

# 2019-2025年中国婴幼儿食品行业前景研究与市场需求预测报告

## 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

《2019-2025年中国婴幼儿食品行业前景研究与市场需求预测报告》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/R0704/201906/04-297889.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

当前，全球婴幼儿食品市场都处于稳步发展阶段。其中，中国作为世界上数一数二的人口大国，又是经济发展上的新兴市场，其婴幼儿食品行业较之别国更是处于高速发展之列。随着全面二孩放开之后，婴童食品市场将更加火爆。2015年国内婴童食品市场规模已达1334.9亿元，同比增长16.1%。由于婴童食品呈刚性需求特征，未来发展空间更大，预计2018年国内市场有望突破2000亿元大关，达2221.2亿元。

婴幼儿食品行业做为一个产品多元化的市场，单一厂商很难独立提供整个市场所需的产品体系。因此，企业的策略一般是在细分市场或某些核心产品上占据优势地位，并利用其优势地位，通过深化产品附加值，丰富产品结构来适应市场的发展。

婴童食品可进一步细分为配方奶粉、干性辅食和其它特备食品三个大类，其中配方奶粉占据了半壁江山，未来在较低的母乳喂养率下，配方奶粉作为母乳替代品将更受消费者依赖，引发更大需求。婴幼儿辅食主要包括烘焙类食品、米粉、肉泥、果泥等。另外还包含专项营养增强的多种专用营养粉，随着人们对婴幼儿营养认识的不断增强，婴幼儿食品的消费习惯逐渐由仅仅为孩子购买奶粉等婴幼儿主要食品逐步向购买辅食以丰富婴幼儿饮食结构转换。

虽然食品饮料行业竞争激烈，但是婴幼儿食品行业是一个蕴藏大量发展机遇的行业，尤其是尚在转型期间的婴幼儿辅食市场发展潜力巨大。企业应当充分利用当前的市场机遇，选择最贴近市场的研发模式和产品，寻找细分市场的机会，力争迅速成长为业内独具特色的行业领导者。

### 报告目录 第一章 中国婴幼儿食品行业发展概况分析

#### 第一节 婴儿食品行业相关概述

##### 一、行业概述

##### 二、数据来源与统计口径

##### 三、婴儿食品行业研究背景具体解读及前景概述

#### 第二节 婴儿食品行业发展历程分析

#### 第三节 婴儿食品行业特征分析

##### 一、婴儿食品作用分析

##### 二、婴儿食品行业在国民经济中的地位

##### 三、婴儿食品行业周期性分析

##### 四、影响婴儿食品行业需求的关键因素分析

##### 五、婴儿食品行业主要竞争因素分析

#### 第四节 2016-2018年中国婴儿食品行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业所处的发展周期阶段分析
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业成熟度分析

## 第二章 婴幼儿食品产业相关行业发展概况

### 第一节 上游行业市场发展分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测

### 第二节 下游行业市场发展分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测

## 第三章 2016-2018年中国婴幼儿食品行业发展概况

### 第一节 2016-2018年中国婴幼儿食品行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

### 第二节 2016-2018年中国婴幼儿食品行业运营情况分析

- 一、我国婴幼儿食品行业营收分析
- 二、我国婴幼儿食品行业成本分析
- 三、我国婴幼儿食品行业利润分析

### 第三节 2016-2018年中国婴幼儿食品行业财务指标总体分析

- 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

## 第四章 2016-2018年中国婴幼儿食品行业整体运行状况

### 第一节 2016-2018年婴幼儿食品行业盈利能力分析

## 第二节 2016-2018年婴幼儿食品行业偿债能力分析

## 第三节 2016-2018年婴幼儿食品行业营运能力分析 第五章 2016-2018年中国婴幼儿食品进出口现状

### 第一节 2016-2018年婴幼儿食品出口情况

- 一、2016-2018年婴幼儿食品出口数量分析
- 二、2016-2018年婴幼儿食品出口金额分析
- 三、2016-2018年婴幼儿食品出口单价分析

### 第二节 2016-2018年婴幼儿食品进口情况

- 一、2016-2018年婴幼儿食品进口数量分析
- 二、2016-2018年婴幼儿食品进口金额分析
- 三、2016-2018年婴幼儿食品进口单价分析

## 第六章 中国婴幼儿食品行业市场竞争格局分析

### 第一节 婴幼儿食品行业主要竞争因素分析

- 一、行业内企业竞争
- 二、潜在进入者
- 三、替代产品威胁
- 四、供应商议价能力
- 五、需求客户议价能力

### 第二节 2018年中国婴幼儿食品行业竞争情况分析

- 一、婴幼儿食品行业竞争加剧
- 二、价格战是中国婴幼儿食品恶性竞争的根本原因
- 三、婴幼儿食品款式雷同阻碍产业发展

### 第三节 2018年中国婴幼儿食品行业竞争格局分析

- 一、婴幼儿食品行业竞争企业分析
- 二、婴幼儿食品品牌竞争情况分析

### 第四节 2018年中国婴幼儿食品行业竞争策略分析

## 第七章 2018年中国婴幼儿食品行业重点企业竞争力分析

### 第一节 伊利

- 一、公司简介
- 二、公司经营情况分析
- 三、公司主营业务及产品结构分析
- 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第二节 贝因美

### 一、公司简介

### 二、公司经营情况分析

### 三、公司主营业务及产品结构分析

### 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第三节 合生元

### 一、公司简介

### 二、公司经营情况分析

### 三、公司主营业务及产品结构分析

### 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第四节 三元食品

### 一、公司简介

### 二、公司经营情况分析

### 三、公司主营业务及产品结构分析

### 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第五节 飞鹤乳业

### 一、公司简介

### 二、公司经营情况分析

### 三、公司主营业务及产品结构分析

### 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第六节 光明乳业股份有限公司

### 一、公司简介

### 二、公司经营情况分析

### 三、公司主营业务及产品结构分析

### 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第七节 蒙牛乳业

### 一、公司简介

### 二、公司经营情况分析

### 三、公司主营业务及产品结构分析

### 四、公司竞争优势和劣势分析

## 第八节 圣元集团

### 一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

## 第九节 西部牧业

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

## 第十节 完达山乳业

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、公司主营业务及产品结构分析

四、公司竞争优势和劣势分析

## 第八章 金融危机下中国婴幼儿食品行业投资分析及建议

### 第一节 投资机遇分析

一、中国经济的率先复苏对行业的支撑

二、婴幼儿食品行业企业在危机中的竞争优势

三、金融危机促使行业内优胜劣汰速度加快

### 第二节 投资风险分析

一、同业竞争风险

二、市场贸易风险

三、行业金融信贷市场风险

四、产业政策变动风险

### 第三节 行业应对策略

一、把握国家宏观政策契机

二、战略合作联盟的实施

三、企业自身应对策略

### 第四节 重点客户战略的实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、强化重点客户的管理

四、对重点客户的营销策略

## 五、实施重点客户战略中需重点解决的问题

## 第九章 婴幼儿食品行业发展趋势与投资战略研究

### 第一节 婴幼儿食品市场发展潜力分析

#### 一、市场空间广阔

#### 二、竞争格局变化

#### 三、高科技应用带来新生机

### 第二节 婴幼儿食品行业发展趋势分析

#### 一、品牌格局趋势

#### 二、渠道分布趋势

#### 三、消费趋势分析

### 第三节 婴幼儿食品行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、区域战略规划

#### 四、产业战略规划

#### 五、营销品牌战略

#### 六、竞争战略规划

### 第四节 我国婴幼儿食品品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、婴幼儿食品实施品牌战略的意义

#### 三、婴幼儿食品企业品牌的现状分析

#### 四、我国婴幼儿食品企业的品牌战略

#### 五、婴幼儿食品品牌战略管理的策略

### 图表目录

图表：2016-2018年中国婴幼儿食品行业市场发展规模统计亿元

图表：中国十大童装(婴幼儿食品)品牌

图表：我国本土各类婴幼儿企业的发展情况分析

图表：2018年我国布产量统计亿米

图表：2018年我国布产量统计亿米

图表：2015年我国婴儿食品行业下游行业市场情况统计

图表：2018年我国婴儿食品行业下游行业市场情况统计

图表：2016-2018年中国婴幼儿食品行业发展情况统计万件



图表：2016-2018年婴幼儿食品行业盈利能力分析

图表：2016-2018年婴幼儿食品行业偿债能力分析

图表：2016-2018年婴幼儿食品行业营运能力分析

图表：2016-2018年婴幼儿食品出口数量统计单位：千克

图表：2016-2018年婴幼儿食品出口金额统计单位：美元

图表：2016-2018年婴幼儿食品出口单价统计单位：美元/吨

图表：2016-2018年婴幼儿食品进口数量统计单位：千克

图表：2016-2018年婴幼儿食品进口金额统计单位：美元

图表：2016-2018年婴幼儿食品进口单价统计单位：美元/吨

图表：2016-2018年我国婴幼儿食品主要省市产量统计分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201906/04-297889.html>