

2018-2024年中国婴幼儿辅食市场深度调查评估及 投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国婴幼儿辅食市场深度调查评估及投资方向研究报告》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/detail/344593.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

报告目录：

第一章2014-2017年世界婴幼儿辅食产业运行概况

第一节2014-2017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2014-2017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2014-2017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2014-2017年全球婴幼儿辅食发展规模预测

第五节2014-2017年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析

第二章2014-2017年中国婴幼儿辅食市场运行环境解析

第一节2014-2017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2014-2017年国内经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第三节2014-2017年中国婴儿辅食行业社会环境分析

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2014-2017年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节2014-2017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2014-2017年中国婴儿食品产量增长情况

第三节2014-2017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

第四节2014-2017年中国婴儿食品业热点问题探讨

第四章2014-2017年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节2014-2017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

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2014-2017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2014-2017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、婴幼儿辅食各细分产品消费

第五章2014-2017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 2014-2017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2014-2017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2011-2017年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析

第一节2011-2017年中国婴幼儿辅食进出口贸易现状综述

- 一、进口规模
- 二、出口规模

第二节2011-2017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

- 一、2011-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口统计
- 二、2011-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口统计
- 三、2011-2017年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口价格对比
- 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

第九章2014-2017年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析

第一节2014-2017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2014-2017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产品系列化

第三节2014-2017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2018-2024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2014-2017年中国婴幼儿辅食市场竞争态势分析

第一节2014-2017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2014-2017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2018-2024年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析

第十一章2014-2017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

第十二章2014-2017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、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第二节浙江贝因美科工贸股份有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第三节杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司

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

第四节亨氏(青岛)食品有限公司

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

第五节广州市合生元生物制品有限公司

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

第六节圣元营养食品有限公司

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

第七节完达山乳业股份有限公司

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

第八节大连嘉合营养食品有限公司

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

第十三章2018-2024年中国婴儿辅食行业投资战略研究

第一节2014-2017年中国婴儿辅食投资环境分析

第二节2018-2024年中国婴儿辅食行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料价格波动的风险

三、经营风险

四、政策风险

第三节2018-2024年中国婴儿辅食行业投资策略及专家观点点评

一、市场定位

二、重点区域

三、分析师建议

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

第一节2018-2024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2018-2024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2018-2024年中国婴儿辅食行业盈利预测分析

部分图表目录：

图表1：2017年我国婴儿食品零售价格走势

图表2：俄罗斯人口数量统计及预测

图表3：世界婴儿辅食品牌及说明

图表4：2017年中国人口地区分布情况

图表5：2017年人口数及其构成单位：万人

图表6：2007-2017年中国国内生产总值及增长率分析单位：亿元

图表7：2006-2017年国内居民消费价格指数单位：%

图表8：2006-2017年我国农村居民人均纯收入统计单位：元

图表9：2006-2017年我国城镇居民人均可支配收入统计单位：元

图表10：2004-2017年社会消费品零售总额统计单位：亿元

图表11：2006-2017年全社会固定资产投资统计单位：亿元

图表12：2006-2017年我国货物进出口额统计单位：亿美元

图表13：2006-2017年我国农村居民人均纯收入统计单位：元

图表14：婴儿食品产业链模型28

图表15：2008-2017年我国婴幼儿食品行业产量统计单位：万吨

图表16：婴幼儿成长不同阶段所需辅食

图表17：2011-2017年我国婴儿辅助食品市场规模及增长情况单位：亿元

图表18：米糊/米粉主要生产企业

图表19：国外品牌婴儿奶粉生产企业

图表20：国内品牌婴儿奶粉生产企业

图表21：2017年我国婴儿食品行业产能集中度

图表22：2011-2017年我国婴幼儿辅助食品消费量及增长情况单位：万吨

图表23：2011-2017年我国婴幼儿辅助食品细分产品消费规模单位：亿元

图表24：我国婴幼儿辅食满意度评价

图表25：不同消费群体对婴幼儿辅食满意度

图表26：不同消费群体对婴幼儿辅食满意度调查

图表27：不同地区群体对婴幼儿辅食满意度

图表28：不同地区群体对婴幼儿辅食满意度调查

图表29：婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名

图表30：婴幼儿辅食主流品牌区域消费者满意度

图表31：婴幼儿辅食主流品牌消费者质量满意度调查

图表32：我国辅食消费增值服务需求区域差异

图表33：2011-2017年婴幼儿总量单位：万人

图表34：2011-2017年婴幼儿结构数量单位：万人

图表35：不同年龄段辅食消费量

图表36：婴幼儿辅食主流品牌区域市场优劣势分析

图表37：2011-2017年我国供婴儿食用零售包装食品进口规模单位：万美元

图表38：2011-2017年我国供婴儿食用零售包装食品出口规模单位：万美元

图表39：2011-2017年我国供婴儿食用零售包装食品出口数量单位：千克

图表40：2011-2017年我国供婴儿食用零售包装食品进口数量单位：万吨

图表41：2011-2017年我国供婴儿食用零售包装食品进出口价格单位：美元/千克

图表42：2015年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地

图表43：2016年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地

图表44：2017年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地

图表45：2017年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地

图表46：2014年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地

图表47：2015年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地

图表48：2016年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地

图表49：2017年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地

图表50：2017年我国婴儿辅食行业市场集中度

图表51：2017年我国婴儿辅食行业区域集中度

图表52：2008-2017年上海惠氏主要财务指标单位：千元

图表53：2008-2017年贝因美科工贸主要财务指标单位：千元

图表54：2008-2017年贝因美豆逗主要财务指标单位：千元

图表55：2008-2017年亨氏(青岛)主要财务指标单位：千元

图表56：2008-2017年合生元主要财务指标单位：千元

图表57：2008-2017年圣元主要财务指标单位：千元

图表58：2008-2017年完达山乳业主要财务指标单位：千元

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/344593.html>