

2010-2014年中国婴儿食品市场深度调研与投资盈利能力预测报告

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《2010-2014年中国婴儿食品市场深度调研与投资盈利能力预测报告》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/7819078190.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

第一章 2009-2010年中国婴儿食品业运行环境解析

第一节 中国人口出生率情况

- 一、中国人口出生率和生育率的地区差别
- 二、中国人口出生率呈持续下降趋势
- 三、中国的第四次生育高峰

第二节 中国人口增长及结构分析

- 一、人口总量及人口结构
- 二、中国人口发展取得的成就
- 三、中国人口发展面临的挑战

第三节 2009-2010年国内宏观经济环境及影响分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、进出口总额及增长率分析
- 五、社会消费品零售总额

第四节 2009-2010年中国婴儿食品行业政策环境分析

- 一、《奶业整顿和振兴规划纲要》要点解析
- 二、乳制品三聚氰胺检测方法国家标准
- 三、《奶粉及婴幼儿食品的部分营养质量和卫生指标》
- 四、乳制品原料和产品都要逐批检验
- 五、《乳品质量安全监督管理条例》
- 六、2009年《食品安全法》的实施对婴幼儿奶粉的影响
- 七、2009年中国奶粉收储政策分析
- 八、乳制品工业产业政策（2009年修订）对婴幼儿奶粉企业的影响

第五节 2009-2010年中国婴儿食品政策环境分析

- 一、人们的消费观念
- 二、三聚氰胺事件使消费者对国产婴幼儿奶粉产量信任危机

第二章 2009-2010年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节 2009-2010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 2009-2010年中国婴儿食品产量增长情况

第三节 2009-2010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 2009-2010年中国婴儿食品业热点问题探讨

第三章 2009-2010年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节 2009-2010年中国婴儿食品行业产能分析

一、主要生产企业及其产能

二、婴儿食品行业产能扩张趋势

三、重点省区产能分析

第二节 2009-2010年中国婴儿食品市场需求状况分析

一、婴儿食品消费需求特征分析

二、中国婴儿食品消费量分析

三、我国婴儿食品消费量

四、婴儿食品各细分产品消费量

第三节 2009-2010年中国婴儿食品行业市场供需平衡分析

第四节 2009-2010年中国影响婴儿食品行业供需关系的主要因素

第四章 2009-2010年中国婴儿食品细分市场运行透析——婴儿奶粉

第一节 2009-2010年全球婴幼儿奶粉市场动态分析

一、国际奶荒国内多种奶粉涨价

二、英特儿新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场

三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题

四、斯里兰卡婴幼儿奶粉市场情况

五、印度婴幼儿奶粉政策环境

第二节 2009-2010年中国婴幼儿奶粉市场运行综述

一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长

二、国内品牌需加大研发力度

三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析

四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显

第三节 2009年中国婴儿配方奶粉市场调研

一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式

二、婴儿配方奶粉类型

三、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况

四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况

五、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因

六、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况

七、消费者购买婴儿配方奶粉的途径

八、消费者对婴儿配方奶粉了解途径

九、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况

十、消费者正在使用的婴儿配方奶粉品牌情况

第四节 2009-2010年中国婴幼儿产品结构分析

一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成

二、婴幼儿奶粉中端市场分析

三、婴幼儿奶粉高端市场分析

四、中高档配方奶粉市场分析

五、婴幼儿奶粉市场价格的空档

第五节 2009年中国婴幼儿奶粉市场需求分析

一、中国婴幼儿奶粉年需30万吨

二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升

四、2009年一季度广东奶粉进口倍增

五、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成

六、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代

七、婴幼儿奶粉市场暗战升级

第六节 2009-2010年中国婴幼儿奶粉市场盈利预测

第五章 2009-2010年中国婴儿食品其它细分市场运行剖析

第一节 婴儿辅食

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

五、婴儿辅食典型企业

第二节 婴儿保健食品

一、中国医药发力孕婴保健市场

二、婴儿保健食品市场消费情况

三、婴儿保健食品需标注营养含量

四、婴儿保健食品研发现状

五、婴儿保健食品质量抽检情况

六、婴儿保健食品发展趋势

第六章 2009-2010年中国婴儿食品进出口贸易市场透析

第一节 2009-2010年中国婴儿食品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

第二节 2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口数据统计情况（19011000）

- 一、2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口量及金额统计
- 二、2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口量及金额统计
- 三、2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口价格分析

第三节 2010-2014年中国婴儿食品进出口趋势预测分析

第七章 2009-2010年中国婴儿食品行业市场营销模式与策略分析

第一节 2009-2010年中国婴儿食品主要营销模式分析

- 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 2009-2010年中国婴儿食品营销策略分析

- 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 2009-2010年中国婴儿食品企业营销模式建议

- 一、婴儿食品企业的国内营销模式建议
- 二、婴儿食品企业海外营销模式建议

第四节 2010-2014年中国婴儿食品行业市场营销发展趋势

- 一、展望中国婴儿食品营销未来
- 二、未来婴儿食品营销模式发展趋势

第八章 2009-2010年中国婴儿食品行业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国婴儿食品行业市场竞争总况

- 一、婴儿食品市场竞争激烈
- 二、婴儿乳品市场竞争加剧
- 三、中国婴儿保健食品市场竞争分析

第二节 2009-2010年中国婴儿食品集中度分析

- 一、婴儿食品市场集中度分析
- 二、婴儿食品区域集中度分析

第三节 2009-2010年中国婴儿食品竞争策略分析

第九章 2009-2010年婴儿食品行业知名品牌企业竞争力与关键性数据分析

第一节 北京三元食品股份有限公司（600429）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

第二节 黑龙江省完达山乳业股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第三节 黑龙江雅士利乳业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第四节 澳优乳品(湖南)有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第五节 哈尔滨太子乳品工业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第六节 黑龙江飞鹤乳业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第七节 黑龙江光明松鹤乳品有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 惠氏（上海）营养品有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 美赞臣（广州）有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十章 2010-2014年中国婴儿食品行业前景展望与趋势预测分析

第一节 2010-2014年中国婴儿食品行业市场预测分析

一、中国婴儿食品季节特征分析

二、中国婴儿食品产品趋势分析

第二节 2010-2014年中国婴儿食品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 2010-2014年中国婴儿食品行业盈利预测分析

第十一章 2010-2014年中国婴儿食品行业投资战略研究

第一节 2009-2010年中国婴儿食品投资环境分析

第二节 2010-2014年中国婴儿食品行业投资价值分析

一、婴儿食品投资热点分析

三、婴儿食品区域投资潜力分析

四、投资价值综合分析

第三节 2010-2014年中国婴儿食品行业投资风险分析

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 2010-2014年中国婴儿食品行业投资策略及专家观点点评

一、市场定位

二、重点区域

三、权威专家投资建议

图表目录：

图表：中国人口出生情况

图表：中国人口地区分布状况

图表：中国人口结构面临的六大问题

图表：婴儿食品行业主要细分产品

图表：婴儿食品行业产业链分析

图表：2009-2010年中国婴儿食品主要生产企业及其产能

图表：2009-2010年中国婴儿食品行业产能扩张趋势

图表：2009-2010年中国婴儿食品重点省区产能分析

图表：2009-2010年中国婴儿食品消费需求特征分析

图表：2009-2010年中国婴儿食品消费量分析

图表：2009-2010年中国婴儿食品消费量

图表：2009-2010年中国婴儿食品各细分产品消费量

图表：2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口量统计

图表：2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口金额统计

图表：2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口量统计

图表：2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口金额统计

图表：2006-2009年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口价格分析

图表：2010-2014年中国婴儿食品行业产能预测

图表：2010-2014年中国婴儿食品行业消费量预测

图表：2010-2014年中国婴儿食品行业市场前景预测

图表：2010-2014年中国婴儿食品行业市场价格走势预测

图表：2010-2014年中国婴儿食品行业发展前景预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/7819078190.html>