

艾媒报告|2019年 中国婴幼儿奶粉市场研究与消费者洞察报告

iiMedia Report | 2019 Chinese Infant Milk Powder Marketing Research and
Consumer Insight Report

食品饮料烟草

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星互联网产品分析系统等。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星互联网产品分析系统、大数据舆情监控系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒大数据舆情监控系统，全球首个全网舆情监测与负面监控系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报，分钟级进行全网扫描与数据更新。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

中国消费者信心增强，飞鹤销售额突破100亿元，国产品牌将逐步崛起



随着奶粉配方注册制的施行以及政府的一系列激励措施，在漫长的十年恢复期后，消费者对于国产奶粉品牌的信心正在逐步增强，如飞鹤、伊利和贝因美等国产奶粉品牌都取得了一定的市场份额，2018年飞鹤销售额更是突破100亿元，未来国产品牌将逐渐崛起，发展潜力巨大。

三四线城市将成为国产品牌打好翻身仗的关键



奶粉配方注册制施行后，大量杂牌、贴牌被清出市场，同时许多进口奶粉品牌因无配方注册资格而无法进行线下销售，在低线城市将留出120-140亿元的市场空间。iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，三四线城市购买国产奶粉意愿比例分别为28.1%和28.9%，一二线城市仅为12.5%和16.5%，三四线城市消费者对于国产奶粉信心更强。

中国消费者购买婴幼儿奶粉时最看重品牌声誉



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，在购买婴幼儿奶粉购买过程中，奶粉的品牌声誉对于消费者的购买决策的影响最大，四成消费者会通过网络传播获取奶粉信息。目前近八成消费者购买奶粉的价格在200-400元之间，超四成消费者每月为购买奶粉支出1000元以上，有七成消费者更换过奶粉品牌。



目录

1

中国婴幼儿奶粉发展历程

2

2019中国婴幼儿奶粉市场发展驱动力

3

2019中国进口婴幼儿奶粉品牌研究

4

2019中国国产婴幼儿奶粉品牌研究



目录

5

2019中国国产婴幼儿奶粉龙头企业剖析

6

2019中国婴幼儿奶粉消费群体画像

7

2019中国婴幼儿奶粉消费行为研究

8

2019-2022中国婴幼儿奶粉产业发展机遇

9

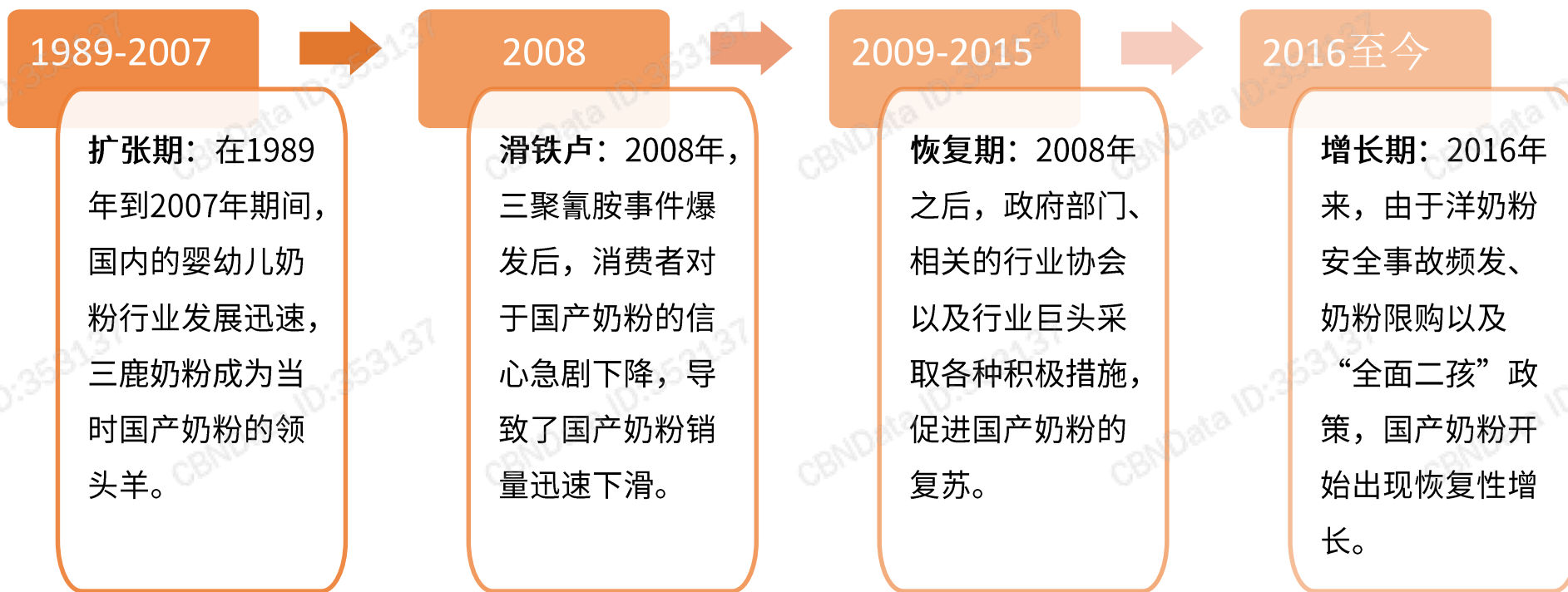
2019中国婴幼儿奶粉市场发展趋势

01

中国婴幼儿奶粉发展历程

中国婴幼儿奶粉市场的发展历程

中国的婴幼儿奶粉标准于1989年制定，婴幼儿奶粉在中国市场的发展至今已有30年。



02

2019中国婴幼儿奶粉市场发展驱动力

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17135

