

中国婴幼儿辅食行业发展现状分析与投资前景预测报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国婴幼儿辅食行业发展现状分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/579245.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

根据世界卫生组织建议，婴幼儿阶段除了母乳和婴儿配方奶粉之外，从6月开始可以逐步添加辅食。根据产品结构进行划分，我国婴幼儿辅食可以大致分为四类：一是以米粉、面条为主的谷物辅食，二是以饼干、磨牙棒为主的辅零食，三是以肉泥、菜泥、果泥等为主的佐餐辅食，四是营养补充品。

我国婴幼儿辅食大致划分

类别

举例

主要年龄

谷物辅食

米粉、营养面等

6-18个月

营养补充品

营养包等

6-36个月

辅零食

饼干、磨牙棒等

6-36个月

佐餐辅食

肉泥、菜泥、果泥等

6-24个月

资料来源：观研天下整理

一、市场发展现状

2016年全面开放二孩政策后，新生儿人口数剧增，虽然随后开始截至2021年，我国新生儿人数递减，但是基于我国庞大的新生人口基数，辅食市场规模有强劲的增长基础。

数据来源：国家统计局

同时，随着我国新生代父母的科学喂养观念加强，我国婴儿辅食行业消费规模持续上升，近十年的市场消费增速保持在20%左右。2021年我国婴幼儿辅食市场规模约489亿元，同比增长10.14%。

数据来源：公开资料整理

二、消费洞察

从现阶段我国婴幼儿辅食市场消费群年龄分布来看，85后/90后是婴幼儿辅食市场消费主力

军，占比超60%。

数据来源：公开资料整理

从从2021年我国婴幼儿辅食市场Top20搜索词来看，品牌的搜索词人数占比较多如小皮、宝宝馋了、嘉宝、小鹿蓝蓝、禾泱泱等，说明在该类目中用户购买时有明确的品牌意向，会根据品牌力、产品力进行购买。此外，品牌词的支付转化率也比较高，最高达到了19.8%。

2021年我国婴幼儿辅食市场Top20热搜词概况

搜索词

热搜排名

搜索人数

点击率

支付转化率

支付人数

小皮米粉

1

266799

61.20%

11.28%

13255

宝宝馋了

2

142668

40.27%

12.58%

3650

小皮

3

137838

74.94%

9.25%

4496

嘉宝米粉

4

90673

58.15%

7.66%

3321

米粉饕儿

5

85656

82.84%

12.93%

6603

小鹿蓝蓝

6

74985

46.61%

15.73%

3431

地球最好米粉

7

73705

41.48%

7.37%

1906

米饼

8

72095

83.16%

19.67%

7961

禾泱泱

9

68029

42.69%

8.36%

1308

嘉宝

10

65539

5531%

7.23%

1560

辅食

11

62319

77.37%

8.18%

2070

宝宝零食

12

61669

117.94%

16.11%

5915

主宝辅食

13

61175

93.85%

9.36%

2886

米糊

14

58855

77.52%

12.61%

3819

禾泱泱官方旗舰店

15

58262

39.54%

8.29%

1035

婴儿辅食

16

57029

92.71%

9.61%

3052

小皮果泥

17

56812

75.24%

7.20%

2238

米粉婴儿高铁

18

55769

82.26%

12.73%

4407

琶牙棒

19

53094

82.21%

19.80%

5450

宝宝馋了官方旗舰店

20

53080

41.19%

15.35%

1910

资料来源：公开资料整理

三、投融资情况

近两年来，虽然奶粉、纸尿裤两大“硬支出”依旧是母婴消费的核心品类，但辅零食已经成为“新晋顶流”，从其被资本热捧可看出。据相关统计数据显示，2021年辅零食赛道有15起投融资事件发生，哆猫猫、窝小芽均在一年内完成3次融资，秋田满满2轮大额融资引人注目，诸如小黄象、满分牛牛、渔可爱等新锐品牌也拿到了天使轮融资。

2021年我国辅零食领域投融资情况

时间

企业

轮次

融资金额

投资方

1月

窝小芽

A轮

数千万元

黑藻资本

1月

思克奇

战略融资

未披露

君乐宝乳业

2月

宝宝馋了

A+轮

过亿元人民币

天图投资

3月

小黄象

天使轮

数千万人民币

英格基金

3月

哆猫猫

Pre-A轮

千万美元

里纳赫资本、三七互娱等

4月

秋田满满

A轮

数千万美元

顺为资本、清流资本

5月

窝小芽

A+轮

数千万元

不二资本、璀璨资本

5月

米小芽

A轮

数千万元

新梅资本

6月

满分牛牛

天使轮

数千万元

小恐龙基金领投、尚承投资跟投

8月

渔可爱

天使轮

3000万元

未披露

9月

海狸先生

pre-A轮

数千万元

朴和长青、齐光资本、启荣创投

9月

哆猫猫

A轮

数千万元

厚为资本（芒果次元）、翎翎资本等

11月

哆猫猫

A+轮

亿元

温氏资本领投、海纳亚洲创投基金SIG跟投

12月

秋田满满

B轮

千万美元

漠策资本领投、顺为资本和清流资本跟投

12月

窝小芽

B轮

亿元

元璟资本，三角资本、不二资本、璀璨资本跟投

资料来源：公开资料整理

四、销售渠道

虽然随着电商的快速发展，婴幼儿辅食零售行业进入新的发展阶段，线上渠道分流了部分线下客户流量，但因线下渠道如母婴店和商超进货来源较为明确，消费者能够直观地感受产品，同时还有专业人士提供服务，因此，线下渠道仍将长期成为婴幼儿辅食的主要渠道，例如有高达44.4%的消费者会选择在母婴店购买辅零食，42.4%的消费者会选择在商超购买谷物类辅食。

2021年我国网名购买婴幼儿辅食渠道情况

细分市场

商超

母婴店

电商

药店

海外代购

其他

谷物类辅食

42.4%

37.4%

44.1%

5.3%

12.4%

4.6%

营养补充剂

29.1%

37.9%

36.4%

12.6%

16.6%

4%

佐餐辅食

33.8%

38.2%

11.1%

11.1%

9.9%

3.8%

辅零食

37.6%

44.4%

33.5%

11.3%

9.6%

3.3%

数据来源：公开资料整理（TC）

观研报告网发布的《中国婴幼儿辅食行业发展现状分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中

国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国婴幼儿辅食行业发展概述

第一节 婴幼儿辅食行业发展情况概述

一、婴幼儿辅食行业相关定义

二、婴幼儿辅食行业基本情况介绍

三、婴幼儿辅食行业发展特点分析

四、婴幼儿辅食行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、婴幼儿辅食行业需求主体分析

第二节 中国婴幼儿辅食行业生命周期分析

一、婴幼儿辅食行业生命周期理论概述

二、婴幼儿辅食行业所属的生命周期分析

第三节 婴幼儿辅食行业经济指标分析

一、婴幼儿辅食行业的赢利性分析

二、婴幼儿辅食行业的经济周期分析

三、婴幼儿辅食行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球婴幼儿辅食行业市场发展现状分析

第一节 全球婴幼儿辅食行业发展历程回顾

第二节 全球婴幼儿辅食行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲婴幼儿辅食行业地区市场分析

一、亚洲婴幼儿辅食行业市场现状分析

- 二、亚洲婴幼儿辅食行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲婴幼儿辅食行业市场前景分析
- 第四节北美婴幼儿辅食行业地区市场分析
 - 一、北美婴幼儿辅食行业市场现状分析
 - 二、北美婴幼儿辅食行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美婴幼儿辅食行业市场前景分析
- 第五节欧洲婴幼儿辅食行业地区市场分析
 - 一、欧洲婴幼儿辅食行业市场现状分析
 - 二、欧洲婴幼儿辅食行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲婴幼儿辅食行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界婴幼儿辅食行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球婴幼儿辅食行业市场规模预测

第三章 中国婴幼儿辅食行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品零售总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节我国宏观经济环境对婴幼儿辅食行业的影响分析
- 第三节中国婴幼儿辅食行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对婴幼儿辅食行业的影响分析
- 第五节中国婴幼儿辅食行业产业社会环境分析

第四章 中国婴幼儿辅食行业运行情况

- 第一节中国婴幼儿辅食行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析

第二节中国婴幼儿辅食行业市场规模分析

一、影响中国婴幼儿辅食行业市场规模的因素

二、中国婴幼儿辅食行业市场规模

三、中国婴幼儿辅食行业市场规模解析

第三节中国婴幼儿辅食行业供应情况分析

一、中国婴幼儿辅食行业供应规模

二、中国婴幼儿辅食行业供应特点

第四节中国婴幼儿辅食行业需求情况分析

一、中国婴幼儿辅食行业需求规模

二、中国婴幼儿辅食行业需求特点

第五节中国婴幼儿辅食行业供需平衡分析

第五章 中国婴幼儿辅食行业产业链和细分市场分析

第一节中国婴幼儿辅食行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、婴幼儿辅食行业产业链图解

第二节中国婴幼儿辅食行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对婴幼儿辅食行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对婴幼儿辅食行业的影响分析

第三节我国婴幼儿辅食行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国婴幼儿辅食行业市场竞争分析

第一节中国婴幼儿辅食行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国婴幼儿辅食行业竞争现状分析

一、中国婴幼儿辅食行业竞争格局分析

二、中国婴幼儿辅食行业主要品牌分析

第三节中国婴幼儿辅食行业集中度分析

- 一、中国婴幼儿辅食行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国婴幼儿辅食行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国婴幼儿辅食行业模型分析

第一节中国婴幼儿辅食行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国婴幼儿辅食行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国婴幼儿辅食行业SWOT分析结论

第三节中国婴幼儿辅食行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国婴幼儿辅食行业需求特点与动态分析

第一节中国婴幼儿辅食行业市场动态情况

第二节中国婴幼儿辅食行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节婴幼儿辅食行业成本结构分析

第四节婴幼儿辅食行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国婴幼儿辅食行业价格现状分析

第六节中国婴幼儿辅食行业平均价格走势预测

一、中国婴幼儿辅食行业平均价格趋势分析

二、中国婴幼儿辅食行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国婴幼儿辅食行业所属行业运行数据监测

第一节中国婴幼儿辅食行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国婴幼儿辅食行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国婴幼儿辅食行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国婴幼儿辅食行业区域市场现状分析

第一节中国婴幼儿辅食行业区域市场规模分析

影响婴幼儿辅食行业区域市场分布的因素

中国婴幼儿辅食行业区域市场分布

第二节中国华东地区婴幼儿辅食行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 华东地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 华南地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 华东地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 华中地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 华中地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 华中地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 华南地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 华南地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 华南地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第五节 华北地区婴幼儿辅食行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 华北地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 华北地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 华北地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 东北地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 东北地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 东北地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 西南地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 西南地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 西南地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区婴幼儿辅食行业市场分析

(1) 西北地区婴幼儿辅食行业市场规模

(2) 西北地区婴幼儿辅食行业市场现状

(3) 西北地区婴幼儿辅食行业市场规模预测

第十一章 婴幼儿辅食行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国婴幼儿辅食行业发展前景分析与预测

第一节中国婴幼儿辅食行业未来发展前景分析

一、婴幼儿辅食行业国内投资环境分析

二、中国婴幼儿辅食行业市场机会分析

三、中国婴幼儿辅食行业投资增速预测

第二节中国婴幼儿辅食行业未来发展趋势预测

第三节中国婴幼儿辅食行业规模发展预测

一、中国婴幼儿辅食行业市场规模预测

二、中国婴幼儿辅食行业市场规模增速预测

三、中国婴幼儿辅食行业产值规模预测

四、中国婴幼儿辅食行业产值增速预测

五、中国婴幼儿辅食行业供需情况预测

第四节中国婴幼儿辅食行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国婴幼儿辅食行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国婴幼儿辅食行业进入壁垒分析

一、婴幼儿辅食行业资金壁垒分析

二、婴幼儿辅食行业技术壁垒分析

三、婴幼儿辅食行业人才壁垒分析

四、婴幼儿辅食行业品牌壁垒分析

五、婴幼儿辅食行业其他壁垒分析

第二节婴幼儿辅食行业风险分析

一、婴幼儿辅食行业宏观环境风险

二、婴幼儿辅食行业技术风险

三、婴幼儿辅食行业竞争风险

四、婴幼儿辅食行业其他风险

第三节中国婴幼儿辅食行业存在的问题

第四节中国婴幼儿辅食行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国婴幼儿辅食行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国婴幼儿辅食行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国婴幼儿辅食行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节婴幼儿辅食行业营销策略分析

一、婴幼儿辅食行业产品营销

二、婴幼儿辅食行业定价策略

三、婴幼儿辅食行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/579245.html>