

# 2018-2024年中国婴幼儿辅食食品行业深度调研与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国婴幼儿辅助食品行业深度调研与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201805/18-261588.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录：

第一章 2015-2017年世界婴幼儿辅助食品产业运行概况 1

第一节 2015-2017年世界婴幼儿食品业运载概况 1

一、国际婴儿食品行业发展成熟度分析 1

二、主要婴儿食品价格走势分析 1

三、国际婴儿食品市场竞争分析 2

第二节 2015-2017年世界婴幼儿辅助食品市场环境分析 2

一、世界人口增长趋势分析 2

二、俄罗斯出生人口发展情况 3

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势 3

四、生育率提高推动法国人口快速增长 4

五、英国人口出生率大幅上升 4

六、俄罗斯用经济手段提高生育率 5

七、法国迎来25年来最大婴儿潮 5

第三节 2015-2017年全球婴幼儿辅助食品市场运行态势分析 6

一、全球婴幼儿辅助食品新品研发分析 6

二、全球婴幼儿辅助食品品牌分析 7

三、全球婴幼儿辅助食品销售分析 7

第四节 2015-2017年全球婴幼儿辅助食品发展规模预测 8

第五节 2013-2017年世界婴幼儿辅助食品行业新趋势探析 9

第二章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品市场运行环境解析 9

第一节 2015-2017年中国人口结构分析 9

一、中国人口出生情况 9

二、中国人口地区分布状况 10

三、中国人口规模及结构分析 19

四、中国人口结构面临的六大问题 19

第二节 2015-2017年国内经济环境分析 20

一、中国GDP分析 20

二、消费价格指数分析 20

三、城乡居民收入分析 21

四、社会消费品零售总额 22

五、全社会固定资产投资分析 23

六、进出口总额及增长率分析 23

第三节 2015-2017年中国婴儿辅食行业社会环境分析 24

一、消费观念 24

二、中国居民收入情况 24

三、城市化和人民生活水平 25

第三章 2015-2017年中国婴儿食品行业运行新形势透析 27

第一节 2015-2017年中国婴儿食品行业基本特征 27

一、婴儿食品行业主要细分产品 27

二、婴儿食品行业产业链分析 28

第二节 2015-2017年中国婴儿食品产量增长情况 28

第三节 2015-2017年中国婴儿食品行业成本结构分析 29

一、原材料成本 29

二、研发和设计成本 29

三、知识产权使用许可费 29

四、劳动力成本 30

第四节 2015-2017年中国婴儿食品业热点问题探讨 30

第四章 2015-2017年中国婴儿食品行业市场供需状况分析 31

第一节 2015-2017年中国婴儿辅食市场运行总况 31

一、宝宝成长各阶段辅食各不同 31

二、母乳 辅食,混搭有讲究 32

三、我国婴幼儿辅助食品行业市场总量及年增长率 33

四、婴幼儿辅助食品业外资垄断被打破 33

第二节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品行业产能分析 34

一、主要生产企业及其产能 34

二、婴幼儿辅助食品行业产能扩张趋势 36

三、重点省区产能分析 37

第三节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品市场需求状况分析 38

- 一、婴幼儿辅助食品消费需求特征分析 38
- 二、中国婴幼儿辅助食品消费量分析 39
- 三、婴幼儿辅助食品各细分产品消费 40

## 第五章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品品牌及满意度调研 40

### 第一节 婴幼儿辅助食品总体满意度水平 40

- 一、消费者满意度研究的意义 40
- 二、婴幼儿辅助食品满意度指数与满意度分布 41
- 三、满意度水平群体差异 42
- 四、满意度水平区域差异 43

### 第二节 婴幼儿辅助食品主流品牌消费者满意度排名 44

- 一、主流辅食品牌界定 44
- 二、主流品牌消费者满意度排名 45
- 三、主流品牌消费者满意度区域差异 45

### 第三节 婴幼儿辅助食品主流品牌满意度原因分析 46

- 一、影响满意度的因素分析 46
- 二、主流品牌无质量问题率对比分析 46
- 三、主流品牌主要存在的问题对比分析 47

### 第四节 婴幼儿辅助食品品牌信任度分析 48

- 一、消费者信任的辅食品牌 48
- 二、婴幼儿辅助食品品牌信任度分析 48

## 第六章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品市场需求分析 48

### 第一节 婴幼儿消费水平与消费结构 48

- 一、婴幼儿总体消费水平 48
- 二、婴幼儿消费水平群体差异与区域差异 49
- 三、婴幼儿消费结构与发展趋势 50
- 四、婴幼儿消费结构群体差异与区域差异 50

### 第二节 婴幼儿辅助食品消费规模分析 51

- 一、婴幼儿辅助食品总体消费规模 51
- 二、婴幼儿辅助食品消费规模群体差异 51
- 三、婴幼儿辅助食品消费规模区域差异 51

### 第三节 婴幼儿辅助食品消费增值服务需求 52

#### 一、辅食消费增值服务需求总体状况 52

#### 二、辅食消费增值服务需求群体差异 52

#### 三、辅食消费增值服务需求区域差异 53

### 第四节 婴幼儿辅助食品未来消费信心 53

#### 一、辅食事件对消费者消费态度的影响 53

#### 二、辅食未来消费信心分析 54

#### 三、辅食未来消费信心分析群体差异与区域差异 54

## 第七章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品目标消费群体分析 55

### 第一节 婴幼儿辅助食品目标消费群体特征 55

#### 一、婴幼儿总量与结构分析 55

#### 二、不同年龄段辅食消费量分析 55

#### 三、婴幼儿家庭背景特征分析 56

### 第二节 婴幼儿辅助食品主流品牌目标消费者特征差异分析 57

#### 一、主流品牌区域市场优劣势分析 57

#### 二、主流品牌对应目标消费者特征 57

## 第八章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品进出口贸易市场透析 58

### 第一节 2013-2017年中国婴幼儿辅助食品进出口贸易现状综述 58

#### 一、进口规模 58

#### 二、出口规模 58

### 第二节 2013-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品市场进出口数据分析 59

#### 一、2013-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口统计 59

#### 二、2013-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口统计 60

#### 三、2013-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口价格对比 61

#### 四、中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口主要来源地及出口目的地 61

## 第九章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品行业市场营销模式与策略分析 67

### 第一节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品主要营销模式分析 67

#### 一、直营模式 67

#### 二、代理经销商模式 68

三、大型综合连锁卖场模式 69

四、网络营销 71

第二节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品营销策略分析 73

一、从生产导向转向市场导向 73

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争 74

三、从产品营销到品牌营销和文化营销 74

四、从单一的产品结构到产品系列化 74

第三节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品企业营销模式建议 74

一、婴幼儿辅助食品企业的国内营销模式建议 74

二、婴幼儿辅助食品企业海外营销模式建议 75

第四节 2018-2024年中国婴幼儿辅助食品行业市场营销发展趋势 75

一、展望中国婴幼儿辅助食品营销未来 75

二、未来婴幼儿辅助食品营销模式发展趋势 75

第十章 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品市场竞争态势分析 76

第一节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品竞争力体现 76

一、婴幼儿辅助食品营养成份竞争 76

二、婴幼儿辅助食品品牌竞争分析 76

三、婴幼儿辅助食品价格、成本竞争 77

第二节 2015-2017年中国婴幼儿辅助食品集中度分析 77

一、市场集中度分析 77

二、区域集中度分析 77

第三节 2018-2024年中国婴幼儿辅助食品竞争趋势分析 78

第十一章 2015-2017年全球婴儿辅食顶尖企业运行分析 78

第一节 雀巢米粉 78

一、企业概况 78

二、产品竞争力分析 78

三、市场销售形势 79

四、发展战略分析 79

第二节 嘉宝米粉 79

一、企业概况 79

- 二、产品竞争力分析 79
- 三、市场销售形势 80
- 四、发展战略分析 80

## 第十二章 2015-2017年中国婴儿辅食主体企业竞争性财务指标分析 81

### 第一节 上海惠氏营养品有限公司 81

- 一、公司基本概述 81
- 二、公司主要经营数据指标分析 81
- 三、公司竞争力分析 81
- 四、公司发展战略分析 82

### 第二节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 82

- 一、公司基本概述 82
- 二、公司主要经营数据指标分析 82
- 三、公司竞争力分析 83
- 四、公司发展战略分析 83

### 第三节 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司 83

- 一、公司基本概述 83
- 二、公司主要经营数据指标分析 83
- 三、公司竞争力分析 84
- 四、公司发展战略分析 84

### 第四节 亨氏(青岛)食品有限公司 84

- 一、公司基本概述 84
- 二、公司主要经营数据指标分析 84
- 三、公司竞争力分析 85
- 四、公司发展战略分析 85

### 第五节 广州市合生元生物制品有限公司 85

- 一、公司基本概述 85
- 二、公司主要经营数据指标分析 85
- 三、公司竞争力分析 86
- 四、公司发展战略分析 86

### 第六节 圣元营养食品有限公司 86

- 一、公司基本概述 86



- 二、 公司主要经营数据指标分析 87
- 三、 公司竞争力分析 87
- 四、 公司发展战略分析 88

第七节 完达山乳业股份有限公司 88

- 一、 公司基本概述 88
- 二、 公司主要经营数据指标分析 88
- 三、 公司竞争力分析 88
- 四、 公司发展战略分析 89

第八节 大连嘉合营养食品有限公司 89

- 一、 公司基本概述 89
- 二、 公司主要经营数据指标分析 89
- 三、 公司竞争力分析 90
- 四、 公司发展战略分析 90

第十三章 2018-2024年中国婴儿辅食行业投资战略研究 90

第一节 2015-2017年中国婴儿辅食投资环境分析 90

第二节 2018-2024年中国婴儿辅食行业投资风险分析 91

- 一、 市场竞争风险 91
- 二、 原材料价格波动的风险 91
- 三、 经营风险 92
- 四、 政策风险 92

第三节 2018-2024年中国婴儿辅食行业投资策略及观点点评 92

- 一、 市场定位 92
- 二、 重点区域 92
- 三、 分析师建议 93

第十四章 2018-2024年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析 93 (ZY ZM)

第一节 2018-2024年中国婴儿辅食行业市场预测分析 93

- 一、 中国婴儿辅食季节特征分析 93
- 二、 中国婴儿辅食产品趋势分析 94

第二节 2018-2024年中国婴儿辅食行业市场供需预测分析 95

- 一、 供给预测分析 95

二、需求量预测分析 95

三、市场竞争格局预测分析 96

第三节 2018-2024年中国婴儿辅食行业盈利预测分析 96

图表目录：

图表 1：2017年我国婴儿食品零售价格走势 1

图表 2：俄罗斯人口数量统计及预测 3

图表 3：世界婴儿辅食品牌及说明 7

图表 4：2017年中国人口地区分布情况 10

图表 5：2017年人口数及其构成 单位：万人 19

图表 6：2013-2017年2季度中国国内生产总值及增长率分析 单位：亿元 20

图表 7：2013-2017年国内居民消费价格指数 单位：% 21

图表 8：2013-2017年我国农村居民人均纯收入统计 单位：元 21

图表 9：2013-2017年我国城镇居民人均可支配收入统计 单位：元 22

图表 10：2013-2017年社会消费品零售总额统计 单位：亿元 22

图表 11：2013-2017年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23

图表 12：2013-2017年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 23

图表 13：2013-2017年我国农村居民人均纯收入统计 单位：元 25

图表 14：婴儿食品产业链模型 28

图表 15：2013-2017年我国婴幼儿食品行业产量统计 单位：万吨 28

图表 16：婴幼儿成长不同阶段所需辅食 32

图表 17：2013-2017年我国婴儿辅助食品市场规模及增长情况 单位：亿元 33

图表 18：米糊/米粉主要生产企业 34

图表 19：国外品牌婴儿奶粉生产企业 35

图表 20：国内品牌婴儿奶粉生产企业 35

图表 21：2017年我国婴儿食品行业产能集中度 38

图表 22：2013-2017年我国婴幼儿辅助食品消费量及增长情况 单位：万吨 40

图表 23：2013-2017年我国婴幼儿辅助食品细分产品消费规模 单位：亿元 40

图表 24：我国婴幼儿辅助食品满意度评价 42

图表 25：不同消费群体对婴幼儿辅助食品满意度 43

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201805/18-261588.html>