

2014-2020年中国婴幼儿保 健品市场监测与发展趋势预测报告

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

《2014-2020年中国婴幼儿保健品市场监测与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201409/111588.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

近几年，随着人们物质、文化生活水平的提高，新的育儿方法越来越被家长们重视。婴幼儿是人的一生中健康成长的重要时期，在这个时期如能得到合理的饮食与充足的营养，必将为其体力和智力的发展打下良好的物质基础。因此，在中国市场上开发营养丰富、配方科学，易消化、吸收的儿童保健品是具有很大潜力的。2006-2009年，国内儿童保健品产品的需求一直保持快速增长。2006年国内儿童保健品实现了130亿的销售收入，2009年其销售收入达到了210.4亿。近几年，国内儿童保健品的销售收入的平均增长速度达到了17.4%，由此可见，国内儿童保健品的市场容量大，市场发展前景良好。

纵观全球保健食品市场，目前的市场容量达2000亿美元以上，保健食品占整个食品销售的5%。其中，美国是全球规模最大的保健食品市场。然而，除了欧美发达国家的稳定的市场以外，亚太地区等新兴市场正在呈现快速增长的势头，并有赶超欧美的趋势。中国保健食品市场就在2009年超过日本，位居全球第二。

在短短十几年时间里，已经迅速发展成为一个独特的产业，成为中国工业经济新的增长点之一、国民经济的一个新兴行业。上世纪80年代末期到95年初，是保健品行业的第一个高速发展时期。1998年至今，保健品行业进入了一个前所未有的高速发展时期。近五年来国外保健品在我国市场上的销量每年均以12%以上的速度在增长。2004年，我国保健品行业产值达到500亿，2009年将达到683.8亿元，年均复合增长率达到15.24%，。到2010年，保健品人均消费有望达到100元，保健品产业市场总容量突破1000亿元，达到1300亿元的消费量；到2020年时，人均消费达到300元，市场总容量突破4500亿元。

随着社会的发展，人们生活水平的提高，人们在保健品上的花费越来越多，目前随着新生婴儿的出生，连带着产生了一个新的经济圈，那就是婴儿保健品。现在的产妇以第一代独生子女为多，他们在自己的孩子成长的花费方面表现出两个特点：一是舍得花钱；二是重视婴幼儿的素质教育。这才是促成石狮婴幼儿用品店日益增多的根本原因，婴幼儿保健用品店发展潜力大。婴幼儿保健品将逐渐由奢侈消费品向普通消费品转变，价格随之下降也是必然趋势。到目前为止，婴幼儿保健品被定位为高档奢侈消费品，价格自然也高。随着保健观念的深入和生活水平的提高，婴幼儿保健品正由保健药品向保健食品或功能食品演变，保健消费将成为人们日常生活的经常消费，低价政策更符合未来婴幼儿保健品的角色定位。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、中国保健协会、中国营养保健食品协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、婴幼儿保健品行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国婴幼儿保健品市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势

、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了婴幼儿保健品的开发、产销、战略、经营状况等。报告还对婴幼儿保健品风险进行了预测，为保健品生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在婴幼儿保健品行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国婴幼儿保健品行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 婴幼儿保健品行业现状概况

第一章 2011-2013年中国婴幼儿保健品行业现状 1

第一节 中国婴幼儿保健品行业定义 1

第二节 中国婴幼儿保健品市场规模 2

第三节 中国婴幼儿保健品行业产能 5

第四节 中国婴幼儿保健品业集中度 9

第五节 中国婴幼儿保健品市场供需 15

第二章 2011-2013年婴幼儿保健品行业经济运行 17

第一节 2011-2013年婴幼儿保健品行业偿债能力分析 17

第二节 2011-2013年婴幼儿保健品行业盈利能力分析 18

第三节 2011-2013年婴幼儿保健品行业发展能力分析 18

第四节 2011-2013年婴幼儿保健品行业资产及变化趋势 19

第五节 2011-2013年婴幼儿保健品行业负债及变化趋势 19

第六节 2011-2013年婴幼儿保健品行业销售及变化趋势 20

一、2011-2013年婴幼儿保健品行业销售收入及变化趋势 20

二、2011-2013年婴幼儿保健品行业销售成本及变化趋势 20

第七节 2011-2013年婴幼儿保健品行业营运能力及变化趋势 21

一、2011-2013年婴幼儿保健品行业营收账款周期率及变化趋势 21

二、2011-2013年婴幼儿保健品行业总资产周期率及变化趋势 21

第八节 2011-2013年婴幼儿保健品行业企业数量及变化趋势 22

第三章 婴幼儿保健品生产与市场分析 23

第一节 2011-2013年中国婴幼儿保健品生产情况 23

第二节 2011-2013年婴幼儿保健品细分产品市场分析 24

第四章 中国婴幼儿保健品消费市场分析 28

第一节 2012-2014年婴幼儿保健品消费者特征分析 28

一、人口结构分析 28

二、职业结构分析	29
三、收入结构分析	36
第二节 2012-2014年婴幼儿保健品消费者对养生保健品选择的调查	37
一、消费者对保健品种类的选择率调查	37
二、消费者对保健品品牌选择的调查	38
三、消费者对保健品消费满意度调查	39
第三节 2012-2014年婴幼儿保健品行业影响消费者选购因素分析	40
一、价格因素	40
二、质量因素	42
三、品牌的影响	45
四、广告的影响程度	46
第四节 2012-2014年婴幼儿保健品市场消费者费渠道分析	46
一、连锁药店、社区药店	46
二、普通商场、超市	49
三、批发市场	51
四、其他渠道	54
第二部分 婴幼儿保健品行业区域市场分析	
第五章 2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业经营情况	56
第一节 2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	56
一、2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业规模及变化趋势	56
二、2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业成长性及变化趋势	57
三、2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	58
四、2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业盈利能力及变化趋势	60
五、2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业偿债能力及变化趋势	61
第二节 2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业生产能力及变化趋势	61
第三节 2011-2013年华北地区婴幼儿保健品行业发展趋势	63
第六章 2011-2013年华东地区婴幼儿保健品行业经营情况	64
第一节 2011-2013年华东地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	64
一、2011-2013年华东地区婴幼儿保健品行业规模及变化趋势	64
二、2011-2013年华东地区婴幼儿保健品成长性及变化趋势	66
三、2011-2013年华东地区婴幼儿保健品经营能力及变化趋势	67
四、2011-2013年华东地区婴幼儿保健品盈利能力及变化趋势	74

五、2011-2013年华东地区婴幼儿保健品偿债能力及变化趋势	76
第二节 2011-2013年华东地区婴幼儿保健品行业生产能力及变化趋势	77
第三节 2011-2013年华东地区婴幼儿保健品行业发展趋势	78
第七章 2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业经营情况	79
第一节 2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	79
一、2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业规模及变化趋势	79
二、2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业成长性及变化趋势	80
三、2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	81
四、2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业盈利能力及变化趋势	83
五、2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业偿债能力及变化趋势	84
第二节 2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业渠道销售分析	84
第三节 2011-2013年华南地区婴幼儿保健品行业发展趋势	88
第八章 2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业经营情况	91
第一节 2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	91
一、2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业规模及变化趋势	91
二、2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业成长性及变化趋势	92
三、2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业经营能力及变化趋势	92
四、2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业盈利能力及变化趋势	97
五、2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业偿债能力及变化趋势	98
第二节 2011-2013年西部地区婴幼儿保健品行业对外贸易及变化趋势	99
第三部分 婴幼儿保健品行业对外贸易分析	
第九章 中国婴幼儿保健品进口贸易	100
第一节 中国婴幼儿保健品进口量分析	100
一、2011-2013年中国婴幼儿保健品进口结构及变化	100
二、2011-2013年中国婴幼儿保健品进口量及变化	101
第二节 中国婴幼儿保健品进口额分析	102
一、2011-2013年中国婴幼儿保健品进口额及变化	102
二、2011-2013年中国婴幼儿保健品进口分析	102
第十章 中国婴幼儿保健品出口贸易	103
第一节 中国婴幼儿保健品出口量分析	103
一、2011-2013年中国婴幼儿保健品出口结构及变化	103
二、2011-2013年中国婴幼儿保健品出口量及变化	104

第二节 中国婴幼儿保健品出口额分析	104
一、2011-2013年中国婴幼儿保健品出口额及变化	104
二、2011-2013年中国婴幼儿保健品主要海外市场分布	105
第四部分 婴幼儿保健品行业行业竞争分析	
第十一章 2011-2013年婴幼儿保健品行业竞争分析	106
第一节 2011-2013年婴幼儿保健品行业竞争结构分析	106
第二节 2011-2013年婴幼儿保健品企业竞争策略	110
第三节 2011-2013年婴幼儿保健品优势企业分析	111
第十二章 2011-2013年婴幼儿保健品行业原材料和关联产业分析	117
第一节 2011-2013年婴幼儿保健品行业原材料供应分析	117
第二节 2011-2013年婴幼儿保健品行业关联产业分析	122
第五部分 婴幼儿保健品行业行业投资分析	
第十三章 中国婴幼儿保健品发展和行业特点	126
第一节 中国婴幼儿保健品发展问题与对策	126
第二节 2011-2013年婴幼儿保健品行业特点	137
第十四章 2014-2020年婴幼儿保健品行业发展规划分析	141
第一节 婴幼儿保健品行业发展机会分析	141
第二节 婴幼儿保健品行业发展机遇分析	143
第十五章 2011-2013年婴幼儿保健品行业投资分析	146
第一节 2011-2013年婴幼儿保健品行业投资及进入壁垒	146
第二节 2011-2013年婴幼儿保健品行业投资经济环境	149
第三节 2011-2013年婴幼儿保健品行业投资政策环境	186
第四节 2011-2013年婴幼儿保健品行业投资技术环境	238
第六部分 婴幼儿保健品行业行业趋势分析	
第十六章 2011-2013年婴幼儿保健品国际市场环境	246
第一节 国际婴幼儿保健品市场规模	246
第二节 国际婴幼儿保健品市场供需	248
第三节 国际婴幼儿保健品主要企业	248
第四节 国际婴幼儿保健品市场主要国家	250
第十七章 2014-2020年婴幼儿保健品行业发展预测	252
第一节 2014-2020年国际婴幼儿保健品市场预测	252
第二节 2014-2020年国内婴幼儿保健品市场预测	253

一、2014-2020年国内婴幼儿保健品行业产值预测	253
二、2014-2020年国内婴幼儿保健品市场需求前景	256
三、2014-2020年国内婴幼儿保健品行业盈利预测	259
第十八章 2014-2020年婴幼儿保健品行业投资战略分析	262
第一节 婴幼儿保健品市场投资策略分析	262
第二节 婴幼儿保健品细分市场投资策略分析	262
第十九章 中国婴幼儿保健品行业发展战略研究	264
第一节 市场策略分析	264
一、婴幼儿保健品价格策略分析	264
二、婴幼儿保健品渠道策略分析	271
第二节 销售策略分析	272
一、媒介选择策略分析	272
二、产品定位策略分析	273
第三节 对我国婴幼儿保健品品牌的战略思考	276
一、企业品牌的重要性分析	276
二、婴幼儿保健品企业品牌的现状分析	279
三、婴幼儿保健品品牌战略管理的策略	291
第四节 婴幼儿保健品企业经营管理策略	293
一、成本控制策略	293
二、营销策略	300
图表目录	
图表：中国婴幼儿保健品市场规模分析及增长速度（单位：千克）	2
图表：2006-2009年我国婴幼儿保健品市场规模增长情况	3
图表：我国婴幼儿配方奶粉市场规模	5
图表：中国婴幼儿保健品业市场区域集中度	12
图表：中国婴幼儿保健品市场集中度情况	12
图表：2011-2013年婴幼儿保健品区域消费规模集中度	13
图表：2012年全球各地区婴幼儿食品公司的CR5集中度	14
图表：中国婴幼儿保健品市场需求量及其增长分析	15
图表：中国婴幼儿保健品市场需求地域结构分析	15
图表：中国婴幼儿保健品市场产量及其增长分析（单位：千克）	16
图表：中国婴幼儿保健品市场生产区域结构分析	16

图表：2011-2013年我国婴幼儿保健品行业流动比率走势	17
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业利率及增长率	18
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业总资产增长率	18
图表：2011-2013年中国婴幼儿保健品行业总资产利润率	19
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业资产负债比率	19
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业销售收入率	20
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业成本费用售利润率	20
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业营收账款周期率	21
图表：2011-2013年婴幼儿保健品行业总资产周期率	21
图表：2011-2013年我国保健品产值	23
图表：中国婴幼儿保健品行业生产规模及增长速度（单位：吨）	23
图表：中国婴幼儿保健品产业地区分布	24
图表：2011-2013年中国婴幼儿保健品产量走势（单位：吨）	24
图表：购买的首要考虑因素	39
图表：消费者对保健品满意度调查	40
图表：2011-2013年华北制药集团每股指标规模及变化趋势	56
图表：2011-2013年华润双鹤药业股份有限公司每股指标规模及变化趋势	56
图表：2011-2013年华北制药集团成长能力指标及变化趋势	57
图表：2011-2013年华润双鹤药业股份有限公司成长能力指标及变化趋势	57
图表：2011-2013年华北制药集团经营能力及变化趋势	59
图表：2011-2013年华润双鹤药业股份有限公司经营能力及变化趋势	60
图表：2011-2013年华北制药集团盈利能力及变化趋势	60
图表：2011-2013年华润双鹤药业股份有限公司盈利能力及变化趋势	60
图表：2011-2013年华北制药集团财务风险指标及变化趋势	61
图表：2011-2013年华润双鹤药业股份有限公司财务风险指标及变化趋势	61
图表：2011-2013年哈药集团每股指标规模及变化趋势	64
图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司每股指标规模及变化趋势	64
图表：2011-2013年山东新华制药股份有限公司每股指标规模及变化趋势	65
图表：2011-2013年浙江震元股份有限公司每股指标规模及变化趋势	65
图表：2011-2013年哈药集团成长能力及变化趋势	66
图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司成长能力及变化趋势	66
图表：2011-2013年山东新华制药股份有限公司成长能力及变化趋势	67

图表：2011-2013年浙江震元股份有限公司成长能力及变化趋势	67
图表：2011-2013年哈药集团经营能力指标及变化趋势	70
图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司经营能力指标及变化趋势	71
图表：2011-2013年山东新华制药股份有限公司经营能力指标及变化趋势	73
图表：2011-2013年浙江震元股份有限公司经营能力指标及变化趋势	74
图表：2011-2013年哈药集团盈利能力指标及变化趋势	74
图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司盈利能力指标及变化趋势	75
图表：2011-2013年山东新华制药股份有限公司盈利能力指标及变化趋势	75
图表：2011-2013年浙江震元股份有限公司盈利能力指标及变化趋势	75
图表：2011-2013年哈药集团财务风险指标及变化趋势	76
图表：2011-2013年上海交大昂立股份有限公司财务风险指标及变化趋势	76
图表：2011-2013年山东新华制药股份有限公司财务风险指标及变化趋势	76
图表：2011-2013年浙江震元股份有限公司财务风险指标及变化趋势	77
图表：2011-2013年贝因美公司每股指标规模及变化趋势	79
图表：2011-2013年丽珠医药集团股份有限公司每股指标规模及变化趋势	79
图表：2011-2013年贝因美公司成长能力指标及变化趋势	80
图表：2011-2013年丽珠医药集团股份有限公司成长能力指标及变化趋势	80
图表：2011-2013年贝因美公司经营能力指标及变化趋势	81
图表：2011-2013年丽珠医药集团股份有限公司经营能力指标及变化趋势	82
图表：2011-2013年贝因美公司盈利能力指标及变化趋势	83
图表：2011-2013年丽珠医药集团股份有限公司盈利能力指标及变化趋势	83
图表：2011-2013年贝因美公司财务风险指标及变化趋势	84
图表：2011-2013年丽珠医药集团股份有限公司财务风险指标及变化趋势	84
图表：2011-2013年云南白药集团每股指标规模及变化趋势	91
图表：2011-2013年西藏药业每股指标规模及变化趋势	91
图表：2011-2013年云南白药集团成长能力指标及变化趋势	92
图表：2011-2013年西藏药业成长能力指标及变化趋势	92
图表：2011-2013年云南白药集团经营能力及变化趋势	96
图表：2011-2013年西藏药业经营能力及变化趋势	97
图表：2011-2013年云南白药集团盈利能力指标及变化趋势	97
图表：2011-2013年西藏药业盈利能力指标及变化趋势	98
图表：2011-2013年云南白药集团财务风险指标及变化趋势	98

图表：2011-2013年西藏药业财务风险风险指标及变化趋势	98
图表：2011-2013年中国婴幼儿保健品进口量及增产率	101
图表：2011-2013年中国婴幼儿保健品进口金额及增长率	102
图表：2009-2012年中国婴幼儿保健品进口分析	102
图表：2011-2013年中国婴幼儿保健品出口量及增产率	104
图表：2011-2013年中国婴幼儿保健品出口额及增长率	104
图表：2012年婴幼儿保健品前20位进口国地域分布(单位：美元)	105
图表：2012年儿童保健品前10位进口国(单位：美元)	105
图表：婴幼儿保健品行业竞争分析理论基础	106
图表：婴幼儿保健品行业竞争组群分析	106
图表：目前中国儿童用药批文和品种情况	122
图表：目前中国儿童药品剂型构成	123
图表：中草药保健品儿童口服液行业市场规模分析及增长速度	123
图表：中草药保健品儿童口服液行业近几年产量变化趋势	123
图表：2010-2013年中国婴幼儿配方乳粉企业数量（单位：家）	124
图表：2011-2013年中国原奶产量	125
图表：2006-2013年国内生产总值及其增长速度	149
图表：2011-2012年国内生产总值增长速度（单位：%）	150
图表：2012-2013年国内生产总值增长速度（累计同比）	156
图表：2012-2013年规模以上工业增加值增速（月度同比）（单位：%）	156
图表：2012-2013年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）（单位：%）	157
图表：2012-2013年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）（单位：%）	157
图表：2012-2013年居民消费价格上涨情况（月度同比）（单位：%）	158
图表：2012-2013年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）（单位：%）	158
图表：2007-2013年人口及自然增长率变化情况	158
图表：2013年各月份其他指标环比数据表	159
图表：2008-2014年1月我国CPI增长情况	159
图表：2012-2014年1月全国（城市、农村）CPI增长分析	160
图表：2008-2014年1月我国PPI增长情况	161
图表：2012-2014年1月全国PPI每月增长情况分析	161
图表：2013年我国居民消费价格上涨情况（月度同比）	162
图表：2012-2013年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度	163

图表：2012-2013年我国农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）	163
图表：2006-2013年全社会固定资产投资及其增长速度	165
图表：2006-2013年公共财政收入及其增长速度	168
图表：2013年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度	172
图表：2013年我国汇率变化情况	173
图表：我国人民币存贷款基准利率历次调整一览表	175
图表：2010-2013年我国存款准备金率调整一览表	175
图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度	177
图表：2006-2013年我国货物进出口总额	178
图表：2008-2013年11月城镇固定资产投资增长情况	180
图表：2012-2013年12月城镇固定资产投资增长分析	180
图表：2008-2014年1月进出口及走势分析	181
图表：2012-2014年1月我国进出口额及增长情况	185
图表：2011-2013年国际婴幼儿保健品市场供需	248
图表：我国儿童保健品销售的渠道分布	254
图表：我国儿童保健品品牌市场结构	254
图表：2014-2020年我国婴幼儿保健品产值规模	255
图表：2014-2020年中国婴幼儿保健品工业总产值	256
图表：2014-2020年中国婴幼儿保健品行业产值利税率	256
图表：中国婴幼儿保健品区域市场结构比例	259
图表：2014-2020年国内婴幼儿保健品市场需求量	259
图表：2014-2020年中国婴幼儿保健品行业利润总额	260
图表：2014-2020年中国婴幼儿保健品行业总资产利润率	261
图表：2014-2020年婴幼儿保健品行业销售利润率	261
图表：保健品媒介策略	273

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/111588.html>