

2012-2016年中国婴幼儿辅食市场运营态势与战略咨询研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国婴幼儿辅食市场运营态势与战略咨询研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201112/19-88604.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

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。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国婴幼儿辅食市场运营态势与战略咨询研究报告》共十四章。首先介绍了世界婴幼儿辅食产业运行概况、中国婴幼儿辅食市场运行环境等，接着分析了中国婴幼儿辅食市场运行的现状，然后介绍了中国婴幼儿辅食市场竞争格局。随后，报告对中国婴儿辅食做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴儿辅食行业前景展望与投资战略。您若想对婴幼儿辅食产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿辅食行业，本报告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。

第一章 2011年世界婴幼儿辅食产业运行概况分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2013年世界婴幼儿辅食行业新趋势探析

第二章 2011年中国婴幼儿辅食市场运行环境解析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011年中国婴幼儿辅食行业政策环境分析

第三节 2011年中国婴幼儿辅食行业社会环境分析

第三章 2011年中国婴儿食品行业运行形势透析

第一节 2011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 2011年中国婴儿食品产量增长情况

第三节 2011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 2011年中国婴儿食品业热点问题探讨

第四章 2011年中国婴儿食品行业市场供需状况分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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年中国婴幼儿辅食进出口贸易市场透析

第一节 2011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 2006-2010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（19011000）

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 2012-2016年中国婴幼儿辅食进出口趋势预测分析

第九章 2011年中国婴幼儿辅食行业市场营销模式与策略分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2012-2016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 2011年中国婴幼儿辅食市场竞争格局分析

第一节 2011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 2011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 2012-2016年中国婴幼儿辅食竞争趋势分析

第十一章 2011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 2011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、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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

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

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 青岛菲贝母婴用品有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九节 北京汇联食品有限公司

- 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
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十三章 2012-2016年中国婴儿辅食行业前景展望与趋势预测分析

第一节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016年中国婴儿辅食行业盈利预测分析

第十四章 2012-2016年中国婴儿辅食行业投资战略研究

第一节 2011年中国婴儿辅食投资环境分析

第二节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：上海惠氏营养品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海惠氏营养品有限公司经营收入走势图

图表：上海惠氏营养品有限公司盈利指标走势图

图表：上海惠氏营养品有限公司负债情况图

图表：上海惠氏营养品有限公司负债指标走势图

图表：上海惠氏营养品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海惠氏营养品有限公司成长能力指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司负债情况图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江贝因美科工贸股份有限公司成长能力指标走势图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司主要经济指标走势图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司经营收入走势图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司盈利指标走势图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司负债情况图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司负债指标走势图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司运营能力指标走势图

图表：杭州贝因美豆逗儿童营养食品有限公司成长能力指标走势图

图表：广州市合生元生物制品有限公司主要经济指标走势图

图表：广州市合生元生物制品有限公司经营收入走势图

图表：广州市合生元生物制品有限公司盈利指标走势图

图表：广州市合生元生物制品有限公司负债情况图

图表：广州市合生元生物制品有限公司负债指标走势图

图表：广州市合生元生物制品有限公司运营能力指标走势图

图表：广州市合生元生物制品有限公司成长能力指标走势图

通过《2012-2016年中国婴幼儿辅食市场运营态势与战略咨询研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201112/19-88604.html>