

2021-2027年中国婴幼儿辅食行业市场竞争力分析及发展策略分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国婴幼儿辅食行业市场竞争力分析及发展策略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202101/922975.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

婴幼儿辅食是指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。

智研咨询发布的《2021-2027年中国婴幼儿辅食行业市场竞争力分析及发展策略分析报告》共十章。首先介绍了婴幼儿辅食行业市场发展环境、婴幼儿辅食整体运行态势等，接着分析了婴幼儿辅食行业市场运行的现状，然后介绍了婴幼儿辅食市场竞争格局。随后，报告对婴幼儿辅食做了重点企业经营状况分析，最后分析了婴幼儿辅食行业发展趋势与投资预测。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 婴幼儿辅食行业基本概念

1.1 婴幼儿辅食概念

1.1.1 婴幼儿辅食定义

1.1.2 婴幼儿辅食种类

1.1.3 婴幼儿辅食特点

1.1.4 婴幼儿替代产品

1.2 婴幼儿辅食添加注意事项

1.2.1 婴幼儿辅食添加原则

1.2.2 婴幼儿辅食添加时机

第二章 2016-2020年中国婴幼儿辅食行业发展环境概况

2.1 政策环境

2.1.1 全面二孩政策刺激新增人口

2.1.2 婴幼儿辅食生产许可审查细则

2.1.3 国民营养计划

2.1.4 婴幼儿辅食镉限量值公告

2.1.5 婴幼儿辅食添加营养指南

2.1.6 婴幼儿辅食国标修改意见

2.1.7 婴幼儿辅食行业监管动态

2.2 经济环境

2.2.1 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业运行情况

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 转型升级态势

2.3 社会环境

2.3.1 社会消费规模

2.3.2 居民收入水平

2.3.3 居民消费水平

2.3.4 新增人口环境

2.3.5 育儿观念改变

2.3.6 下沉市场潜力

第三章 2016-2020年过国内外婴幼儿辅食市场发展分析

3.1 全球婴幼儿辅食市场现状

3.1.1 国际行业标准

3.1.2 行业发展规模

3.1.3 行业消费规模

3.1.4 区域消费格局

3.1.5 细分品类品牌

3.2 中国婴幼儿辅食行业发展现状

3.2.1 行业发展特点

3.2.2 行业发展热点

3.2.3 产业链结构

3.3 中国婴幼儿辅食市场发展分析

3.3.1 市场规模现状

3.3.2 市场供需对比

3.3.3 行业竞争现状

3.3.4 品牌影响力排名

3.3.5 行业委员会成立

3.4 婴幼儿谷物类辅食专利技术概况

3.4.1 婴幼儿谷类辅食专利申请趋势

3.4.2 婴幼儿谷类辅食专利申请人类型

3.4.3 婴幼儿谷类辅食主要申请单位

3.4.4 婴幼儿谷类辅食类型及比例

3.4.5 婴幼儿谷类辅食专利的关键技术

3.5 婴幼儿辅食行业消费者行为分析

3.5.1 自制婴幼儿辅食原因

3.5.2 婴幼儿辅食主要渠道

3.5.3 消费者价位倾向区间

3.5.4 辅食产品满意度比例

3.5.5 影响消费者购买因素

3.5.6 消费者购买品牌选择

3.5.7 对辅食口味选择偏好

3.6 中国婴幼儿辅食营销模式分析

3.6.1 直营模式

3.6.2 代理经销商模式

3.6.3 大型综合连锁卖场模式

3.6.4 网络营销模式

3.7 婴幼儿辅食行业发展问题

3.7.1 婴幼儿辅食添加问题

3.7.2 婴幼儿辅食标准缺失

3.7.3 婴幼儿市场缺乏教育

3.7.4 辅食行业制作门槛低

3.7.5 行业缺乏品牌战略规划

3.7.6 跨界营销使行业口碑低下

3.8 婴幼儿辅食高盐高糖添加问题

3.8.1 婴幼儿辅食高盐现象突出

3.8.2 婴幼儿辅食中游离糖泛滥

3.8.3 婴幼儿辅食食用香精泛滥

3.9 国产婴幼儿辅食企业生存策略

3.9.1 严抓辅食质量关

3.9.2 增大科研投入宣传

第四章 中国婴幼儿营养保健品市场发展分析

4.1 婴幼儿营养品发展概况

4.1.1 市场总体现状

4.1.2 市场格局分析

4.1.3 营养品细分格局

4.1.4 追求有机成分

4.1.5 行业发展趋势

4.2 婴幼儿益生菌市场分析

4.2.1 婴幼儿益生菌使用意义

4.2.2 婴幼儿益生菌种类范围

4.2.3 婴幼儿益生菌市场现状

4.2.4 婴幼儿益生菌资本布局

4.2.5 婴幼儿益生菌市场乱象

4.2.6 婴幼儿益生菌制度问题

4.3 婴幼儿DHA市场分析

4.3.1 婴幼儿DHA概念概述

4.3.2 婴幼儿DHA使用价值

4.3.3 婴幼儿DHA相关政策

4.3.4 婴幼儿DHA品牌格局

4.4 婴幼儿维生素

4.4.1 婴幼儿维生素概况分析

4.4.2 婴幼儿维生素补充指南

4.4.3 婴幼儿维生素缺乏原因

第五章 2016-2020年婴幼儿辅食细分产品市场分析

5.1 婴幼儿辅食行业产品结构

5.2 谷物类辅食市场分析

5.2.1 行业产品分类

5.2.2 行业政策规范

5.2.3 行业市场规模

5.2.4 行业主要产品

5.3 辅零食类市场概况

5.3.1 行业需求规模

5.3.2 企业布局辅零食

5.3.3 典型企业分析

5.3.4 行业发展对策

5.4 营养补充品市场分析

5.4.1 销售规模现状

5.4.2 品牌集中度高

5.4.3 消费者特征

5.4.4 典型企业分析

5.4.5 行业下沉趋势

5.5 佐餐辅食行业现状

第六章 2016-2020年中国婴幼儿辅食相关行业发展分析——母婴行业

6.1 中国母婴行业发展综述

6.1.1 行业生命周期

6.1.2 产业链构成

6.1.3 行业发展热点

6.1.4 母婴APP发展

6.2 中国母婴市场现状分析

6.2.1 行业现状总况

6.2.2 市场规模分析

6.2.3 市场消费格局

6.2.4 行业竞争格局

6.2.5 平台使用情况

6.3 中国母婴市场渠道发展分析

6.3.1 渠道发展现状

6.3.2 渠道发展特点

6.3.3 渠道数据分析

6.3.4 渠道发展趋势

6.4 中国母婴连锁市场发展分析

6.4.1 市场规模分析

6.4.2 行业竞争格局

6.4.3 业务延展模式分析

6.4.4 企业渠道布局策略

6.4.5 直营连锁发展前景

6.4.6 行业发展趋势分析

6.5 中国母婴实体店消费状况分析

6.5.1 母婴实体店发展现状

6.5.2 母婴实体店客户分析

6.5.3 母婴实体店发展总结

6.6 中国互联网母婴行业发展分析

6.6.1 市场发展历程

6.6.2 市场规模分析

6.6.3 行业渠道结构

6.6.4 细分领域用户规模

6.6.5 产业图谱分析

6.6.6 行业发展态势

6.6.7 厂商布局方向

6.7 中国母婴行业发展面临的问题

6.7.1 经营成本问题

6.7.2 市场竞争问题

6.7.3 营运标准问题

6.7.4 人力资源问题

6.7.5 其他问题

6.8 中国母婴行业发展建议

6.8.1 政府监管策略

6.8.2 企业发展策略

第七章 2016-2020年婴幼儿辅食行业重点区域发展分析

7.1 江西省

7.1.1 行业现状

7.1.2 政策支持

7.1.3 监管动态

7.1.4 代表企业

7.1.5 企业动态

7.2 湖南省

7.2.1 政策支持

7.2.2 典型企业

7.2.3 监管动态

7.2.4 项目动态

7.3 陕西省

7.3.1 政策支持

7.3.2 行业现状

7.3.3 典型企业

7.4 其他省市

7.4.1 广东省

7.4.2 黑龙江

7.4.3 福建省

第八章 婴幼儿辅食行业国内外典型企业分析

8.1 卡夫亨氏KraftHEINZ

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 品牌辅食搭配

8.1.3 企业经营状况分析

8.2 嘉宝Gerber

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 企业合作发展

8.2.3 企业产品问题

8.3 小皮Little Freddie

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 主要辅食产品

8.3.3 公司发展经营

8.4 英氏Engnice

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 英氏主要产品

8.4.3 企业发展布局

8.5 方广企业

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 企业辅食发展

8.5.3 产品有机标准

第九章 2016-2020年婴幼儿辅食行业投资环境分析

9.1 母婴行业投融资发展分析

9.1.1 母婴行业投融资规模

9.1.2 母婴行业投融资亮点

9.1.3 行业细分投融资分析

9.2 婴幼儿辅食行业投融资现状分析

9.2.1 行业融资动态

9.2.2 企业投资布局

9.3 婴幼儿辅食行业投资壁垒

9.3.1 政策壁垒

9.3.2 资金壁垒

9.3.3 品牌壁垒

9.3.4 技术壁垒

9.4 婴幼儿辅食行业投资风险

9.4.1 消费习惯风险

9.4.2 产品供给风险

9.4.3 人口消退风险

第十章 2021-2027年婴幼儿辅食行业前景趋势分析

10.1 婴幼儿辅食行业发展趋势

10.1.1 总体发展趋势 (ZY ZS)

10.1.2 产品变化趋势

10.1.3 行业发展变化

10.1.4 本土企业空间

10.2 2021-2027年中国婴幼儿辅食行业预测分析

10.2.1 2021-2027年中国婴幼儿辅食行业影响因素分析

10.2.2 2021-2027年中国婴幼儿辅食行业产量预测

附录

附录一：《婴幼儿辅食添加营养指南》

附录二：《关于进一步加强婴幼儿谷类辅助食品监管的规定》

附录三：《婴幼儿辅助食品生产许可审查细则》

图表目录：

图表 婴幼儿辅食产品分类

图表 婴幼儿辅食产品特点

图表 2016-2020年国内生产总值及其增长速度

图表 2016-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2020年GDP初步核算数据

图表 2016-2020年货物进出口总额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202101/922975.html>