

2017-2022年中国婴幼儿辅食市场运营现状及十三五投资价值评估报告

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《2017-2022年中国婴幼儿辅食市场运营现状及十三五投资价值评估报告》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/liangshi/261723261723.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

婴幼儿食品的主要原料来源于水果蔬菜、生鲜乳生产、乳制品原料、粮食生产、包装物等行业。婴幼儿食品行业直接面向消费者，我国每年约有1,600万新生儿诞生，保证了婴幼儿食品行业拥有广阔的消费群体。

中国报告网发布的《2017-2022年中国婴幼儿辅食市场运营现状及十三五投资价值评估报告》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。

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。

报告目录：

第一章2016年世界婴幼儿辅食产业运行概况

第一节2016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2014-2016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2016年全球婴幼儿辅食市场供需分析分析

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2016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2017-2022年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析

第二章中国婴幼儿辅食行业发展环境分析

第一节2016年中国人口结构分析

- 一、中国人口出生情况
- 二、中国人口地区分布状况
- 三、中国人口规模及结构分析
- 四、中国人口结构面临的六大问题

第二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、2016年中国宏观经济发展预测分析

第三节2016年中国纸尿裤行业社会环境分析

- 一、消费观念
- 二、中国居民收入情况
- 三、城市化和人民生活水平

第三章2016年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节2016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2016年中国婴儿食品产量增长情况

第三节2016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2016年中国婴儿食品业热点问题探讨

第四章2012年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节2012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2016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2012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2016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2016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2012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2012年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析

第一节2016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2014-2016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2017-2022年中国婴幼儿辅食进出口趋势预测分析

第九章2016年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析

第一节2016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2016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2016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2017-2022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2016年中国婴幼儿辅食市场竞争格局分析

第一节2016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2016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2017-2022年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析

第十一章2012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2012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

第八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2017-2022年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析

第一节2017-2022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2017-2022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2017-2022年中国婴儿辅食行业盈利预测分析

第十四章2017-2022年中国婴儿辅食行业投资规划建议研究

第一节2016年中国婴儿辅食投资环境分析

第二节2017-2022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2017-2022年中国婴儿辅食行业投资前景分析

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2017-2022年中国婴儿辅食行业投资前景研究及专家观点点评

一、市场定位

二、重点区域

三、中国报告网数据投资建议

图表目录：部分

图表：2014-2016年全球婴幼儿食品市场规模走势图

图表：国外品牌婴幼儿奶粉零售价格走势单位：元/公斤

图表：2016年全球婴幼儿食品市场格局

图表：2014-2016年全球供婴幼儿食用的零售包装食品进出口贸易金额走势图

图表：2014-2016年全球供婴幼儿食用的零售包装食品进出口贸易数据（美元）

图表：2014-2016年全球供婴幼儿食用的零售包装食品累计进口金额TOP

图表：2014-2016年全球供婴幼儿食用的零售包装食品累计出口金额TOP

图表：2003-2016年全球人口数量统计图

图表：2014-2016年全球人口数量分国家和地区统计（个）

图表：1980-2016年俄罗斯粗出生率（每千人）

图表：1980-2016年美国粗出生率（每千人）

图表：全球主要婴幼儿辅食品牌简介

图表：全球婴幼儿辅食销售区域分布

图表：2014-2016年英国供婴幼儿食用的零售包装食品

图表：俄罗斯婴幼儿辅食消费区域分布

图表：2014-2016年俄罗斯供婴幼儿食用的零售包装食品

图表：2014-2016年法国供婴幼儿食用的零售包装食品

图表：2014-2016年日本供婴幼儿食用的零售包装食品

图表：婴儿食品行业主要细分产品

图表：2006-2016年我国婴幼儿奶粉市场规模及增速统计（亿元，%）

图表：2014-2016年中国婴幼儿辅食行业市场规模情况（单位：亿元）

图表：2006-2016年我国婴幼儿米粉市场规模及增速统计（亿元，%）

图表：婴幼儿食品行业产业链示意图

图表：2014-2016年中国婴幼儿奶粉产量

图表：2014-2016年我国婴幼儿辅食行业产量及增长率分析

图表：2010年1月-2016年4月中国牛奶产品价格走势（单位：元/升）

图表：2011年1月-2016年4月全国国外品牌婴幼儿奶粉零售价格走势单位：元/公斤

图表：2012年1月-2016年4月全国国产品牌婴幼儿奶粉零售价格走势（单位：元/公斤）

图表：2012年1月-2016年4月全国大米零售价格走势（单位：元/公斤）

图表：2014-2016年我国婴幼儿辅食行业市场消费量及增长率

图表：2016年中国婴幼儿辅食行业主要生产企业及其产能

图表：2017-2022年我国婴幼儿辅食行业产能增长统计

图表：重点省区产能分析

图表：婴幼儿辅食各细分产品消费量占比分析

（GYZT）

图表详见正文·····

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liangshi/261723261723.html>