

# 2016-2022年中国婴幼儿辅食市场研究与市场分析预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国婴幼儿辅食市场研究与市场分析预测报告》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.abaogao.com/b/shipin/J68941VGBN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

### 前言

婴幼儿食品包括婴幼儿配方奶粉及其他婴幼儿食品（如速食婴幼儿食品、干制婴幼儿食品及其他）。

自世界上第一批婴儿配方食品诞生以来，婴幼儿食品行业一直致力于为全球婴幼儿提供最具营养性与安全性的产品。全球婴儿食品行业处于成长期，全球每年有1.3亿新生儿出生，婴幼儿食品市场拥有巨大的市场空间。2015年全球婴幼儿食品零售额达到621.4亿美元，2007年-2015年的年均增长率为10.3%。

本婴幼儿辅食行业研究报告共十四章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国婴幼儿辅食行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国婴幼儿辅食行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国婴幼儿辅食行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国婴幼儿辅食行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

第一章 2015年世界婴幼儿辅食产业运行概况	1
第一节 2015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 2013-2015年世界婴幼儿辅食市场环境分析	5
一、世界人口增长趋势分析	5
二、俄罗斯出生人口发展情况	16

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势	18
四、生育率提高推动法国人口快速增长	20
五、英国人口出生率大幅上升	22
六、俄罗斯用经济手段提高生育率	24
七、法国迎来25年来最大婴儿潮	26
第三节 2015年全球婴幼儿辅食市场运行态势分析	27
一、全球婴幼儿辅食新品研发分析	27
二、全球婴幼儿辅食品牌分析	28
三、全球婴幼儿辅食销售分析	29
第四节 2014年全球婴幼儿辅食重点国家运行分析	30
一、英国	30
二、俄罗斯	31
三、法国	32
四、日本	33
第五节 2016-2022年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析	34

## 第二章 中国婴幼儿辅食行业发展环境分析 36

### 第一节 2015年中国人口结构分析 36

一、中国人口出生情况	36
二、中国人口地区分布状况	37
三、中国人口规模及结构分析	38
四、中国人口结构面临的六大问题	39

### 第二节 国内宏观经济环境分析 40

一、GDP历史变动轨迹分析	40
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	41
三、2016年中国宏观经济发展预测分析	42

### 第三节 2015年中国纸尿裤行业社会环境分析 44

一、消费观念	44
二、中国居民收入情况	48
三、城市化和人民生活水平	50

## 第三章 2015年中国婴儿食品行业运行新形势透析 52

第一节 2015年中国婴儿食品行业基本特征	52
一、 婴儿食品行业主要细分产品	52
二、 婴儿食品行业产业链分析	54
第二节 2015年中国婴儿食品产量增长情况	55
第三节 2015年中国婴儿食品行业成本结构分析	56
一、 原材料成本	56
二、 研发和设计成本	61
三、 知识产权使用许可费	61
四、 劳动力成本	62
五、 其它成本	62
第四节 2015年中国婴儿食品业热点问题探讨	62
第四章 2012年中国婴儿食品行业市场供需状况分析	64
第一节 2012年中国婴儿辅食市场运行总况	64
一、 宝宝成长各阶段辅食各不同	64
二、 母乳辅食,&ldquo;混搭&rdquo;有讲究	64
三、 我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率	65
四、 婴幼儿辅食业外资垄断被打破	66
第二节 2015年中国婴幼儿辅食行业产能分析	68
一、 主要生产企业及其产能	68
二、 婴幼儿辅食行业产能扩张趋势	68
三、 重点省区产能分析	69
第三节 2015年中国婴幼儿辅食市场需求状况分析	69
一、 婴幼儿辅食消费需求特征分析	69
二、 中国婴幼儿辅食消费量分析	69
三、 我国婴幼儿辅食消费量	70
四、 婴幼儿辅食各细分产品消费量	70
第五章 2014年中国婴幼儿辅食品牌及满意度调研	72
第一节 婴幼儿辅食总体满意度水平	72
一、 消费者满意度研究的意义	72
二、 婴幼儿辅食满意度指数与满意度分布	73

三、满意度水平群体差异	74
四、满意度水平区域差异	75
第二节 婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名	75
一、主流辅食品牌界定	75
二、主流品牌消费者满意度排名	76
三、主流品牌消费者满意度区域差异	77
第三节 婴幼儿辅食主流品牌满意度原因分析	78
一、影响满意度的因素分析	78
二、主流品牌无质量问题率对比分析	78
三、主流品牌主要存在的问题对比分析	79
第四节 婴幼儿辅食品牌信任度分析	79
一、消费者信任的辅食品牌	79
二、婴幼儿辅食品牌信任度分析	80
第六章 2015年中国婴幼儿辅食市场需求分析	81
第一节 婴幼儿消费水平与消费结构	81
一、婴幼儿总体消费水平	81
二、婴幼儿消费水平群体差异与区域差异	81
三、婴幼儿消费结构与发展趋势	82
四、婴幼儿消费结构群体差异与区域差异	83
第二节 婴幼儿辅食消费规模分析	84
一、婴幼儿辅食总体消费规模	84
二、婴幼儿辅食消费规模群体差异	86
三、婴幼儿辅食消费规模区域差异	86
第三节 婴幼儿辅食消费增值服务需求	87
一、辅食消费增值服务需求总体状况	87
二、辅食消费增值服务需求群体差异	87
三、辅食消费增值服务需求区域差异	88
第四节 婴幼儿辅食未来消费信心	88
一、“辅食事件”对消费者消费态度的影响	88
二、辅食未来消费信心分析	91
三、辅食未来消费信心分析群体差异与区域差异	91

## 第七章 2015年中国婴幼儿辅食目标消费群体分析 94

### 第一节 婴幼儿辅食目标消费群体特征 94

- 一、婴幼儿总量与结构分析 94
- 二、不同年龄段辅食消费量分析 94
- 三、婴幼儿家庭背景特征分析 95

### 第二节 婴幼儿辅食主流品牌目标消费者特征差异分析 96

- 一、主流品牌区域市场优劣势分析 96
- 二、主流品牌对应目标消费者特征 97

## 第八章 中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析 98

### 第一节 2015年中国婴幼儿辅食进出口贸易现状综述 98

- 一、进口规模及产品结构 98
- 二、出口规模、产品结构及主要市场 98
- 三、中国婴儿食品面临的“反倾销”问题及应对措施 99
  - 1、我国婴儿食品行业遭受“反倾销”调查的主要案例 99
  - 2、应对反倾销调查的措施 103

### 第二节 2009-2015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 105

- 一、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口数量分析（19011000） 105
- 二、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口金额分析 106
- 三、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口国家及地区分析 107

### 第三节 2016-2022年中国婴幼儿辅食进出口趋势预测分析 108

## 第九章 2015年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析 110

### 第一节 2015年中国婴幼儿辅食主要营销模式分析 110

- 一、直营模式 110
- 二、代理经销商模式 111
- 三、大型综合连锁卖场模式 112
- 四、网络营销 112

### 第二节 2015年中国婴幼儿辅食营销策略分析 113

- 一、从生产导向转向市场导向 113
- 二、从产品竞争转向多要素全方位竞争 114

三、从产品营销到品牌营销和文化营销	115
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	116
第三节 2015年中国婴幼儿辅食企业营销模式建议	117
一、婴幼儿辅食企业的国内营销模式建议	117
二、婴幼儿辅食企业海外营销模式建议	117
第四节 2016-2022年中国婴幼儿辅食行业市场营销发展趋势	119
一、展望中国婴幼儿辅食营销未来	119
二、未来婴幼儿辅食营销模式发展趋势	119
第十章 2014年中国婴幼儿辅食市场竞争态势分析	121
第一节 2015年中国婴幼儿辅食竞争力体现	121
一、婴幼儿辅食营养成份竞争	121
二、婴幼儿辅食品牌竞争分析	122
三、婴幼儿辅食价格、成本竞争	124
第二节 2015年中国婴幼儿辅食集中度分析	125
一、市场集中度分析	125
二、区域集中度分析	126
第三节 2016-2022年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析	126
第十一章 2015年全球婴儿辅食顶尖企业运行分析	128
第一节 雀巢米粉	128
一、企业概况	128
二、产品竞争力分析	129
三、市场销售形势	130
四、发展战略分析	132
第二节 嘉宝米粉	134
一、企业概况	134
二、产品竞争力分析	136
三、市场销售形势	140
四、发展战略分析	141
第三节 亨氏	141
一、企业概况	141



- 二、产品竞争力分析 142
- 三、市场销售形势 143
- 四、发展战略分析 144

## 第十二章 2015年中国婴儿辅食主体企业竞争性财务指标分析 146

### 第一节 上海惠氏营养品有限公司 146

- 一、企业概况 146
- 二、企业主要经济指标分析 147
- 三、企业盈利能力分析 147
- 四、企业偿债能力分析 148
- 五、企业运营能力分析 148
- 六、企业成长能力分析 148

### 第二节 浙江贝因美科工贸股份有限公司(002570) 148

- 一、企业概况 148
- 二、企业主要经济指标分析 150
- 三、企业盈利能力分析 151
- 四、企业偿债能力分析 152
- 五、企业运营能力分析 153
- 六、企业成长能力分析 153

### 第三节 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司 154

- 一、企业概况 154
- 二、企业主要经济指标分析 154
- 三、企业盈利能力分析 154
- 四、企业偿债能力分析 155
- 五、企业运营能力分析 155
- 六、企业成长能力分析 155

### 第四节 亨氏(青岛)食品有限公司 156

- 一、企业概况 156
- 二、企业主要经济指标分析 156
- 三、企业盈利能力分析 157
- 四、企业偿债能力分析 157
- 五、企业运营能力分析 157

六、企业成长能力分析	158
第五节 广州市合生元生物制品有限公司	158
一、企业概况	158
二、企业主要经济指标分析	159
三、企业盈利能力分析	159
四、企业偿债能力分析	160
五、企业运营能力分析	162
六、企业成长能力分析	162
第六节 上海伊威营养食品有限公司	163
一、企业概况	163
二、企业主要经济指标分析	163
三、企业盈利能力分析	164
四、企业偿债能力分析	164
五、企业运营能力分析	164
六、企业成长能力分析	165
第七节 青岛菲贝母婴用品有限公司	165
一、企业概况	165
二、企业主要经济指标分析	165
三、企业盈利能力分析	166
四、企业偿债能力分析	166
五、企业运营能力分析	166
六、企业成长能力分析	167
第八节 北京汇联食品有限公司	167
一、企业概况	167
二、企业主要经济指标分析	168
三、企业盈利能力分析	168
四、企业偿债能力分析	169
五、企业运营能力分析	169
六、企业成长能力分析	169
第十三章 2016-2022年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析	170
第一节 2016-2022年中国婴儿辅食行业市场预测分析	170

一、中国婴儿辅食季节特征分析	170
二、中国婴儿辅食产品趋势分析	170
第二节 2016-2022年中国婴儿辅食行业市场供需预测分析	171
一、供给预测分析	171
二、需求量预测分析	171
三、市场竞争格局预测分析	172
第三节 2016-2022年中国婴儿辅食行业盈利预测分析	172
第十四章2016-2022年中国婴幼儿辅食行业投资战略研究	174
第一节 2016年中国婴幼儿辅食投资环境分析	174
第二节 2016-2022年中国婴幼儿辅食行业投资价值分析	175
一、婴幼儿辅食投资热点分析	175
三、婴幼儿辅食区域投资潜力分析	175
四、投资价值综合分析	176
第三节 2016-2022年中国婴幼儿辅食行业投资风险分析	176
一、市场风险	176
二、竞争风险	177
三、原材料价格波动的风险	177
四、经营风险	177
五、政策风险	178
第四节 2016-2022年中国婴幼儿辅食行业投资策略及专家观点点评（ZYLQ）	178
一、市场定位	178
二、重点区域	179
三、投资建议	179

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/J68941VGBN.html>