

2019年中国婴儿辅食行业分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国婴儿辅食行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/374876374876.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

婴儿辅食是指婴儿阶段除了母乳之外，还应给予宝宝一些固体实物。婴儿辅食包括婴儿米粉、泥糊状食品以及其他的一些家制食品。

不同月龄的婴幼儿神经和消化系统发育水平不同，能食用和消化的食物种类及成分也不同。在婴幼儿期尤其是出生后12个月，应根据他们的发育状况，逐步改变食物性状和摄食方式。切勿操之过急，否则会加重婴幼儿身体的负担，造成婴幼儿体格发育和智力发育的迟缓，对其健康产生近期和远期的影响。

不同年龄阶段辅食消费量 资料来源：公开资料整理

据业内人士的不完全测算，婴幼儿辅助食品的市场2014年市场需求量约为19.6万吨，2015年消费增长至26.6万吨，2017年消费量增长至39.6万吨，随着国内婴幼儿辅食渗透率的不断增长，预计未来我国婴幼儿辅食消费量也将会保持快速增长。

2013-2018年中国婴幼儿辅食消费量 资料来源：中国报告网整理

当前我国婴幼儿辅食产品结构如下，其中米粉产品占比最高，达到52%，其次是磨牙棒和果汁果泥产品，占比分别为17%和12%。

2017年中国婴幼儿辅食产品结构 资料来源：中国报告网整理

随着经济的快速发展，我国家庭的消费水平对婴幼儿辅食的需求逐步提高，婴幼儿的营养与健康状况有了明显改善。目前市场上泥糊类婴幼儿辅食的价格约为6~13元/120g，麦谷类为15~24元/225g，并且此类食品的价格目前保持上升趋势。截止2017年我国婴幼儿辅食行业市场规模已经达到331.2亿元。

2013-2018年中国婴幼儿辅食行业市场规模 资料来源：中国报告网整理

目前80后、90后父母们逐渐成为婴幼儿辅食市场的消费主体，虽然国内婴幼儿辅食市场百花斗艳，品牌、产品琳琅满目。然而，辅食产品却良莠不齐，80后、90后父母“忧”从中来，商家也“忧”思不已，各诉其衷。如何树立消费者对婴幼儿辅食品牌的信心，解除买卖双方内心之“忧”，是当前婴幼儿辅食市场亟待解决的问题。其实，80后、90后父母对于产品的要求不仅仅是质量、科学品质的保证，也重视产品外形设计、个性化以及人性化的功能。

针对这一现象，辅食产品可以在包装、设计、服务上逐渐朝着“80后、90后”的消费观念靠近，更要在一些细节上完胜对手，比如营养饼干有动物形状、字母形状、数字形状等多种造型，这样也会增加宝宝的食欲，方便喂养。相信这将成为行业的发展趋势。（FSW）

观研天下发布的《2019年中国婴儿辅食行业分析报告-行业深度分析与投资前景预测》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国婴儿辅食行业发展概述

第一节 婴儿辅食行业发展情况概述

- 一、婴儿辅食行业相关定义
- 二、婴儿辅食行业基本情况介绍
- 三、婴儿辅食行业发展特点分析

第二节 中国婴儿辅食行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、婴儿辅食行业产业链条分析
- 三、中国婴儿辅食行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国婴儿辅食行业生命周期分析

- 一、婴儿辅食行业生命周期理论概述
- 二、婴儿辅食行业所属的生命周期分析

第四节 婴儿辅食行业经济指标分析

- 一、婴儿辅食行业的赢利性分析
- 二、婴儿辅食行业的经济周期分析
- 三、婴儿辅食行业附加值的提升空间分析

第五节 国中婴儿辅食行业进入壁垒分析

- 一、婴儿辅食行业资金壁垒分析

二、婴儿辅食行业技术壁垒分析

三、婴儿辅食行业人才壁垒分析

四、婴儿辅食行业品牌壁垒分析

五、婴儿辅食行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球婴儿辅食行业市场发展现状分析

第一节 全球婴儿辅食行业发展历程回顾

第二节 全球婴儿辅食行业市场区域分布情况

第三节 亚洲婴儿辅食行业地区市场分析

一、亚洲婴儿辅食行业市场现状分析

二、亚洲婴儿辅食行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲婴儿辅食行业市场前景分析

第四节 北美婴儿辅食行业地区市场分析

一、北美婴儿辅食行业市场现状分析

二、北美婴儿辅食行业市场规模与市场需求分析

三、北美婴儿辅食行业市场前景分析

第五节 欧盟婴儿辅食行业地区市场分析

一、欧盟婴儿辅食行业市场现状分析

二、欧盟婴儿辅食行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟婴儿辅食行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界婴儿辅食行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球婴儿辅食行业市场规模预测

第三章 中国婴儿辅食产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品婴儿辅食总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国婴儿辅食行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国婴儿辅食产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国婴儿辅食行业运行情况

第一节 中国婴儿辅食行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国婴儿辅食行业市场规模分析

第三节 中国婴儿辅食行业供应情况分析

第四节 中国婴儿辅食行业需求情况分析

第五节 中国婴儿辅食行业供需平衡分析

第六节 中国婴儿辅食行业发展趋势分析

第五章 中国婴儿辅食所属行业运行数据监测

第一节 中国婴儿辅食所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国婴儿辅食所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国婴儿辅食所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国婴儿辅食市场格局分析

第一节 中国婴儿辅食行业竞争现状分析

一、中国婴儿辅食行业竞争情况分析

二、中国婴儿辅食行业主要品牌分析

第二节 中国婴儿辅食行业集中度分析

一、中国婴儿辅食行业市场集中度分析

二、中国婴儿辅食行业企业集中度分析

第三节 中国婴儿辅食行业存在的问题

第四节 中国婴儿辅食行业解决问题的策略分析

第五节 中国婴儿辅食行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国婴儿辅食行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国婴儿辅食行业消费特点

第二节 中国婴儿辅食行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 婴儿辅食行业成本分析

第四节 婴儿辅食行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国婴儿辅食行业价格现状分析

第六节 中国婴儿辅食行业平均价格走势预测

一、中国婴儿辅食行业价格影响因素

二、中国婴儿辅食行业平均价格走势预测

三、中国婴儿辅食行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国婴儿辅食行业区域市场现状分析

第一节 中国婴儿辅食行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区婴儿辅食市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区婴儿辅食市场规模分析

四、华东地区婴儿辅食市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区婴儿辅食市场规模分析

四、华中地区婴儿辅食市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区婴儿辅食市场规模分析

第九章 2016-2018年中国婴儿辅食行业竞争情况

第一节 中国婴儿辅食行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国婴儿辅食行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国婴儿辅食行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 婴儿辅食行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国婴儿辅食行业发展前景分析与预测

第一节 中国婴儿辅食行业未来发展前景分析

一、婴儿辅食行业国内投资环境分析

二、中国婴儿辅食行业市场机会分析

三、中国婴儿辅食行业投资增速预测

第二节 中国婴儿辅食行业未来发展趋势预测

第三节 中国婴儿辅食行业市场发展预测

一、中国婴儿辅食行业市场规模预测

二、中国婴儿辅食行业市场规模增速预测

三、中国婴儿辅食行业产值规模预测

四、中国婴儿辅食行业产值增速预测

五、中国婴儿辅食行业供需情况预测

第四节 中国婴儿辅食行业盈利走势预测

一、中国婴儿辅食行业毛利润同比增速预测

二、中国婴儿辅食行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国婴儿辅食行业投资风险与营销分析

第一节 婴儿辅食行业投资风险分析

一、婴儿辅食行业政策风险分析

二、婴儿辅食行业技术风险分析

三、婴儿辅食行业竞争风险

四、婴儿辅食行业其他风险分析

第二节 婴儿辅食行业企业经营发展分析及建议

一、婴儿辅食行业经营模式

二、婴儿辅食行业销售模式

三、婴儿辅食行业创新方向

第三节 婴儿辅食行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2019-2025年中国婴儿辅食行业发展策略及投资建议

第一节 中国婴儿辅食行业品牌战略分析

- 一、婴儿辅食企业品牌的重要性
- 二、婴儿辅食企业实施品牌战略的意义
- 三、婴儿辅食企业品牌的现状分析
- 四、婴儿辅食企业的品牌战略
- 五、婴儿辅食品牌战略管理的策略

第二节中国婴儿辅食行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国婴儿辅食行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国婴儿辅食行业发展策略及投资建议

第一节中国婴儿辅食行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国婴儿辅食行业定价策略分析

第三节中国婴儿辅食行业营销渠道策略

- 一、婴儿辅食行业渠道选择策略
- 二、婴儿辅食行业营销策略

第四节中国婴儿辅食行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国婴儿辅食行业重点投资区域分析
- 二、中国婴儿辅食行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/374876374876.html>