

2020-2026年中国婴幼儿保 健品行业发展态势与市场调查预测报告

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

《2020-2026年中国婴幼儿保健品行业发展态势与市场调查预测报告》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/202009/185652.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

2014年以前中国出生人口增长乏力，人口红利减小。2014年中国实行单独二胎，出生人口1687万人，小幅增加47万人。2016年全年放开二胎，出生人口1786万人，出生人口暴涨131万人。2018年中国全年出生人口1723万人，虽然比上年减少63万，出生率为12.43‰，出生率降低0.52个百分点。2013-2017年中国出生人口走势

我国每年有1600万左右的孕妇，0-6岁的婴幼儿人口约有1亿，从消费者年龄跨度来看，孕婴童营养品市场是婴童行业消费群体最多的领域之一，超过了奶粉和纸尿裤等快消品，市场规模巨大，因此，营养品已成为母婴渠道极为重视的产品。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国婴幼儿保健品行业发展态势与市场调查预测报告》共十四章。首先介绍了中国婴幼儿保健品行业市场发展环境、婴幼儿保健品整体运行态势等，接着分析了中国婴幼儿保健品行业市场运行的现状，然后介绍了婴幼儿保健品市场竞争格局。随后，报告对婴幼儿保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴幼儿保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对婴幼儿保健品产业有个系统的了解或者想投资中国婴幼儿保健品行业，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：

第一部分所属行业发展形势分析

第一章婴幼儿保健品行业发展综述

第一节婴幼儿保健品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节婴幼儿保健品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节2011-2018年婴幼儿保健品所属行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节婴幼儿保健品行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间
- 三、与上下游行业之间的关联性
- 四、行业产业链上游相关行业分析
- 五、行业下游产业链相关行业分析
- 六、上下游行业影响及风险提示

第二章婴幼儿保健品所属行业市场发展现状分析

第一节婴幼儿保健品行业发展状况分析

- 一、婴幼儿保健品行业发展阶段
- 二、婴幼儿保健品行业发展总体概况
- 三、婴幼儿保健品行业发展特点分析
- 四、婴幼儿保健品行业商业模式分析

第二节2011-2018年婴幼儿保健品行业发展现状

一、婴幼儿保健品市场规模及成长性分析

我国婴童食品行业起步较晚，加上行业中许多不规范行为的存在，导致消费者扎堆加入了“海淘”的队伍，强大的市场需求为国外品牌的进驻提供了发展契机，在众多优秀的外来品牌中，邦煜生物科技（上海）有限公司率先引入美国nickelodeon旗下品牌—Sponge Bob海绵宝宝系列婴童保健食品，该系列食品在国内市场的品牌优势尤为凸显。

而随着以80后父母为主导的高素质婴童消费群体的出现，加上互联网时代的冲击，大家在选购婴童产品时不是盲目地追求高价格，高知名度。影响他们消费观念主要是以品牌文化及消费者口碑等因素，而国外品牌的高品质及口碑在他们中间几乎是一呼百应，像美国原装进

口的海绵宝宝系列产品在本土市场强大的影响力就是最好的证明，而本土品牌就很难出现这种连锁反应，由此可见，我国婴童食品行业要想重揽大局还需要一定的提升及发展空间

。2010-2017年中国孕婴童产品市场规模走势

二、2011-2018年婴幼儿保健品行业发展分析

三、2011-2018年婴幼儿保健品企业发展分析

四、2011-2018年婴幼儿保健品行业需求情况

1、婴幼儿保健品行业需求市场

2、婴幼儿保健品行业客户结构

3、婴幼儿保健品行业需求的地区差异

五、2011-2018年婴幼儿保健品行业供需平衡分析

第三节婴幼儿保健品行业细分市场结构分析

一、婴幼儿保健品行业市场结构现状分析

二、婴幼儿保健品行业细分结构特征分析

三、婴幼儿保健品行业细分市场发展概况

四、婴幼儿保健品行业市场结构变化趋势

第三章2020-2026年婴幼儿保健品所属行业市场投资机会分析

第一节2020-2026年婴幼儿保健品市场发展前景

一、2020-2026年婴幼儿保健品市场发展潜力

二、2020-2026年婴幼儿保健品市场发展前景展望

三、2020-2026年婴幼儿保健品细分行业发展前景分析

第二节2020-2026年婴幼儿保健品市场发展趋势预测

一、2020-2026年婴幼儿保健品行业发展趋势

二、2020-2026年婴幼儿保健品市场规模预测

三、2020-2026年婴幼儿保健品行业应用趋势预测

四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第二部分市场竞争与企业分析

第四章2020-2026年婴幼儿保健品所属行业竞争形势分析

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、婴幼儿保健品行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、婴幼儿保健品行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、婴幼儿保健品行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、婴幼儿保健品行业SWOT分析

- 1、婴幼儿保健品行业优势分析
- 2、婴幼儿保健品行业劣势分析
- 3、婴幼儿保健品行业机会分析
- 4、婴幼儿保健品行业威胁分析

第二节婴幼儿保健品行业竞争格局综述

一、婴幼儿保健品行业竞争概况

- 1、婴幼儿保健品行业竞争格局
- 2、婴幼儿保健品业未来竞争格局和特点
- 3、婴幼儿保健品市场进入及竞争对手分析

二、婴幼儿保健品行业竞争力分析

- 1、婴幼儿保健品行业竞争力剖析
- 2、婴幼儿保健品企业市场竞争的优势
- 3、婴幼儿保健品企业竞争能力提升途径
- 三、婴幼儿保健品产品（服务）竞争力优势分析
- 1、整体竞争力评价
- 2、竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

第五章婴幼儿保健品行业重点企业经营形势分析

第一节婴幼儿保健品企业总体发展状况分析

- 一、婴幼儿保健品企业主要类型
 - 二、婴幼儿保健品企业资本运作分析
 - 三、婴幼儿保健品企业创新及品牌建设
 - 四、婴幼儿保健品企业国际竞争力分析
 - 五、2018年婴幼儿保健品行业企业排名分析
- ### 第二节婴幼儿保健品重点公司主要竞争力分析
- 一、盈利能力分析
 - 二、偿债能力分析
 - 三、营运能力分析
 - 四、成长能力分析
 - 五、现金流量分析

第三部分企业IPO上市环境分析

第六章中国企业IPO上市环境分析

第一节婴幼儿保健品企业国内上市基本条件

- 一、首发上市法定条件
- 二、证监会审核关注重点
- 三、婴幼儿保健品企业上市可行性分析
- 四、婴幼儿保健品企业当前需解决、改进或完善的问题

第二节婴幼儿保健品企业上市利弊与上市环境分析

- 一、上市之益处
- 二、上市之弊端

三、婴幼儿保健品企业上市与行业发展

四、婴幼儿保健品企业上市环境

五、证监会对于婴幼儿保健品企业上市的监管政策

第三节主要政策概况

一、首次公开发行股票并上市管理办法

二、首次公开发行股票并在创业板上市管理暂行办法

三、上市公司证券发行管理办法

四、公司债券发行试点办法

五、证券发行与承销管理办法

第四节政策形势分析

一、“IPO定价新政”解读

二、IPO面临“地毯式”监督关

三、IPO财务审核工作思路

四、监管层启动IPO排队企业核查

五、IPO缓行下的政策新动向

六、地方政府IPO扶持政策

七、IPO西部鼓励政策机遇

第七章IPO市场特点

第一节2018年全球IPO市场特点

一、全球IPO融资额同比下降

二、亚太地区IPO募资额占比下降，北美上升

三、金融版块IPO领先于其他板块，Facebook融资额最大

四、科技和金融版块的回报率领先

五、FTSERenaissanceGlobalIPOIndex反弹，IPO回报率与基准持平

六、全球IPO待上市企业稳步增长

第二节2018年国内IPO市场回顾

一、2018年中国IPO企业地区分布统计分析

二、2018年中国IPO企业行业分布统计分析

三、2018年中国被否IPO企业行业

四、IPO企业被否原因解析

第三节2018年IPO市场盘点

- 一、新股发行制度市场化改革
- 二、多元化退市标准体系构建获重大进步
- 三、“新三板扩容”正式获批，上海/武汉/天津抢先试水
- 四、非上市公司纳入监管，促进资本市场有序健康发展
- 五、证监会放缓新股发审速度，IPO“堰塞湖”难以疏导
- 六、交易场所清理整顿工作全国范围内展开

第八章中国企业IPO市场分析

第一节IPO整体市场经济运行概况

- 一、2011-2018年中国企业IPO数量与融资金额统计
- 二、2011-2018年VC/PE支持的中国企业IPO数量和融资金额统计
- 三、2011-2018年中国企业上海证券交易所IPO数量和融资金额统计
- 四、2011-2018年中国企业深圳中小板IPO数量和融资金额统计
- 五、2011-2018年中国企业深圳创业板IPO数量和融资额统计
- 六、2011-2018年中国企业香港主板IPO数量和融资金额统计
- 七、2011-2018年中国企业纽约证券交易所IPO数量融资金额统计

第二节2015-2018年IPO市场综述

- 一、2015年IPO市场回顾
- 二、2016年IPO市场现状
- 三、2018年IPO市场现状
- 四、2018年IPO细分市场现状

第三节2018年IPO市场问题分析

- 一、2018年IPO市场放缓
- 二、2018年IPO市场放缓原因分析
- 三、2013年企业IPO上市挑战分析
- 四、2013年企业IPO上市风险分析
- 五、2013年IPO市场面临的问题分析

第四节2018年IPO市场形势分析

- 一、2018年IPO市场机制环境分析
- 二、2018年企业IPO上市融资结构变化分析
- 三、2018年IPO市场变化分析

第九章中国IPO市场监测分析

第一节IPO上市运行现状

- 一、2018年1季度中国企业IPO上市统计
- 二、2018年2季度中国企业IPO上市统计
- 三、2018年3季度中国企业IPO上市统计
- 四、2018年4季度中国企业IPO上市统计

第二节IPO上市事件运行现状

- 一、2018年1季度主要上市事件
- 二、2018年2季度主要上市事件
- 三、2018年3季度主要上市事件
- 四、2018年4季度主要上市事件

第十章中国IPO市场发展预测

第一节2013年IPO市场发展前景

- 一、2013年IPO市场发展潜力预测
- 二、2013年IPO市场融资潜力预测
- 三、2013年IPO市场发展前景预测

第二节2013年IPO市场发展趋势

- 一、IPO数量和并购额成为融资市场最佳预测指标
- 二、2013年香港IPO市场发展趋势
- 三、2013年A股IPO市场发展趋势

第三节2013年IPO市场发展预测

- 一、2013年IPO市场走势预测
- 二、2013年IPO重点行业发展预测
- 三、2020-2026年IPO机遇与挑战

第四部分上市辅导与实施方案

第十一章上市中介机构选择与工作协调

第一节券商的选择与工作模式

- 一、券商的选择与费用指导
- 二、券商工作内容与定位

三、券商的工作模式

四、婴幼儿保健品企业上市券商重点关注的问题

第二节会计师事务所的选择与工作模式

一、会计师事务所的选择与费用指导

二、会计师事务所工作内容与定位

三、会计师事务所的工作模式

四、婴幼儿保健品企业上市会计师事务所重点关注的问题

第三节律师事务所的选择与工作模式

一、律师事务所的选择与费用指导

二、律师事务所工作内容与定位

三、律师事务所的工作模式

四、婴幼儿保健品企业上市律师事务所重点关注的问题

第四节咨询公司的选择与工作模式

一、咨询公司的选择与费用指导

二、咨询公司工作内容与定位

三、咨询公司的模式

四、婴幼儿保健品企业上市咨询公司重点关注的问题

第十二章婴幼儿保健品企业上市重点问题的处理建议

第一节改制问题

一、企业改制手续处理建议

二、股权纠纷问题处理建议

三、企业改制与管理层安排建议

第二节财务审计问题

一、大股东审计问题处理建议

二、历史财务审计问题处理建议

三、审计报告常见错误分析

四、关联交易财务处理问题建议

第三节法律问题

一、重大合同处理

二、股权转让确认

三、商标产权争议

四、对外合作协议

五、股东大会决议

第四节募集资金投向问题

一、项目可行性研究报告撰写

二、募集资金规模

三、募投项目选择

四、新建扩建问题

五、立项申报流程

第五节社保环评等问题

一、社保问题处理

二、历史环评报告与环保局批文

第六节制度健全问题

一、管理内控制度完善

二、上市公司配套制度设立

三、人事安排与股权激励

四、财务制度健全

第十三章招股说明书中影响企业上市的重点问题处理建议

第一节公司基本情况章节常见问题

一、企业改制重组流程完备性

二、企业股本变化问题

三、企业对外投资问题

四、员工社保与员工持股问题处理

第二节业务与技术章节常见问题

一、业务描述与定位

二、各业务市场容量

三、企业竞争对手分析

四、上下游厂商以及经营授权问题

五、技术研发与质量控制问题处理

第三节同业竞争与关联交易章节问题

一、同业竞争问题处理

二、关联交易问题处理

三、避免同业竞争与关联交易处理制度设计

四、现有同业竞争与关联交易的处理措施

第四节募投项目常见问题

一、项目投产前后指标变化解释

二、项目投资收益指标设计

三、项目产品市场容量测算

四、项目生产工艺与核心技术处理

五、项目可行性与合理性分析

六、项目备案流程

第五节财务报告问题

一、会计制度调整

二、财务状况变动问题

三、盈利、偿债等指标处理

四、重大财务收支问题的处理

五、各项财务数据的确认

第六节公司治理问题

第七节股利分配问题

第八节业务发展目标设计

第十四章影响上市进度的重点环节处理建议

第一节企业工商档案问题

第二节募投项目问题

第三节审计问题

第四节环评批文问题

第五节股权处理问题

第六节重大法律纠纷

第十五章婴幼儿保健品企业上市成功率影响因素

第一节2011-2018年婴幼儿保健品企业上市成功率统计

第二节2011-2018年婴幼儿保健品企业上市失败案例主要问题分布

第三节证监会对婴幼儿保健品企业上市最为关注的问题

第四节婴幼儿保健品企业上市成功案例解读

第五节婴幼儿保健品企业上市时机选择

第十六章2020-2026年婴幼儿保健品企业上市前景预测

第一节2020-2026年婴幼儿保健品企业上市趋势分析

第二节2020-2026年婴幼儿保健品企业上市环境预测

第三节2020-2026年证监会对婴幼儿保健品企业上市的政策走向

第四节2020-2026年婴幼儿保健品企业上市与行业发展预期

第五节婴幼儿保健品行业拟在2020-2026年上市的企业应采取的基本措施

第十七章研究结论及投资建议

第一节婴幼儿保健品行业研究结论及建议

第二节婴幼儿保健品子行业研究结论及建议

第三节婴幼儿保健品企业IPO建议

一、企业发展策略建议

二、企业IPO时机建议

三、企业IPO方向建议

图表目录：

图表：企业IPO上市基本审核流程图

图表：2011-2018年中国企业境内外IPO数量

图表：2011-2018年中国企业境内外IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业境内IPO数量

图表：2011-2018年中国企业境内IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业海外IPO数量

图表：2011-2018年中国企业海外IPO融资额

图表：2011-2018年VC/PE支持的中国企业境内外IPO数量

图表：2011-2018年VC/PE支持的中国企业境内外IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业上海证券交易所IPO数量

图表：2011-2018年中国企业上海证券交易所IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业深圳中小板IPO数量

图表：2011-2018年中国企业深圳中小板IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业深圳创业板IPO数量

图表：2011-2018年中国企业深圳创业板IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业香港主板IPO数量

图表：2011-2018年中国企业香港主板IPO融资额

图表：2011-2018年中国企业纽约证券交易所IPO数量

图表：2011-2018年中国企业纽约证券交易所IPO融资额

图表：2011-2018年中国IPO企业被否情况

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业地区分布

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业承销商

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业净利润情况

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业收入情况

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业会计师情况

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业律所情况

图表：2011-2018年中国被取消审核及被否IPO企业行业情况

图表：2011-2018年中国IPO企业被否原因

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185652.html>