

2016-2022年中国婴儿辅食 市场监测及发展趋势预测报告

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年中国婴儿辅食市场监测及发展趋势预测报告》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/201604/132223.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

近年来，随着生活水平的提高，消费观念的改变以及政府关于改善居民营养水平等政策的出台，我国婴幼儿辅食产业逐步进入快速发展时期。

婴幼儿营养米粉是婴幼儿辅食的重要组成部分，我国婴幼儿营养米粉起步较晚，近两年发展十分迅猛，2006年市场规模仅为11亿元，到2013年营养米粉市场的销售额已达44.5亿元。据业内统计，2014年度，我国婴幼儿营养米粉市场规模已经超过52.5亿元。近几年我国婴幼儿营养米粉市场规模情况如下图所示：

报告目录：

第一章2015年世界婴幼儿辅食产业运行概况

第一节2015年世界婴幼儿食品业运载概况

一、国际婴儿食品行业发展成熟度分析

二、主要婴儿食品价格走势分析

三、国际婴儿食品市场竞争分析

第二节2015年世界婴幼儿辅食市场环境分析

一、世界人口增长趋势分析

二、俄罗斯出生人口发展情况

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势

四、生育率提高推动法国人口快速增长

五、英国人口出生率大幅上升

六、俄罗斯用经济手段提高生育率

七、法国迎来25年来最大婴儿潮

第三节2015年全球婴幼儿辅食市场运行态势分析

一、全球婴幼儿辅食新品研发分析

二、全球婴幼儿辅食品牌分析

三、全球婴幼儿辅食销售分析

第四节2015年全球婴幼儿辅食重点国家运行分析

一、英国

二、俄罗斯

三、法国

四、日本

第五节2016-2022年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析

第二章 中国婴儿辅食行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国婴儿辅食行业政策环境分析

第三章 2015年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节 2015年中国婴儿食品行业基本特征

- 一、婴儿食品行业主要细分产品
- 二、婴儿食品行业产业链分析

第二节 2015年中国婴儿食品产量增长情况

第三节 2015年中国婴儿食品行业成本结构分析

- 一、原材料成本
- 二、研发和设计成本
- 三、知识产权使用许可费
- 四、劳动力成本
- 五、其它成本

第四节 2015年中国婴儿食品业热点问题探讨

第四章 2015年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节 2015年中国婴儿辅食市场运行总况

- 一、宝宝成长各阶段辅食各不同
- 二、母乳辅食,“混搭”有讲究
- 三、我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率
- 四、婴幼儿辅食业外资垄断被打破

第二节 2015年中国婴幼儿辅食行业产能分析

- 一、主要生产企业及其产能
- 二、婴幼儿辅食行业产能扩张趋势
- 三、重点省区产能分析

第三节 2015年中国婴幼儿辅食市场需求状况分析

- 一、婴幼儿辅食消费需求特征分析
- 二、中国婴幼儿辅食消费量分析
- 三、我国婴幼儿辅食消费量

四、婴幼儿辅食各细分产品消费量

第五章2015年中国婴幼儿辅食品牌及满意度调研

第一节婴幼儿辅食总体满意度水平

一、消费者满意度研究的意义

二、婴幼儿辅食满意度指数与满意度分布

三、满意度水平群体差异

四、满意度水平区域差异

第二节婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名

一、主流辅食品牌界定

二、主流品牌消费者满意度排名

三、主流品牌消费者满意度区域差异

第三节婴幼儿辅食主流品牌满意度原因分析

一、影响满意度的因素分析

二、主流品牌无质量问题率对比分析

三、主流品牌主要存在的问题对比分析

第四节婴幼儿辅食品牌信任度分析

一、消费者信任的辅食品牌

二、婴幼儿辅食品牌信任度分析

第六章2015年中国婴幼儿辅食市场需求分析

第一节婴幼儿消费水平与消费结构

一、婴幼儿总体消费水平

二、婴幼儿消费水平群体差异与区域差异

三、婴幼儿消费结构与发展趋势

四、婴幼儿消费结构群体差异与区域差异

第二节婴幼儿辅食消费规模分析

一、婴幼儿辅食总体消费规模

二、婴幼儿辅食消费规模群体差异

三、婴幼儿辅食消费规模区域差异

第三节婴幼儿辅食消费增值服务需求

一、辅食消费增值服务需求总体状况

二、辅食消费增值服务需求群体差异

三、辅食消费增值服务需求区域差异

第四节婴幼儿辅食未来消费信心

一、“辅食事件”对消费者消费态度的影响

二、辅食未来消费信心分析

三、辅食未来消费信心分析群体差异与区域差异

第七章2015年中国婴幼儿辅食目标消费群体分析

第一节婴幼儿辅食目标消费群体特征

一、婴幼儿总量与结构分析

二、不同年龄段辅食消费量分析

三、婴幼儿家庭背景特征分析

第二节婴幼儿辅食主流品牌目标消费者特征差异分析

一、主流品牌区域市场优劣势分析

二、主流品牌对应目标消费者特征

第八章2015年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析

第一节2015年中国婴幼儿辅食进出口贸易现状综述

一、进口规模及产品结构

二、出口规模、产品结构及主要市场

三、中国婴儿食品面临的“反倾销”问题及应对措施

1、我国婴儿食品行业遭受“反倾销”调查的主要案例

2、应对反倾销调查的措施

第二节2009-2015年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口数据监测分析

一、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口数量分析（19011000）

二、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口金额分析

三、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口国家及地区分析

第三节2016-2022年中国婴幼儿辅食进出口趋势预测分析

第九章2015年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析

第一节2015年中国婴幼儿辅食主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第二节2015年中国婴幼儿辅食营销策略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、服装纺织纺织、配件的产品系列化

第三节2015年中国婴幼儿辅食企业营销模式建议

一、婴幼儿辅食企业的国内营销模式建议

二、婴幼儿辅食企业海外营销模式建议

第四节2016-2022年中国婴幼儿辅食行业市场营销发展趋势

一、展望中国婴幼儿辅食营销未来

二、未来婴幼儿辅食营销模式发展趋势

第十章2015年中国婴幼儿辅食市场竞争态势分析

第一节2015年中国婴幼儿辅食竞争力体现

一、婴幼儿辅食营养成份竞争

二、婴幼儿辅食品牌竞争分析

三、婴幼儿辅食价格、成本竞争

第二节2015年中国婴幼儿辅食集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节2016-2022年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析

第十一章2015年全球婴儿辅食顶尖企业运行分析

第一节雀巢米粉

一、企业概况

二、产品竞争力分析

三、市场销售形势

四、发展战略分析

第二节嘉宝米粉

一、企业概况

二、产品竞争力分析

三、市场销售形势

四、发展战略分析

第三节亨氏

一、企业概况

二、产品竞争力分析

三、市场销售形势

四、发展战略分析

第十二章2015年中国婴儿辅食主体企业竞争性财务指标分析

第一节上海惠氏营养品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节亨氏(青岛)食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节广州市合生元生物制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节上海伊威营养食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节青岛菲贝母婴用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节北京汇联食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章2016-2022年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析

第一节2016-2022年中国婴儿辅食行业市场预测分析

一、中国婴儿辅食季节特征分析

二、中国婴儿辅食产品趋势分析

第二节2016-2022年中国婴儿辅食行业市场供需预测分析

一、供给预测分析

二、需求量预测分析

三、市场竞争格局预测分析

第三节2016-2022年中国婴儿辅食行业盈利预测分析

第十四章2016-2022年中国婴儿辅食行业投资战略研究

第一节2015年中国婴儿辅食投资环境分析

第二节2016-2022年中国婴儿辅食行业投资价值分析

一、婴儿辅食投资热点分析

三、婴儿辅食区域投资潜力分析

四、投资价值综合分析

第三节2016-2022年中国婴儿辅食行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、原材料价格波动的风险

四、经营风险

五、政策风险

第四节2016-2022年中国婴儿辅食行业投资策略及专家观点点评

一、市场定位

二、重点区域

三、分析师建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201604/132223.html>