

2017-2022年中国婴童食品 市场深度调查与行业前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国婴童食品市场深度调查与行业前景预测报告》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.abaogao.com/b/shipin/L850436LA7.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

婴童食品主要包括奶制品、辅食、营养品等。根据报告显示，2015年中国婴童食品市场规模达到了1259.22亿元，同比2014年增长了8.08%，虽然婴童食品的市场集中度在婴童相关子行业中较高，前十企业市场集中度达到59.5%，但是和美国、日本婴童食品行业相比仍存在差距。日本和美国前三企业在2015年的市占率总和分别高达69.7%和78.9%。

2005-2015中国婴童食品市场规模

2015年中国婴童食品行业前十公司市占率（%）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国婴童食品市场深度调查与行业前景预测报告》共三章。首先介绍了婴童食品相关概念及发展环境，接着分析了中国婴童食品规模及消费需求，然后对中国婴童食品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婴童食品面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴童食品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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家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：

第一章 行业发展综述

1.1 行业界定

1.1.1 行业概念界定

1.1.2 行业类别界定

1.2 行业发展背景分析

1.2.1 家庭消费周期与消费特征分析

（1）家庭消费生命周期界定

（2）不同家庭消费生命周期的消费结构

1.2.2 人口结构变迁与“婴儿潮”红利分析

（1）我国人口结构变化特征

1) 出生人口速度减缓

2) 人口老龄化速度加快

据统计，2015年60岁及以上人口达到2.22亿，占总人口的16.15%。预计到2020年，老年人口达到2.48亿，老龄化水平达到17.17%，其中80岁以上老年人口将达到3067万人；2025年，六十岁以上人口将达到3亿，成为超老年型国家。考虑到70年代末，计划生育工作力度的加大，预计到2040我国人口老龄化进程达到顶峰，之后，老龄化进程进入减速期。

2007-2020年中国老年人口数量及预测（单位：亿人，%）

（2）人口结构变迁与消费品成长性影响

1.3 行业发展现状分析

1.3.1 行业市场规模

1.3.2 行业消费结构

1.3.3 行业消费特性

1.4 行业产业链利润分布

1.4.1 行业制造环节利润分布

1.4.2 行业销售环节利润分布

第二章 中国婴童食品市场发展分析

2.1 婴幼儿奶粉市场分析

2.1.1 婴幼儿奶粉市场发展概况

2.1.2 婴幼儿奶粉市场政策环境

（1）《乳品安全标准》

（2）禁止人为添加三聚氰胺公告

（3）《母乳代用品管理办法（征求意见稿）》

（4）食品营养强化剂标准（征求意见稿）

2.1.3 婴幼儿奶粉市场发展特点

（1）婴幼儿奶粉市场消费特点

（2）婴幼儿奶粉市场运营特点

1) 婴幼儿奶粉企业费用率刚性特点

2) 主要婴幼儿奶粉企业费用率比较

3) 婴幼儿奶粉企业口碑营销特点

2.1.4 婴幼儿奶粉行业市场容量

2.1.5 婴幼儿奶粉市场竞争格局

（1）婴幼儿奶粉市场发展阶段分析

- (2) 婴幼儿奶粉市场品牌竞争格局
- (3) 婴幼儿奶粉产品价格区间分布
- (4) 婴幼儿奶粉市场区域竞争格局
- (5) 婴幼儿奶粉市场渠道竞争分析

2.2 婴幼儿辅食市场分析

2.2.1 婴幼儿辅食市场发展概况

2.2.2 婴幼儿辅食市场政策环境

2.2.3 婴幼儿辅食行业市场容量

2.2.4 婴幼儿奶粉市场竞争格局

- (1) 婴幼儿辅食市场品牌竞争格局
- (2) 婴幼儿辅食产品价格区间分布

2.2.5 婴幼儿辅食市场发展前景

2.3 婴童奶粉与辅食消费状况调查

2.3.1 婴幼儿体质与奶粉消费调查

2.3.2 婴幼儿辅食产品消费调查

2.4 婴童食品行业领先企业分析

2.4.1 双城雀巢有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.2 广东雅士利集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.3 美赞臣营养品(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.4 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.5 黑龙江完达山乳业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.6 黑龙江飞鹤乳业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.7 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业盈利能力分析

(6) 企业发展能力分析

2.4.8 光明乳业股份有限公司经营情况分析

(1) 企业生产规模分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

2.4.9 圣元营养食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

2.4.10 上海惠氏营养品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

2.4.11 北京味全食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

2.4.12 亨氏联合有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

2.4.13 广州市合生元生物制品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

第三章 行业发展与投资前景预测分析 (ZY ZM)

3.1 行业发展前景分析

3.1.1 行业发展趋势分析

3.1.2 行业市场前景分析

3.2 行业投资前景分析

3.2.1 行业投资现状分析

3.2.2 行业投资前景分析

图表目录：

图表1：家庭消费生命周期分析

图表2：家庭消费生命周期与消费特征分析

图表3：家庭消费生命周期与消费特征分析

图表4：近年来美国人均服装支出及增速（单位：美元，%）

图表5：近年来美国人均乳品支出及增速（单位：美元，%）

图表6：近10年来我国人口出生率及出生人口总数（单位：美元，‰）

图表7：近10年来我国65岁以上人口增速及占比（单位：%）

图表8：2010-2016年我国人口老龄化时间表（单位：万人）

图表9：2010-2016年我国60岁以上人口比重（单位：%）

图表10：近10年中国婴幼儿配方奶粉市场规模与增速（单位：亿元，%）

图表11：不同收入家庭购买婴幼儿奶粉考虑因素比重（单位：%）

- 图表12：2013-2016年贝因美公司销售费用率走势（单位：%）
- 图表13：2013-2016年主要婴幼儿奶粉上市公司销售费用率比较（单位：%）
- 图表14：国内婴幼儿配方奶粉品牌阶梯
- 图表15：婴幼儿奶粉主要品牌价格区间分布（单位：元/罐（900g））
- 图表16：婴幼儿配方奶粉生产企业及分布地区
- 图表17：国产品牌和外资品牌在不同类型城市销售占比（单位：%）
- 图表18：主要国产奶粉品牌企业销售区域分布
- 图表19：2016年婴幼儿奶粉行业商超渠道前十强销售份额（单位：%）
- 图表20：近年中国婴幼儿辅食市场品牌排名（单位：%）
- 图表21：2016年中国婴幼儿辅食市场品牌排名
- 图表22：主要婴幼儿辅食产品价位
- 图表23：受访家庭婴幼儿上火比例（单位：%）
- 图表24：受访家庭婴幼儿上火症状（单位：%）
- 图表25：受访家庭婴幼儿上火后的处理措施（单位：%）
- 图表26：受访家庭对奶粉产品的关注点（单位：%）
- 图表27：受访家庭在不同阶段对婴幼儿奶粉产品的关注点（单位：%）
- 图表28：过去一年经常购买的婴幼儿辅食品牌（单位：%）
- 图表29：过去一年经常购买婴幼儿辅食品牌的不同家庭收入情况（单位：%）
- 图表30：过去一年经常购买婴幼儿辅食品牌的不同城市规模差异（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/L850436LA7.html>