

2020-2026年中国婴儿辅食 行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国婴儿辅食行业分析与投资战略研究报告》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.cction.com/report/202006/166626.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

从婴幼儿6个月开始，要逐渐给婴儿加一些除了母乳之外的食物，包括果汁、菜汁等液体的食物，米粉、果泥、菜泥等半固体食物，煮的很烂的米饭、面条、切成很小块的水果、蔬菜等固体食物，这些食物就是婴幼儿的辅助食品，简称婴幼儿辅食。

80后、90后父母们逐渐成为婴幼儿辅食市场的消费主体，虽然国内婴幼儿辅食市场百花斗艳，品牌、产品琳琅满目。然而，辅食产品却良莠不齐，80后、90后父母“忧”从中来，商家也“忧”思不已，各诉其衷。如何树立消费者对婴幼儿辅食品牌的信心，解除买卖双方内心之“忧”，是当前婴幼儿辅食市场亟待解决的问题。其实，80后、90后父母对于产品的要求不仅仅是质量、科学品质的保证，也重视产品外形设计、个性化以及人性化的功能。

针对这一现象，建议，辅食产品可以在包装、设计、服务上逐渐朝着“80后、90后”的消费观念靠近，更要在一些细节上完胜对手，比如营养饼干有动物形状、字母形状、数字形状等多种造型，这样也会增加宝宝的食欲，方便喂养。相信这将成为行业的发展趋势。2019-2022年婴儿辅食行业市场产量预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国婴儿辅食行业分析与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了婴儿辅食相关概念及发展环境，接着分析了中国婴儿辅食规模及消费需求，然后对中国婴儿辅食市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国婴儿辅食面临的机遇及发展前景。您若想对中国婴儿辅食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2019年世界婴幼儿辅食产业运行概况

第一节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2019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2020-2026年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析

第二章2019年中国婴幼儿辅食市场运行环境解析

第一节2019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 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第三节2019年中国纸尿裤行业社会环境分析

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2019年中国婴儿食品行业运行新形势透析

第一节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2019年中国婴儿食品产量增长情况

第三节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2019年中国婴儿食品业热点问题探讨

第四章2019年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节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

三、重点省区产能分析

第三节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

第五章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
- 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2019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2019年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析

第一节2019年中国婴幼儿辅食进出口贸易现状综述

一、进口规模及产品结构

二、出口规模、产品结构及主要市场

三、中国婴儿食品面临的“反倾销”问题及应对措施

1、我国婴儿食品行业遭受“反倾销”调查的主要案例

2、应对反倾销调查的措施

第二节2018-2019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

一、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口数量分析

二、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口金额分析

三、供婴幼儿食用的零售包装食品进出口国家及地区分析

第三节2020-2026年中国婴幼儿辅食进出口趋势预测分析

第九章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2020-2026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2019年中国婴幼儿辅食市场竞争态势分析

第一节2019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2019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2020-2026年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析

第十一章2019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

第三节亨氏

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、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节亨氏(青岛)食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节广州市合生元生物制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节上海伊威营养食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十三章2020-2026年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析

第一节2020-2026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2020-2026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2019-2022年婴儿辅食行业市场需求量预测

三、市场竞争格局预测分析

第三节2020-2026年中国婴儿辅食行业盈利预测分析

第十四章2020-2026年中国婴儿辅食行业投资战略研究（）

第一节2019年中国婴儿辅食投资环境分析

第二节2020-2026年中国婴儿辅食行业投资价值分析

一、婴儿辅食投资热点分析

三、婴儿辅食区域投资潜力分析

四、投资价值综合分析

第三节2020-2026年中国婴儿辅食行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、原材料价格波动的风险

四、经营风险

五、政策风险

第四节2020-2026年中国婴儿辅食行业投资策略及观点点评

一、市场定位

二、重点区域

三、建议

图表目录：

图表：2018-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2019年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2018-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2018-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2018-2019年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2018-2019年年我国工业增加值增速统计

图表：2018-2019年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2018-2019年我国财政收入支出走势图

图表：2018-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/166626.html>