

2009婴幼儿辅食满意度与市场容量分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2009婴幼儿辅食满意度与市场容量分析报告》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.abaogao.com/b/qitashipin/668477IDG7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

[b]2009婴幼儿辅食满意度与市场容量分析报告 内容介绍：[/b]

市场容量、竞争优势、目标消费群体是进入一个市场领域并保持长久发展需要关注的三个核心要素。《2009婴幼儿辅食满意度与市场需求分析报告》主体内容分三个部分，紧紧围绕以上三个方面，对婴幼儿辅食市场进行系统解读。

市场需求及市场规模分析。报告分析了婴幼儿消费结构，辅食消费规模及发展趋势，消费者对增值服务的需求，以及各个品牌在不同区域市场的优劣势等。样本随机分布在全国，可以基本推算全国辅食市场调研市场容量，以及各个品牌的市场占有率。

满意度分析。作为一个非常特殊的群体，婴幼儿消费过程中，产品质量成为消费者选择婴幼儿消费品的首要因素。婴幼儿消费的另一个特别之处是，在中国国情下，面对婴幼儿消费，绝大多数家长都是“第一次”，如何选择产品和品牌，口碑的影响非常大。基于以上原因，消费者满意度成为婴幼儿产品的生命线。报告分析了婴幼儿辅食市场主流品牌的消费者满意度，以及以此为基础的品牌信誉度。更重要的是，这些是建立在主流品牌质量问题分析基础之上的。通过报告，可以全面了解各个品牌的产品质量状况和主要存在的问题。提升满意度的根本目的在于降低客户流失率，提升忠诚度，最终增加企业利润。

目标群体分析。这部分主要分析了婴幼儿家庭背景特征，主流品牌对应的目标消费群体，以及未来消费态度等。

知己知彼，百战不殆。时刻抓住掌握企业长久发展的钥匙——顾客的心，对每个企业的品牌树立和保持长久竞争优势有深远的意义。

[b]第一部分报告技术说明[/b]

[b]第二部分婴幼儿辅食满意度[/b]

[b]第一章婴幼儿辅食总体满意度水平[/b]

- 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

[b]第二章婴幼儿辅食主流品牌消费者满意度排名[/b]

- 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

[b]第三章婴幼儿辅食主流品牌满意度原因分析[/b]

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

[b]第四章婴幼儿辅食品牌信任度分析[/b]

一、消费者信任的辅食品牌

二、婴幼儿辅食品牌信任度分析

[b]第三部分婴幼儿辅食市场需求分析[/b]

[b]第五章婴幼儿消费水平与消费结构[/b]

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

[b]第六章婴幼儿辅食消费规模分析[/b]

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

[b]第七章婴幼儿辅食消费增值服务需求[/b]

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

[b]第八章婴幼儿辅食未来消费信心[/b]

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

[b]第四部分婴幼儿辅食目标消费群体分析[/b]

[b]第九章婴幼儿辅食目标消费群体特征[/b]

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

[b]第十章婴幼儿辅食主流品牌目标消费者特征差异分析[/b]

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

[b]第五部分总结与分析[/b]

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qitashipin/668477IDG7.html>