售额增速

母婴用品专卖店和线上渠道极大促进销售额增长

市场规模与预测

2017年出生率较低，销售量增速缓慢

高端化将进一步推动销售额增长

数据17: 中国婴幼儿配方奶市场销售量预测（最好和最差情形），2012-2022年

数据18: 中国婴幼儿配方奶市场销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

市场因素

二胎政策无法保证该市场的长久繁荣

主要品牌都完成了注册，其中本土品牌居多

孕妇/哺乳期女性专用奶粉成为趋势

数据19: 过去5年内饮用过孕妇专用配方奶的消费者（按城市线级、家庭月收入 and 生更多孩子的意愿区分）——中国，2018年1月

长辈对新生儿的抚育有话语权

数据20: 住房情况（按孩子年龄区分）——中国，2018年1月

重点企业——您需要了解的

雀巢仍是龙头品牌

国产品牌抢食国际品牌的市场份额

市场份额

国产品牌的丰收年

数据21: 中国婴幼儿配方奶市场领先企业的销售额占比，2016-2017年

高端产品助力品牌抢夺市场份额

竞争策略

主打新型奶源，更新现有产品

数据22: A2婴幼儿配方奶，中国，2016年

数据23: 启赋A2α乳清蛋白的介绍信息，中国，2018年

引入其他主要市场的成功品牌

数据24: SMA臻蕴的天猫官方旗舰店对产品的介绍，中国，2018年

数据25: Nutramigen，美国，2016年

配方注册后及时换新包装

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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26: 婴幼儿配方奶的新旧包装，中国，2018年

数据27: Eleva在京东商城和品牌官方网站上的不同名称，中国，2018年

谁在创新？

少见成分逐渐普及

数据28: 中国婴幼儿配方奶含有的营养成分，2015-2017年

数据29: 含有亚油酸、叶黄素和乳铁蛋白的产品，中国，2018年

新技术有助保障产品品质

数据30: 美赞臣在腾讯QQ上的AR溯源功能，中国，2018年

借助影响因素，与妈妈们建立纽带

消费者——您所需了解的

母婴用品专卖店仍是最受欢迎的渠道

美赞臣、惠氏、雅培和贝因美最受欢迎

有经验的奶爸奶妈发挥着绝对主要的影响力

高端特性更多关乎实际功效

购买渠道

母婴用品专卖店仍是首选

数据31: 婴幼儿配方奶的购买渠道，中国，2018年1月

一线城市消费者正远离传统渠道

数据33: 婴幼儿配方奶的购买渠道（按城市线级区分），2015年和2018年

上海领先线上渠道

数据34: 婴幼儿配方奶的购买渠道（按城市区分），中国，2018年1月

70后忠于传统渠道

数据35: 婴幼儿配方奶的购买渠道（按代际区分），中国，2018年1月

品牌渗透率

三分之一的受访者选择美赞臣

数据36: 过去6个月内购买过的婴幼儿配方奶品牌，中国，2018年1月

数据37: 过去6个月内购买过的婴幼儿配方奶品牌排名，中国，2017和2018年

广州和上海有更多消费者热衷国外品牌

数据38: 过去6个月内购买过的婴幼儿配方奶品牌（按城市区分），中国，2018年1月

达能婴幼儿配方奶对某些渠道的依赖较强

数据39: 婴幼儿配方奶的购买渠道（按过去6个月购买的品牌区分），中国，2018年1月

有经验的奶爸奶妈的推荐有主导影响力

数据40: 影响购买婴幼儿配方奶和婴幼儿辅食的因素，中国，2017和2018年

70后消费者寻找更高效的途径

数据41: 前两大购买影响因素（按代际区分），中国，2018年1月

信息来源和其他因素的关联

影响购买的因素vs购买渠道

影响购买的因素vs品牌

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿配方奶 - 中国 - 2018年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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42: 影响婴幼儿配方奶购买的因素（按品牌区分），中国，2018年1月

高端品牌的购买意向

美素佳儿享有较高的品牌忠诚度，吸引潜在品牌转换者

数据43: 婴幼儿配方奶高端品牌的购买意向，中国，2018年1月

女性消费者对启赋的忠诚度与年龄有关

数据44: 高端婴幼儿配方奶品牌的购买意向（按性别和年龄区分），中国，2018年1月

皇家美素佳儿和菁智更吸引3段婴幼儿配方奶的消费者

数据45: 高端婴幼儿配方奶品牌的购买意向（按宝宝年龄区分），中国，2018年1月

大部分高端品牌在各线城市的表现相似

数据46: 高端婴幼儿配方奶品牌的购买意向（按城市线级区分），中国，2018年1月

品牌转换的触发因素

实用性是促使消费者尝试新产品的主要因素

数据47: 品牌转换的触发因素，中国，2018年1月

年轻爸妈更有可能受外因影响换品牌

数据48: 品牌转换的触发因素，中国，2018年1月

一线城市消费者出于多种需求尝试新产品

数据49: 品牌转换的触发因素，中国，2018年1月

高端产品的特性

营养、吸收和奶源是前三大高端特性

数据50: 高端化机遇，中国，2018年1月

多数高端特性与3段婴幼儿配方奶消费者更相关

数据51: 婴幼儿配方奶的购买渠道，中国，2018年1月

认识英敏特城市精英人群

更精明的婴幼儿配方奶的网购群体

数据52: 婴幼儿配方奶的购买渠道，中国，2018年1月

惠氏和雅培在英敏特城市精英人群中有更多追捧者

数据53: 在过去6个月内购买过的婴幼儿配方奶品牌，中国，2018年1月

非英敏特城市精英人群略微更忠于大部分高端品牌

数据54: 婴幼儿配方奶高端品牌的购买意向（按消费者分类区分），中国，2018年1月

附录——市场规模与预测

数据55: 中国婴幼儿配方奶市场总销量，2012-2022年

数据56: 中国婴幼儿配方奶市场的总销售额，2012-2022年

附录——研究方法、定义和缩写

研究方法

扇形图预测

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com