

2016-2022年中国婴幼儿辅食行业监测及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国婴幼儿辅食行业监测及投资前景预测报告》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.cction.com/report/201608/137528.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 2014-2016年世界婴幼儿辅食产业运行概况	1
第一节 2014-2016年世界婴幼儿食品业运载概况	1
一、国际婴儿食品行业发展成熟度分析	1
二、主要婴儿食品价格走势分析	1
三、国际婴儿食品市场竞争分析	2
第二节 2014-2016年世界婴幼儿辅食市场环境分析	2
一、世界人口增长趋势分析	2
二、俄罗斯出生人口发展情况	3
三、美国人口出生率扭转呈下降趋势	3
四、生育率提高推动法国人口快速增长	4
五、英国人口出生率大幅上升	4
六、俄罗斯用经济手段提高生育率	5
七、法国迎来25年来最大婴儿潮	5
第三节 2014-2016年全球婴幼儿辅食市场运行态势分析	6
一、全球婴幼儿辅食新品研发分析	6
二、全球婴幼儿辅食品牌分析	7
三、全球婴幼儿辅食销售分析	7
第四节 2014-2016年全球婴幼儿辅食发展规模预测	8
第五节 2014-2016年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析	9
第二章 2014-2016年中国婴幼儿辅食市场运行环境解析	9
第一节 2014-2016年中国人口结构分析	9
一、中国人口出生情况	9
二、中国人口地区分布状况	10
三、中国人口规模及结构分析	19
四、中国人口结构面临的六大问题	19
第二节 2014-2016年国内经济环境分析	20
一、中国GDP分析	20
二、消费价格指数分析	20
三、城乡居民收入分析	21

四、	社会消费品零售总额	22
五、	全社会固定资产投资分析	23
六、	进出口总额及增长率分析	23
第三节	2014-2016年中国婴儿辅食行业社会环境分析	24
一、	消费观念	24
二、	中国居民收入情况	24
三、	城市化和人民生活水平	25
第三章	2014-2016年中国婴儿食品行业运行新形势透析	27
第一节	2014-2016年中国婴儿食品行业基本特征	27
一、	婴儿食品行业主要细分产品	27
二、	婴儿食品行业产业链分析	28
第二节	2014-2016年中国婴儿食品产量增长情况	28
第三节	2014-2016年中国婴儿食品行业成本结构分析	29
一、	原材料成本	29
二、	研发和设计成本	29
三、	知识产权使用许可费	29
四、	劳动力成本	30
第四节	2014-2016年中国婴儿食品业热点问题探讨	30
第四章	2014-2016年中国婴儿食品行业市场供需状况分析	31
第一节	2014-2016年中国婴儿辅食市场运行总况	31
一、	宝宝成长各阶段辅食各不同	31
二、	母乳辅食,混搭有讲究	32
三、	我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率	33
四、	婴幼儿辅食业外资垄断被打破	33
第二节	2014-2016年中国婴幼儿辅食行业产能分析	34
一、	主要生产企业及其产能	34
二、	婴幼儿辅食行业产能扩张趋势	36
三、	重点省区产能分析	37
第三节	2014-2016年中国婴幼儿辅食市场需求状况分析	38
一、	婴幼儿辅食消费需求特征分析	38
二、	中国婴幼儿辅食消费量分析	39
三、	婴幼儿辅食各细分产品消费	40

第五章 2014-2016年中国婴幼儿辅食品牌及满意度调研 40

第一节 婴幼儿辅食总体满意度水平 40

- 一、消费者满意度研究的意义 40
- 二、婴幼儿辅食满意度指数与满意度分布 41
- 三、满意度水平群体差异 42
- 四、满意度水平区域差异 43

第二节 婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名 44

- 一、主流辅食品牌界定 44
- 二、主流品牌消费者满意度排名 45
- 三、主流品牌消费者满意度区域差异 45

第三节 婴幼儿辅食主流品牌满意度原因分析 46

- 一、影响满意度的因素分析 46
- 二、主流品牌无质量问题率对比分析 46
- 三、主流品牌主要存在的问题对比分析 47

第四节 婴幼儿辅食品牌信任度分析 48

- 一、消费者信任的辅食品牌 48
- 二、婴幼儿辅食品牌信任度分析 48

第六章 2014-2016年中国婴幼儿辅食市场需求分析 48

第一节 婴幼儿消费水平与消费结构 48

- 一、婴幼儿总体消费水平 48
- 二、婴幼儿消费水平群体差异与区域差异 49
- 三、婴幼儿消费结构与发展趋势 50
- 四、婴幼儿消费结构群体差异与区域差异 50

第二节 婴幼儿辅食消费规模分析 51

- 一、婴幼儿辅食总体消费规模 51
- 二、婴幼儿辅食消费规模群体差异 51
- 三、婴幼儿辅食消费规模区域差异 51

第三节 婴幼儿辅食消费增值服务需求 52

- 一、辅食消费增值服务需求总体状况 52
- 二、辅食消费增值服务需求群体差异 52
- 三、辅食消费增值服务需求区域差异 53

第四节 婴幼儿辅食未来消费信心 53

- 一、 辅食事件对消费者消费态度的影响 53
- 二、 辅食未来消费信心分析 54
- 三、 辅食未来消费信心分析群体差异与区域差异 54
- 第七章 2014-2016年中国婴幼儿辅食目标消费群体分析 55
- 第一节 婴幼儿辅食目标消费群体特征 55
- 一、 婴幼儿总量与结构分析 55
- 二、 不同年龄段辅食消费量分析 55
- 三、 婴幼儿家庭背景特征分析 56
- 第二节 婴幼儿辅食主流品牌目标消费者特征差异分析 57
- 一、 主流品牌区域市场优劣势分析 57
- 二、 主流品牌对应目标消费者特征 57
- 第八章 2011-2016年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析 58
- 第一节 2011-2016年中国婴幼儿辅食进出口贸易现状综述 58
- 一、 进口规模 58
- 二、 出口规模 58
- 第二节 2011-2016年中国供婴幼儿食用的零售包装食品市场进出口数据分析 59
- 一、 2011-2016年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口统计 59
- 二、 2011-2016年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口统计 60
- 三、 2011-2016年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口价格对比 61
- 四、 中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口主要来源地及出口目的地 61
- 第九章 2014-2016年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析 67
- 第一节 2014-2016年中国婴幼儿辅食主要营销模式分析 67
- 一、 直营模式 67
- 二、 代理经销商模式 68
- 三、 大型综合连锁卖场模式 69
- 四、 网络营销 71
- 第二节 2014-2016年中国婴幼儿辅食营销策略分析 73
- 一、 从生产导向转向市场导向 73
- 二、 从产品竞争转向多要素全方位竞争 74
- 三、 从产品营销到品牌营销和文化营销 74
- 四、 从单一的产品结构到产品系列化 74
- 第三节 2014-2016年中国婴幼儿辅食企业营销模式建议 74

一、 婴幼儿辅食企业的国内营销模式建议	74
二、 婴幼儿辅食企业海外营销模式建议	75
第四节 2016-2022年中国婴幼儿辅食行业市场营销发展趋势	75
一、 展望中国婴幼儿辅食营销未来	75
二、 未来婴幼儿辅食营销模式发展趋势	75
第十章 2014-2016年中国婴幼儿辅食市场竞争态势分析	76
第一节 2014-2016年中国婴幼儿辅食竞争力体现	76
一、 婴幼儿辅食营养成份竞争	76
二、 婴幼儿辅食品牌竞争分析	76
三、 婴幼儿辅食价格、成本竞争	77
第二节 2014-2016年中国婴幼儿辅食集中度分析	77
一、 市场集中度分析	77
二、 区域集中度分析	77
第三节 2016-2022年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析	78
第十一章 2014-2016年全球婴儿辅食顶尖企业运行分析	78
第一节 雀巢米粉	78
一、 企业概况	78
二、 产品竞争力分析	78
三、 市场销售形势	79
四、 发展战略分析	79
第二节 嘉宝米粉	79
一、 企业概况	79
二、 产品竞争力分析	79
三、 市场销售形势	80
四、 发展战略分析	80
第十二章 2014-2016年中国婴儿辅食主体企业竞争性财务指标分析	81
第一节 上海惠氏营养品有限公司	81
一、 公司基本概述	81
二、 公司主要经营数据指标分析	81
三、 公司竞争力分析	81
四、 公司发展战略分析	82
第二节 浙江贝因美科工贸股份有限公司	82

- 一、 公司基本概述 82
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 82
 - 三、 公司竞争力分析 83
 - 四、 公司发展战略分析 83
- 第三节 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司 83
- 一、 公司基本概述 83
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 83
 - 三、 公司竞争力分析 84
 - 四、 公司发展战略分析 84
- 第四节 亨氏(青岛)食品有限公司 84
- 一、 公司基本概述 84
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 84
 - 三、 公司竞争力分析 85
 - 四、 公司发展战略分析 85
- 第五节 广州市合生元生物制品有限公司 85
- 一、 公司基本概述 85
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 85
 - 三、 公司竞争力分析 86
 - 四、 公司发展战略分析 86
- 第六节 圣元营养食品有限公司 86
- 一、 公司基本概述 86
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 87
 - 三、 公司竞争力分析 87
 - 四、 公司发展战略分析 88
- 第七节 完达山乳业股份有限公司 88
- 一、 公司基本概述 88
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 88
 - 三、 公司竞争力分析 88
 - 四、 公司发展战略分析 89
- 第八节 大连嘉合营养食品有限公司 89
- 一、 公司基本概述 89
 - 二、 公司主要经营数据指标分析 89

三、 公司竞争力分析	90
四、 公司发展战略分析	90
第十三章 2016-2022年中国婴儿辅食行业投资战略研究	90
第一节 2014-2016年中国婴儿辅食投资环境分析	90
第二节 2016-2022年中国婴儿辅食行业投资风险分析	91
一、 市场竞争风险	91
二、 原材料价格波动的风险	91
三、 经营风险	92
四、 政策风险	92
第三节 2016-2022年中国婴儿辅食行业投资策略及专家观点点评	92
一、 市场定位	92
二、 重点区域	92
三、 分析师建议	93
第十四章 2016-2022年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析	93
第一节 2016-2022年中国婴儿辅食行业市场预测分析	93
一、 中国婴儿辅食季节特征分析	93
二、 中国婴儿辅食产品趋势分析	94
第二节 2016-2022年中国婴儿辅食行业市场供需预测分析	95
一、 供给预测分析	95
二、 需求量预测分析	95
三、 市场竞争格局预测分析	96
第三节 2016-2022年中国婴儿辅食行业盈利预测分析	96

图表目录：

图表 1：2016年我国婴儿食品零售价格走势 1

图表 2：俄罗斯人口数量统计及预测 3

图表 3：世界婴儿辅食品牌及说明 7

图表 4：2016年中国人口地区分布情况 10

图表 5：2016年人口数及其构成 单位：万人 19

图表 6：2007-2016年1季度中国国内生产总值及增长率分析 单位：亿元 20

图表 7：2006-2016年国内居民消费价格指数 单位：% 21

图表 8：2006-2016年我国农村居民人均纯收入统计 单位：元 21

- 图表 9：2006-2016年我国城镇居民人均可支配收入统计 单位：元 22
- 图表 10：2004-2016年社会消费品零售总额统计 单位：亿元 22
- 图表 11：2006-2016年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23
- 图表 12：2006-2016年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 23
- 图表 13：2006-2016年我国农村居民人均纯收入统计 单位：元 25
- 图表 14：婴儿食品产业链模型 28
- 图表 15：2008-2016年我国婴幼儿食品行业产量统计 单位：万吨 28
- 图表 16：婴幼儿成长不同阶段所需辅食 32
- 图表 17：2011-2016年我国婴儿辅助食品市场规模及增长情况 单位：亿元 33
- 图表 18：米糊/米粉主要生产企业 34
- 图表 19：国外品牌婴儿奶粉生产企业 35
- 图表 20：国内品牌婴儿奶粉生产企业 35
- 图表 21：2016年我国婴儿食品行业产能集中度 38
- 图表 22：2011-2016年我国婴幼儿辅助食品消费量及增长情况 单位：万吨 40
- 图表 23：2011-2016年我国婴幼儿辅助食品细分产品消费规模 单位：亿元 40
- 图表 24：我国婴幼儿辅食满意度评价 42
- 图表 25：不同消费群体对婴幼儿辅食满意度 43
- 图表 26：不同消费群体对婴幼儿辅食满意度调查 43
- 图表 27：不同地区群体对婴幼儿辅食满意度 44
- 图表 28：不同地区群体对婴幼儿辅食满意度调查 44
- 图表 29：婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名 45
- 图表 30：婴幼儿辅食主流品牌区域消费者满意度 46
- 图表 31：婴幼儿辅食主流品牌消费者质量满意度调查 47
- 图表 32：我国辅食消费增值服务需求区域差异 53
- 图表 33：2011-2016年婴幼儿总量 单位：万人 55
- 图表 34：2011-2016年婴幼儿结构数量 单位：万人 55
- 图表 35：不同年龄段辅食消费量 55
- 图表 36：婴幼儿辅食主流品牌区域市场优劣势分析 57
- 图表 37：2011-2016年4月我国供婴儿食用零售包装食品进口规模 单位：万美元 58
- 图表 38：2011-2016年4月我国供婴儿食用零售包装食品出口规模 单位：万美元 59
- 图表 39：2011-2016年4月我国供婴儿食用零售包装食品出口数量 单位：千克 60
- 图表 40：2011-2016年4月我国供婴儿食用零售包装食品进口数量 单位：万吨 60

图表 41：2011-2016年4月我国供婴儿食用零售包装食品进出口价格 单位：美元/千克 61

图表 42：2014年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 61

图表 43：2015年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 62

图表 44：2016年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 64

图表 45：2016年1-4月供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 65

图表 46：2013年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 66

图表 47：2014年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 66

图表 48：2015年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 67

图表 49：2016年1-4月供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 67

图表 50：2016年我国婴儿辅食行业市场集中度 77

图表 51：2016年我国婴儿辅食行业区域集中度 78

图表 52：2008-2016年上海惠氏主要财务指标 单位：千元 81

图表 53：2008-2016年贝因美科工贸主要财务指标 单位：千元 82

图表 54：2008-2016年贝因美豆逗主要财务指标 单位：千元 84

图表 55：2008-2016年亨氏(青岛)主要财务指标 单位：千元 85

图表 56：2008-2016年合生元主要财务指标 单位：千元 86

图表 57：2008-2016年圣元主要财务指标 单位：千元 87

图表 58：2008-2016年完达山乳业主要财务指标 单位：千元 88

图表 59：2008-2016年大连嘉合主要财务指标 单位：千元 90

图表 60：2016-2022年中国婴幼儿辅食需求量预测 单位：万吨 96

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201608/137528.html>