

2015-2020年婴幼儿辅食市场态势分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年婴幼儿辅食市场态势分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/shipin1502/167198NHDU.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-04-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

- 第一章 2013-2014年世界婴幼儿辅食产业运行概况 1
- 第一节 2013-2014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 2013-2014年世界婴幼儿辅食市场环境分析 2
 - 一、世界人口增长趋势分析 2
 - 二、俄罗斯出生人口发展情况 3
 - 三、美国人口出生率扭转呈下降趋势 3
 - 四、生育率提高推动法国人口快速增长 4
 - 五、英国人口出生率大幅上升 4
 - 六、俄罗斯用经济手段提高生育率 5
 - 七、法国迎来25年来最大婴儿潮 5
- 第三节 2013-2014年全球婴幼儿辅食市场供需分析分析 6
 - 一、全球婴幼儿辅食新品研发分析 6
 - 二、全球婴幼儿辅食品牌分析 7
 - 三、全球婴幼儿辅食销售分析 7
- 第四节 2013-2014年全球婴幼儿辅食发展规模预测 8
- 第五节 2010-2014年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析 9
- 第二章 2013-2014年中国婴幼儿辅食市场运行环境解析 9
- 第一节 2013-2014年中国人口结构分析 9
 - 一、中国人口出生情况 9
 - 二、中国人口地区分布状况 10
 - 三、中国人口规模及结构分析 19
 - 四、中国人口结构面临的六大问题 19
- 第二节 2013-2014年国内经济环境分析 20
 - 一、中国GDP分析 20
 - 二、消费价格指数分析 20

| | |
|--------------------------------|----|
| 三、城乡居民收入分析 | 21 |
| 四、社会消费品零售总额 | 22 |
| 五、全社会固定资产投资分析 | 23 |
| 六、进出口总额及增长率分析 | 23 |
| 第三节 2013-2014年中国婴儿辅食行业社会环境分析 | 24 |
| 一、消费观念 | 24 |
| 二、中国居民收入情况 | 24 |
| 三、城市化和人民生活水平 | 25 |
| 第三章 2013-2014年中国婴儿食品行业运行新形势透析 | 27 |
| 第一节 2013-2014年中国婴儿食品行业基本特征 | 27 |
| 一、婴儿食品行业主要细分产品 | 27 |
| 二、婴儿食品行业产业链分析 | 28 |
| 第二节 2013-2014年中国婴儿食品产量增长情况 | 28 |
| 第三节 2013-2014年中国婴儿食品行业成本结构分析 | 29 |
| 一、原材料成本 | 29 |
| 二、研发和设计成本 | 29 |
| 三、知识产权使用许可费 | 29 |
| 四、劳动力成本 | 30 |
| 第四节 2013-2014年中国婴儿食品业热点问题探讨 | 30 |
| 第四章 2013-2014年中国婴儿食品行业市场供需状况分析 | 31 |
| 第一节 2013-2014年中国婴儿辅食市场运行总况 | 31 |
| 一、宝宝成长各阶段辅食各不同 | 31 |
| 二、母乳 辅食,混搭有讲究 | 32 |
| 三、我国婴幼儿辅食行业市场总量及年增长率 | 33 |
| 四、婴幼儿辅食业外资垄断被打破 | 33 |
| 第二节 2013-2014年中国婴幼儿辅食行业产能分析 | 34 |
| 一、主要生产企业及其产能 | 34 |
| 二、婴幼儿辅食行业产能扩张趋势 | 36 |
| 三、重点省区产能分析 | 37 |
| 第三节 2013-2014年中国婴幼儿辅食市场需求状况分析 | 38 |
| 一、婴幼儿辅食消费需求特征分析 | 38 |
| 二、中国婴幼儿辅食消费量分析 | 39 |

| | |
|-------------------------------|----|
| 三、婴幼儿辅食各细分产品消费 | 40 |
| 第五章 2013-2014年中国婴幼儿辅食品牌及满意度调研 | 40 |
| 第一节 婴幼儿辅食总体满意度水平 | 40 |
| 一、消费者满意度研究的意义 | 40 |
| 二、婴幼儿辅食满意度指数与满意度分布 | 41 |
| 三、满意度水平群体差异 | 42 |
| 四、满意度水平区域差异 | 43 |
| 第二节 婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名 | 44 |
| 一、主流辅食品牌界定 | 44 |
| 二、主流品牌消费者满意度排名 | 45 |
| 三、主流品牌消费者满意度区域差异 | 45 |
| 第三节 婴幼儿辅食主流品牌满意度原因分析 | 46 |
| 一、影响满意度的因素分析 | 46 |
| 二、主流品牌无质量问题率对比分析 | 46 |
| 三、主流品牌主要存在的问题对比分析 | 47 |
| 第四节 婴幼儿辅食品牌信任度分析 | 48 |
| 一、消费者信任的辅食品牌 | 48 |
| 二、婴幼儿辅食品牌信任度分析 | 48 |
| 第六章 2013-2014年中国婴幼儿辅食市场需求分析 | 48 |
| 第一节 婴幼儿消费水平与消费结构 | 48 |
| 一、婴幼儿总体消费水平 | 48 |
| 二、婴幼儿消费水平群体差异与区域差异 | 49 |
| 三、婴幼儿消费结构与发展趋势 | 50 |
| 四、婴幼儿消费结构群体差异与区域差异 | 50 |
| 第二节 婴幼儿辅食消费规模分析 | 51 |
| 一、婴幼儿辅食总体消费规模 | 51 |
| 二、婴幼儿辅食消费规模群体差异 | 51 |
| 三、婴幼儿辅食消费规模区域差异 | 51 |
| 第三节 婴幼儿辅食消费增值服务需求 | 52 |
| 一、辅食消费增值服务需求总体状况 | 52 |
| 二、辅食消费增值服务需求群体差异 | 52 |
| 三、辅食消费增值服务需求区域差异 | 53 |

| | |
|--|----|
| 第四节 婴幼儿辅食未来消费信心 | 53 |
| 一、辅食事件对消费者消费态度的影响 | 53 |
| 二、辅食未来消费信心分析 | 54 |
| 三、辅食未来消费信心分析群体差异与区域差异 | 54 |
| 第七章 2013-2014年中国婴幼儿辅食目标消费群体分析 | 55 |
| 第一节 婴幼儿辅食目标消费群体特征 | 55 |
| 一、婴幼儿总量与结构分析 | 55 |
| 二、不同年龄段辅食消费量分析 | 55 |
| 三、婴幼儿家庭背景特征分析 | 56 |
| 第二节 婴幼儿辅食主流品牌目标消费者特征差异分析 | 57 |
| 一、主流品牌区域市场优劣势分析 | 57 |
| 二、主流品牌对应目标消费者特征 | 57 |
| 第八章 2013-2014年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析 | 58 |
| 第一节 2009-2014年中国婴幼儿辅食进出口贸易现状综述 | 58 |
| 一、进口规模 | 58 |
| 二、出口规模 | 58 |
| 第二节 2009-2014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 | 59 |
| 一、2009-2014年中国供婴幼儿食用的零售包装食品出口统计 | 59 |
| 二、2009-2014年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进口统计 | 60 |
| 三、2009-2014年中国供婴幼儿食用的零售包装食品进出口价格对比 | 61 |
| 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 | 61 |
| 第九章 2013-2014年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析 | 67 |
| 第一节 2013-2014年中国婴幼儿辅食主要营销模式分析 | 67 |
| 一、直营模式 | 67 |
| 二、代理经销商模式 | 68 |
| 三、大型综合连锁卖场模式 | 69 |
| 四、网络营销 | 71 |
| 第二节 2013-2014年中国婴幼儿辅食营销策略分析 | 73 |
| 一、从生产导向转向市场导向 | 73 |
| 二、从产品竞争转向多要素全方位竞争 | 74 |
| 三、从产品营销到品牌营销和文化营销 | 74 |
| 四、从单一的产品结构到产品系列化 | 74 |

| | |
|------------------------------------|----|
| 第三节 2013-2014年中国婴幼儿辅食企业营销模式建议 | 74 |
| 一、婴幼儿辅食企业的国内营销模式建议 | 74 |
| 二、婴幼儿辅食企业海外营销模式建议 | 75 |
| 第四节 2015-2020年中国婴幼儿辅食行业市场营销发展趋势 | 75 |
| 一、展望中国婴幼儿辅食营销未来 | 75 |
| 二、未来婴幼儿辅食营销模式发展趋势 | 75 |
| 第十章 2013-2014年中国婴幼儿辅食市场竞争格局分析 | 76 |
| 第一节 2013-2014年中国婴幼儿辅食竞争力体现 | 76 |
| 一、婴幼儿辅食营养成份竞争 | 76 |
| 二、婴幼儿辅食品牌竞争分析 | 76 |
| 三、婴幼儿辅食价格、成本竞争 | 77 |
| 第二节 2013-2014年中国婴幼儿辅食集中度分析 | 77 |
| 一、市场集中度分析 | 77 |
| 二、区域集中度分析 | 77 |
| 第三节 2015-2020年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析 | 78 |
| 第十一章 2013-2014年全球婴儿辅食顶尖企业运行分析 | 78 |
| 第一节 雀巢米粉 | 78 |
| 一、企业概况 | 78 |
| 二、产品竞争力分析 | 78 |
| 三、市场销售形势 | 79 |
| 四、发展战略分析 | 79 |
| 第二节 嘉宝米粉 | 79 |
| 一、企业概况 | 79 |
| 二、产品竞争力分析 | 79 |
| 三、市场销售形势 | 80 |
| 四、发展战略分析 | 80 |
| 第十二章 2013-2014年中国婴儿辅食主体企业竞争性财务指标分析 | 81 |
| 第一节 上海惠氏营养品有限公司 | 81 |
| 一、公司基本概述 | 81 |
| 二、公司主要经营数据指标分析 | 81 |
| 三、公司竞争力分析 | 81 |
| 四、公司发展战略分析 | 82 |

第二节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 82

- 一、公司基本概述 82
- 二、公司主要经营数据指标分析 82
- 三、公司竞争力分析 83
- 四、公司发展战略分析 83

第三节 杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司 83

- 一、公司基本概述 83
- 二、公司主要经营数据指标分析 83
- 三、公司竞争力分析 84
- 四、公司发展战略分析 84

第四节 亨氏（青岛）食品有限公司 84

- 一、公司基本概述 84
- 二、公司主要经营数据指标分析 84
- 三、公司竞争力分析 85
- 四、公司发展战略分析 85

第五节 广州市合生元生物制品有限公司 85

- 一、公司基本概述 85
- 二、公司主要经营数据指标分析 85
- 三、公司竞争力分析 86
- 四、公司发展战略分析 86

第六节 圣元营养食品有限公司 86

- 一、公司基本概述 86
- 二、公司主要经营数据指标分析 87
- 三、公司竞争力分析 87
- 四、公司发展战略分析 88

第七节 完达山乳业股份有限公司 88

- 一、公司基本概述 88
- 二、公司主要经营数据指标分析 88
- 三、公司竞争力分析 88
- 四、公司发展战略分析 89

第八节 大连嘉合营养食品有限公司 89

- 一、公司基本概述 89

| | |
|--|----|
| 二、公司主要经营数据指标分析 | 89 |
| 三、公司竞争力分析 | 90 |
| 四、公司发展战略分析 | 90 |
| 第十三章 2015-2020年中国婴儿辅食行业投资规划建设研究 | 90 |
| 第一节 2013-2014年中国婴儿辅食投资环境分析 | 90 |
| 第二节 2015-2020年中国婴儿辅食行业投资前景分析 | 91 |
| 一、市场竞争风险 | 91 |
| 二、原材料价格波动的风险 | 91 |
| 三、经营风险 | 92 |
| 四、政策风险 | 92 |
| 第三节 2015-2020年中国婴儿辅食行业投资前景研究及专家观点点评 | 92 |
| 一、市场定位 | 92 |
| 二、重点区域 | 92 |
| 三、分析师建议 | 93 |
| 第十四章 2015-2020年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析 | 93 |
| 第一节 2015-2020年中国婴儿辅食行业市场预测分析 | 93 |
| 一、中国婴儿辅食季节特征分析 | 93 |
| 二、中国婴儿辅食产品趋势分析 | 94 |
| 第二节 2015-2020年中国婴儿辅食行业市场供需预测分析 | 95 |
| 一、供给预测分析 | 95 |
| 二、需求量预测分析 | 95 |
| 三、市场竞争格局预测分析 | 96 |
| 第三节 2015-2020年中国婴儿辅食行业盈利预测分析 | 96 |
| 图表目录： | |
| 图表 1：2013年我国婴儿食品零售价格走势 | 1 |
| 图表 2：俄罗斯人口数量统计及预测 | 3 |
| 图表 3：世界婴儿辅食品牌及说明 | 7 |
| 图表 4：2013年中国人口地区分布情况 | 10 |
| 图表 5：2013年人口数及其构成 单位：万人 | 19 |
| 图表 6：2007-2014年一季度中国国内生产总值及增长率分析 单位：亿元 | 20 |
| 图表 7：2006-2013年国内居民消费价格指数 单位：% | 21 |
| 图表 8：2006-2013年我国农村居民人均纯收入统计 单位：元 | 21 |

- 图表 9：2006-2013年我国城镇居民人均可支配收入统计 单位：元 22
- 图表 10：2004-2013年社会消费品零售总额统计 单位：亿元 22
- 图表 11：2006-2013年全社会固定资产投资统计 单位：亿元 23
- 图表 12：2006-2013年我国货物进出口额统计 单位：亿美元 23
- 图表 13：2006-2013年我国农村居民人均纯收入统计 单位：元 25
- 图表 14：婴儿食品产业链模型 28
- 图表 15：2008-2013年我国婴幼儿食品行业产量统计 单位：万吨 28
- 图表 16：婴幼儿成长不同阶段所需辅食 32
- 图表 17：2009-2013年我国婴儿辅助食品市场规模及增长情况 单位：亿元 33
- 图表 18：米糊/米粉主要生产企业 34
- 图表 19：国外品牌婴儿奶粉生产企业 35
- 图表 20：国内品牌婴儿奶粉生产企业 35
- 图表 21：2013年我国婴儿食品行业产能集中度 38
- 图表 22：2009-2013年我国婴幼儿辅助食品消费量及增长情况 单位：万吨 40
- 图表 23：2009-2013年我国婴幼儿辅助食品细分产品消费规模 单位：亿元 40
- 图表 24：我国婴幼儿辅食满意度评价 42
- 图表 25：不同消费群体对婴幼儿辅食满意度 43
- 图表 26：不同消费群体对婴幼儿辅食满意度调查 43
- 图表 27：不同地区群体对婴幼儿辅食满意度 44
- 图表 28：不同地区群体对婴幼儿辅食满意度调查 44
- 图表 29：婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名 45
- 图表 30：婴幼儿辅食主流品牌区域消费者满意度 46
- 图表 31：婴幼儿辅食主流品牌消费者质量满意度调查 47
- 图表 32：我国辅食消费增值服务需求区域差异 53
- 图表 33：2009-2013年婴幼儿总量 单位：万人 55
- 图表 34：2009-2013年婴幼儿结构数量 单位：万人 55
- 图表 35：不同年龄段辅食消费量 55
- 图表 36：婴幼儿辅食主流品牌区域市场优劣势分析 57
- 图表 37：2009-2014年7月我国供婴儿食用零售包装食品进口规模 单位：万美元 58
- 图表 38：2009-2014年7月我国供婴儿食用零售包装食品出口规模 单位：万美元 59
- 图表 39：2009-2014年7月我国供婴儿食用零售包装食品出口数量 单位：千克 60
- 图表 40：2009-2014年7月我国供婴儿食用零售包装食品进口数量 单位：万吨 60

图表 41：2009-2014年7月我国供婴儿食用零售包装食品进出口价格 单位：美元/千克 61

图表 42：2009年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 61

图表 43：2010年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 62

图表 44：2013年供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 64

图表 45：2014年1-7月供婴幼儿食用的零售包装食品进口来源地 65

图表 46：2009年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 66

图表 47：2010年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 66

图表 48：2013年供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 67

图表 49：2014年1-7月供婴幼儿食用的零售包装食品出口目的地 67

图表 50：2013年我国婴儿辅食行业市场集中度 77

图表 51：2013年我国婴儿辅食行业区域集中度 78

图表 52：2008-2013年上海惠氏主要财务指标 单位：千元 81

图表 53：2008-2013年贝因美科工贸主要财务指标 单位：千元 82

图表 54：2008-2013年贝因美豆逗主要财务指标 单位：千元 84

图表 55：2008-2013年亨氏（青岛）主要财务指标 单位：千元 85

图表 56：2008-2013年合生元主要财务指标 单位：千元 86

图表 57：2008-2013年圣元主要财务指标 单位：千元 87

图表 58：2008-2013年完达山乳业主要财务指标 单位：千元 88

图表 59：2008-2013年大连嘉合主要财务指标 单位：千元 90

图表 60：2015-2020年中国婴幼儿辅食需求量预测 单位：万吨 96

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shipin1502/167198NHDU.html>