

2020-2025年中国婴幼儿辅食市场前景预测及未来发展趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国婴幼儿辅食市场前景预测及未来发展趋势报告》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：<https://www.huaon.com/channel/foods/610931.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

数据显示，2019年中国婴幼儿辅食食品的消费中，谷物类辅食在婴幼儿辅食产品消费中占比最大达55%，其次为辅零食，占比25%，占比最少的是营养补充品仅为8%。一方面目前市面上关于谷物类辅食的产品较多，另一方面其满足了婴幼儿基本的饱腹需求，所以消费占比较大，但随着辅零食以及佐餐辅食的品类生产创新，以及对婴幼儿其他非饱腹需求的增加等，其消费占比将会扩大。

2019年中国婴幼儿辅食产品各类别消费占比

婴幼儿营养米粉是婴幼儿辅食的重要组成部分，我国婴幼儿营养米粉起步较晚，近些年发展十分迅猛，2013年营养米粉的市场规模已达39亿元，随着二孩政策落实，我国婴幼儿营养米粉市场保持稳定增长，2018年市场规模约为85.7亿元。

2013-2018年中国婴幼儿辅食营养米粉市场规模

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：

第一部分 婴幼儿辅食行业特性研究

第一章 婴幼儿辅食产业定义和市场特征研究

第一节 婴幼儿辅食行业定义

第二节 婴幼儿辅食行业特征研究

一、2020-2025年婴幼儿辅食行业规模

二、2020-2025年婴幼儿辅食行业成长性分析

三、2020-2025年婴幼儿辅食行业盈利性分析

四、2020-2025年婴幼儿辅食行业竞争强度分析

五、2020-2025年婴幼儿辅食行业所处的生命周期

第二章 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业产业经济发展环境分析

第一节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业产业经济运行环境分析

第二节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业产业政策环境分析

一、婴幼儿辅食行业政策

二、相关产业政策影响分析

三、相关行业十三五发展规划

第三节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业产业社会环境分析

一、2015-2019年我国人口结构分析

二、2015-2019年教育环境分析

三、2015-2019年文化环境分析

四、2015-2019年生态环境分析

五、2015-2019年中国城镇化率分析

第四节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业产业技术环境分析

第二部分 婴幼儿辅食行业发展现状研究

第三章 2015-2019年世界婴幼儿辅食产业运行概况

第一节 2015-2019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 2015-2019年世界婴幼儿辅食市场环境分析

一、世界人口增长趋势预测

二、俄罗斯出生人口发展状况分析

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势预测分析

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 2015-2019年全球婴幼儿辅食市场运行态势分析

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 2015-2019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 2020-2025年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析

第四章 2015-2019年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节 2015-2019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 2015-2019年中国婴儿食品产量增长状况分析

第三节 2015-2019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 2015-2019年中国婴儿食品业热点问题探讨

第五章 2015-2019年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节 2015-2019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 2015-2019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预测分析

三、重点省区产能分析

第三节 2015-2019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

2015-2019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预测分析

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情况分析
- 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

第六章 2015-2019年中国婴幼儿辅食所属行业进出口分析（19011000）

第一节 2015-2019年婴幼儿辅食所属行业进口分析

- 一、2015-2019年婴幼儿辅食进口总额
- 二、2015-2019年婴幼儿辅食进口总量

第二节 2015-2019年婴幼儿辅食所属行业出口分析

- 一、2015-2019年婴幼儿辅食出口总额
- 二、2015-2019年婴幼儿辅食出口总量

第三节 2015-2019年婴幼儿辅食所属行业进出口格局分析

- 一、2015-2019年婴幼儿辅食出口格局
- 二、2015-2019年婴幼儿辅食进口格局

第四节 2015-2019年婴幼儿辅食所属行业进出口价格走势分析

- 一、2015-2019年婴幼儿辅食进口价格走势
- 二、2015-2019年婴幼儿辅食出口价格走势

第七章 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析

第一节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业市场营销发展趋势预测分析

- 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预测分析

第八章 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业竞争状况分析

第一节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业竞争力分析

- 一、中国婴幼儿辅食行业要素成本分析
- 二、品牌竞争分析

目前，婴幼儿辅食市场尚处在起步阶段，市场发育程度比较低。在低端市场上，各种产品鱼龙混杂，产品缺乏技术含量，大部分国内企业艰难生存；而在中高端市场，大多数企业仍步履维艰，只有少数几家企业通过差异化和品牌化建立起婴幼儿辅食品牌的良好形象，获得了较高的市场占有率。

以婴幼儿米粉为例，根据中国品牌网调查，目前我国排名前三的婴儿米粉品牌分别是贝因美、亨氏和嘉宝，亨喜宝，雀巢等企业列4-10位。

中国婴幼儿辅食市场品牌排名

三、技术竞争分析

第二节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业市场区域格局分析

- 一、重点生产区域竞争力分析
- 二、市场销售集中分布
- 三、国内企业与国外企业相对竞争力

第三节 2015-2019年中国婴幼儿辅食行业市场集中度分析

- 一、行业集中度分析
- 二、企业集中度分析

第四节 中国婴幼儿辅食行业五力竞争分析

- 一、“波特五力模型”介绍
- 二、行业“波特五力模型”分析
 - (1) 行业内竞争
 - (2) 潜在进入者威胁
 - (3) 替代品威胁
 - (4) 供应商议价能力分析
 - (5) 买方侃价能力分析

第五节 2015-2019年中国婴幼儿辅食产业提升竞争力策略分析

第九章 2015-2019年中国婴幼儿辅食所属行业区域市场分析

第一节 2015-2019年中国婴幼儿辅食所属行业区域市场结构分析

第二节 2015-2019年中国婴幼儿辅食所属行业区域市场发展情况分析

- 一、华北地区
- 二、东北地区
- 三、华东地区
- 四、中南地区
- 五、西南地区
- 六、西北地区

第三部分 婴幼儿辅食行业产业链分析

第十章 2015-2019年中国婴幼儿辅食上游行业研究分析

第一节 2015-2019年中国婴幼儿辅食上游行业一研究分析

- 一、2015-2019年中国婴幼儿辅食上游行业一市场状况分析
- 二、2015-2019年婴幼儿辅食上游行业一供应情况分析
- 三、2019年中国婴幼儿辅食上游行业一生产商状况分析
- 四、2020-2025年中国婴幼儿辅食上游行业一发展趋势预测

第二节 2015-2019年中国婴幼儿辅食上游行业二研究分析

- 一、2015-2019年中国婴幼儿辅食上游行业二市场状况分析
- 二、2015-2019年婴幼儿辅食上游行业二供应情况分析
- 三、2015-2019年中国婴幼儿辅食上游行业二生产商状况分析
- 四、2020-2025年中国婴幼儿辅食上游行业二发展趋势预测

第十一章 2015-2019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剖析

- 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

第四部分 婴幼儿辅食行业企业竞争力分析

第十二章 我国婴幼儿辅食主要企业分析

第一节 上海惠氏营养品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 上海伊威营养食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 亨氏（青岛）食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 广州市合生元生物制品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五部分 婴幼儿辅食行业未来市场前景展望、投资策略研究

第十三章 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业发展趋势预测分析

第一节 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业前景展望

一、婴幼儿辅食的研究进展及趋势预测

二、婴幼儿辅食价格趋势预测

第二节 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业市场预测分析

一、婴幼儿辅食市场供给预测分析

二、婴幼儿辅食需求预测分析

三、婴幼儿辅食竞争格局预测分析

第三节 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业市场盈利预测分析

第十四章 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业投资和风险预警分析

第一节 2020-2025年婴幼儿辅食行业发展环境分析

第二节 2020-2025年婴幼儿辅食行业投资特性分析

- 一、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业进入壁垒
- 二、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业盈利模式
- 三、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业盈利因素

第三节 2020-2025年婴幼儿辅食行业投资风险分析

- 一、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业政策风险
- 二、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业技术风险
- 三、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业供求风险
- 四、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业其它风险

第四节 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业投资机会

- 一、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业最新投资动向
- 二、2020-2025年中国婴幼儿辅食行业投资机会分析

第十五章 2020-2025年中国婴幼儿辅食行业发展策略及投资建议

第一节 婴幼儿辅食行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略「AK LWY」
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节 婴幼儿辅食行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第十六章 2020-2025年婴幼儿辅食行业投资建议

图表目录：

图表2015-2019年我国国内生产总值及增长速度分析

图表2015-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表2019年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表2015-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表2015-2019年粮食产量及其增长速度

图表2015-2019年全社会固定资产投资及增长速度

图表2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表2015-2019年社会消费品零售总额及其实际增长速度

图表2019年货物进出口总额及其增长速度

图表2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表2015-2019年全国货物进出口总额

图表2019年末人口数及其构成

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/610931.html>