

中国儿童食品行业发展趋势分析与投资前景研究 报告（2022-2029年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国儿童食品行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600087.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

儿童食品并没有明确的定义。市场上的儿童食品只是商家根据营销需求，自行在标准范围内进行的调整、宣传的概念、噱头。通常来讲，儿童食品是合适儿童吃的食品统称，主要划分为儿童主食、辅食、鲜食和零食等品类。

一、市场发展现状

近年来随着国民消费力的稳步提升，儿童食品消费投入也促进了“宝宝经济”相关产品的持续发展。在儿童的日常消费中，食品消费是一项重要的支出。

儿童食品归属于食品产业。近年来随着我国经济的快速发展及人均可支配收入的增加，我国人均食品烟酒支出也随之逐年递增，为我国食品行业提供了广阔的发展空间。据资料显示，2021年我国人均食品烟酒支出为7178元，同比增长%，占人均消费支出的67.4%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

目前我国食品市场正处于快速发展的早期成熟阶段，未来市场有着较大的容量。数据显示，2020年我国休闲食品市场规模从2019年986亿美元增长至1363亿美元，预计2023年可达1717亿美元。而儿童食品市场规模约为休闲零食市场规模的十分之一，预估2023年我国儿童食品市场规模将达210亿美元。

虽然市场向好，但目前我国并没有设置专门的“儿童食品”分类，“儿童食品”尚缺乏专门的法律法规与食品安全国家标准，更像是一种营销手段。且由于入局企业的水平参差不齐，则暴露的问题逐渐增加，例如往往某个产品销售好，市场上立刻会出现无数个品牌的产品，加之代工厂集中、研发能力不足，从而使得同质化问题突出。因此有多名专家呼吁有关部门应加大监管力度，对“儿童食品”设置相应的食品标准，提高准入门槛；同时多渠道加强对家长的营养知识教育，让家长理性挑选真正适合孩子的食品。

二、市场发展利好因素

随着居民健康意识的提升、消费升级以及家长对儿童饮食的重视，儿童食品市场正显示出强大的生机。其中儿童零食已然成为一个有着很大商机的细分赛道，成为大零食行业下的超级蓝海市场。根据中国副食流通协会、农业农村部食物与营养发展研究所等联合发布的《儿童零食市场调查白皮书》预测，到2023年我国儿童零食市场将以10%—15%的年复合增长率稳定增长。而这主要得益于以下几点：

一是庞大的人口群体为儿童食品奠定消费基础。据了解，0-14岁儿童是中国智能玩具行业的主要使用群体，因此中国0-14岁儿童总体数量增加为智能玩具行业市场规模扩大奠定消费群体基础。目前国家已经全面放开三胎政策，在2022年的两会上又开始讨论起鼓励生育的政策。可以看出，未来国家的政策方向肯定是要促进人口增长的，儿童数量会不断增加，从而在一定程度上也将带动智能玩具需求的增长。根据普查数据显示，2020年我国0-14岁少儿人口数量达到了25338万人，比2010年增加了3092万人，占人口总数的17.95%，占比上升

了1.35个百分点。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

二是近年来中国国民经济保持快速增长态势，中国居民人均可支配收入以及消费支出不断增加，为中国奶瓶行业的稳定发展奠定良好的经济基础。根据数据显示，2021年我国居民人均可支配收入35128元，比上年名义增长9.1%；居民人均消费支出24100元，比上年名义增长13.6%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

三是得益于80、90后父母普遍受教育程度的提高，在养娃过程中“精细化”意识不断提升，家庭支出中儿童部分水涨船高。据统计，80%家庭中儿童支出占家庭消费支出的30%-50%，而其中在儿童的日常消费中，零食是不可省去的“刚需”。

四是零食在我国儿童青少年日常饮食中的地位日益凸显，已经成为儿童饮食中的重要组成部分。有相关资料显示，目前我国儿童青少年零食消费总量占食物总消费量的21%左右，3~5岁、6~12岁、13~17岁儿童青少年每天吃零食的百分比分别为71.8%、64.7%和61.2%，儿童的膳食中由零食提供的能量占7.7%，膳食纤维占18.2%，维生素C占17.9%，钙9.9%，维生素E占9.7%。

数据来源：观研天下整理

五是家长对健康零食的需求也日渐提高，尤其是千禧一代的母亲，她们每月购买的健康零食要比之前任何一代都更多。80后、90后、00后家长购买儿童零食时，天然/健康/无添加是妈妈们购买零食时最关注的因素，占比为63.5%；其次是营养/成分/配方搭配、保质期和品牌，占比分别为60.3%、33.3%、30.2%。

数据来源：天猫调研，观研天下整理

六是考虑到品质、安全、营养、健康等因素，绝大多数儿童家长会选择购买有儿童食品标识字样的零食。有数据显示，约有84.8%的家长倾向于给孩子购买标有“儿童”字样的食品。

数据来源：天猫调研，观研天下整理

七是儿童食品市场逐渐规范。儿童食品这一概念在国内首次明确提出是在2020年5月发布的《儿童零食通用要求》，它对儿童零食在营养、健康方面进行了明确的规定，填补了国内儿童零食标准的空白，但该标准不具有强制性。

2022年全国两会上，全国政协委员高洁建议应加强专门针对未成年人食品包装标识的立法，明确“儿童食品”的专门分类，对未成年人食品的营养成分标识、食品添加剂要求、食品安全标准等进行明确规定。全国人大代表姚鹃在《关于推动儿童食品标准化规范化健康发展的

建议》中表示，建议建立《儿童速冻食品》《儿童预制菜（具体菜品）》《儿童糕点》等系列标准，逐渐建立和完善以儿童正餐、儿童加餐、儿童零食等为框架的“儿童食品”标准体系。

同年3月，中国青少年儿童健康安全食品营养标准专家研讨会透露，2022年中国青少年儿童健康安全食品管理委员会的重点工作就是推动青少年儿童身体健康营养标准的制定。新推出的标准将根据青少年的年龄，划分为0—6岁、6—13岁、13—18岁几个阶段，将从安全营养成分、感官、理化、微生物、污染物以及真菌毒素等7个方面来规范青少年儿童健康安全食品的具体要求，让青少年儿童食品的安全有规可依。

2022年5月17日，依托国家食品安全标准制定的国内首个儿童零食团标《儿童零食通用要求》再次修订发布，儿童零食类标准进一步细分，并对儿童糖果巧克力等零食增设全新门槛。与此同时，同批通审的儿童食品相关团体标准《“食育加佳”认证通则》、《儿童糖果巧克力通用要求》也一起发布。

三、市场竞争情况

有上述可见，我国儿童食品市场有着广阔的发展空间。而面对上述巨大的市场，资本也循香而来，近两年国内儿童食品市场涌现出了许多的创新品牌。例如2016年，婴童食品品牌“宝宝馋了”创立；2019年，儿童奶酪品牌“妙飞”成立；2020年，婴幼儿辅食品牌“窝小芽”创立；同年良平铺子、百草味、三只松鼠等零食巨头也纷纷成立相关儿童零食子品牌；2021年薄荷健康儿童营养子品牌“薄荷之森”新希望高端儿童健康食品子品牌“象爸星球”等。

但总体来看，自2020年儿童零食品牌快速崛起以来，用户需求的激增加速市场持续扩容，越来越多玩家入局。目前我国儿童零食市场的竞争格局相对分散，这其中主要有几类：

资料来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国儿童食品行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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家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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国儿童食品行业发展概述

第一节 儿童食品行业发展情况概述

一、儿童食品行业相关定义

二、儿童食品特点分析

三、儿童食品行业基本情况介绍

四、儿童食品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、儿童食品行业需求主体分析

第二节 中国儿童食品行业生命周期分析

一、儿童食品行业生命周期理论概述

二、儿童食品行业所属的生命周期分析

第三节 儿童食品行业经济指标分析

一、儿童食品行业的赢利性分析

二、儿童食品行业的经济周期分析

三、儿童食品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球儿童食品行业市场发展现状分析

第一节 全球儿童食品行业发展历程回顾

第二节 全球儿童食品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲儿童食品行业地区市场分析

一、亚洲儿童食品行业市场现状分析

二、亚洲儿童食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲儿童食品行业市场前景分析

第四节北美儿童食品行业地区市场分析

一、北美儿童食品行业市场现状分析

二、北美儿童食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美儿童食品行业市场前景分析

第五节欧洲儿童食品行业地区市场分析

一、欧洲儿童食品行业市场现状分析

二、欧洲儿童食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲儿童食品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界儿童食品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球儿童食品行业市场规模预测

第三章 中国儿童食品行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对儿童食品行业的影响分析

第三节中国儿童食品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对儿童食品行业的影响分析

第五节中国儿童食品行业产业社会环境分析

第四章 中国儿童食品行业运行情况

第一节中国儿童食品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

第二节中国儿童食品行业市场规模分析

一、影响中国儿童食品行业市场规模的因素

二、中国儿童食品行业市场规模

三、中国儿童食品行业市场规模解析

第三节中国儿童食品行业供应情况分析

一、中国儿童食品行业供应规模

二、中国儿童食品行业供应特点

第四节中国儿童食品行业需求情况分析

一、中国儿童食品行业需求规模

二、中国儿童食品行业需求特点

第五节中国儿童食品行业供需平衡分析

第五章 中国儿童食品行业产业链和细分市场分析

第一节中国儿童食品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、儿童食品行业产业链图解

第二节中国儿童食品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对儿童食品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对儿童食品行业的影响分析

第三节我国儿童食品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国儿童食品行业市场竞争分析

第一节中国儿童食品行业竞争现状分析

一、中国儿童食品行业竞争格局分析

二、中国儿童食品行业主要品牌分析

第二节中国儿童食品行业集中度分析

一、中国儿童食品行业市场集中度影响因素分析

二、中国儿童食品行业市场集中度分析

第三节中国儿童食品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国儿童食品行业模型分析

第一节中国儿童食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国儿童食品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国儿童食品行业SWOT分析结论

第三节中国儿童食品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国儿童食品行业需求特点与动态分析

第一节中国儿童食品行业市场动态情况

第二节中国儿童食品行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节儿童食品行业成本结构分析

第四节儿童食品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国儿童食品行业价格现状分析

第六节中国儿童食品行业平均价格走势预测

- 一、中国儿童食品行业平均价格趋势分析
- 二、中国儿童食品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国儿童食品行业所属行业运行数据监测

第一节中国儿童食品行业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

第二节中国儿童食品行业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

第三节中国儿童食品行业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

第十章 2018-2022年中国儿童食品行业区域市场现状分析

第一节中国儿童食品行业区域市场规模分析

- 一、影响儿童食品行业区域市场分布的因素
- 二、中国儿童食品行业区域市场分布

第二节中国华东地区儿童食品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区儿童食品行业市场分析
 - (1) 华东地区儿童食品行业市场规模
 - (2) 华南地区儿童食品行业市场现状

(3) 华东地区儿童食品行业市场规模预测

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、华中地区儿童食品行业市场分析

(1) 华中地区儿童食品行业市场规模

(2) 华中地区儿童食品行业市场现状

(3) 华中地区儿童食品行业市场规模预测

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、华南地区儿童食品行业市场分析

(1) 华南地区儿童食品行业市场规模

(2) 华南地区儿童食品行业市场现状

(3) 华南地区儿童食品行业市场规模预测

第五节华北地区儿童食品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区儿童食品行业市场分析

(1) 华北地区儿童食品行业市场规模

(2) 华北地区儿童食品行业市场现状

(3) 华北地区儿童食品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区儿童食品行业市场分析

(1) 东北地区儿童食品行业市场规模

(2) 东北地区儿童食品行业市场现状

(3) 东北地区儿童食品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区儿童食品行业市场分析

(1) 西南地区儿童食品行业市场规模

(2) 西南地区儿童食品行业市场现状

(3) 西南地区儿童食品行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区儿童食品行业市场分析

(1) 西北地区儿童食品行业市场规模

(2) 西北地区儿童食品行业市场现状

(3) 西北地区儿童食品行业市场规模预测

第十一章 儿童食品行业企业分析（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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国儿童食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国儿童食品行业未来发展前景分析

- 一、儿童食品行业国内投资环境分析
- 二、中国儿童食品行业市场机会分析
- 三、中国儿童食品行业投资增速预测

第二节 中国儿童食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国儿童食品行业规模发展预测

- 一、中国儿童食品行业市场规模预测
- 二、中国儿童食品行业市场规模增速预测
- 三、中国儿童食品行业产值规模预测
- 四、中国儿童食品行业产值增速预测
- 五、中国儿童食品行业供需情况预测

第四节 中国儿童食品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国儿童食品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国儿童食品行业进入壁垒分析

- 一、儿童食品行业资金壁垒分析
- 二、儿童食品行业技术壁垒分析
- 三、儿童食品行业人才壁垒分析
- 四、儿童食品行业品牌壁垒分析
- 五、儿童食品行业其他壁垒分析

第二节 儿童食品行业风险分析

- 一、儿童食品行业宏观环境风险

二、儿童食品行业技术风险

三、儿童食品行业竞争风险

四、儿童食品行业其他风险

第三节中国儿童食品行业存在的问题

第四节中国儿童食品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国儿童食品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国儿童食品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国儿童食品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 儿童食品行业营销策略分析

一、儿童食品行业产品策略

二、儿童食品行业定价策略

三、儿童食品行业渠道策略

四、儿童食品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202206/600087.html>