

# 2007-2008年中国食品行业 研究发展分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2007-2008年中国食品行业研究发展分析报告》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.cction.com/report/200806/1494.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

### 第一章、食品定义及相关概述

#### 第一节、食品的定义及分类特点

##### 一、食品的定义

##### 二、食品的分类

##### 三、食品的品质特点

##### 四、健康安全食品概念及特点

#### 第二节、绿色食品

##### 一、绿色食品的定义

##### 二、绿色食品的特点

##### 三、绿色食品必备的条件和标准

##### 四、绿色食品和有机食品的共性与区别

##### 五、绿色食品发展历程

#### 第三节、保健食品

##### 一、保健食品的概念及要求

##### 二、保健食品的分类

##### 三、保健食品的特点

##### 四、保健食品的审批

### 第二章、国际食品行业概况

#### 第一节、世界食品行业发展分析

##### 一、国际食品行业发展特点

##### 二、世界绿色食品开发现状

##### 三、世界有机食品发展现状与贸易趋势

##### 四、世界制定转基因食品健康标准

#### 第二节、美国

##### 一、美国食品市场状况

##### 二、美国冷冻食品市场发展现状

##### 三、美国保健食品市场销售额增长

#### 第三节、法国

##### 一、法国清真食品生产的工业化

##### 二、法国减少食品内的含盐量

### 三、法国出台新食品包装安全法规

#### 第四节、德国

##### 一、德国食品工业现状

##### 二、德国绿色食品市场销售增长

##### 三、德国黄豆食品市场潜力大

#### 第五节、日本

##### 一、日本食品市场的发展现状

##### 二、日本健康食品现状及困难

##### 三、日本保健食品显示良好增长态势

### 第三章、中国食品行业综述

#### 第一节、食品行业发展概况

##### 一、食品工业的主要特点

##### 二、食品行业的外部环境

##### 三、中国食品行业进入全面并购时代

##### 四、食品工业布局因素

#### 第二节、2005 - 2006年食品制造业运营状况分析

##### 一、2005年食品工业经济运行分析

##### 二、2005年食品制造业获利情况

##### 三、2006年1 - 2月食品制造业效益上升

##### 四、2006年中国食品工业的五大走势

#### 第三节、食品行业的物流分析

##### 一、食品物流供应链的组成及问题

##### 二、物流影响食品业综合成本优势

##### 三、食品物流问题表现及原因分析

##### 四、改进食品物流供应链的方法

#### 第四节、食品行业的发展对策

##### 一、中国绿色食品发展对策

##### 二、中国有机食品发展策略

##### 三、发展中国保健食品产业的建议

### 第四章、中国食品市场分析

## 第一节、中国食品市场发展现状

- 一、2005年国内食品市场的特点
- 二、2005年中国副食品市场运营情况
- 三、中国儿童食品市场发展现状
- 四、中国保健食品市场概况

## 第二节、食品市场发展走势

- 一、中国食品实行市场准入制
- 二、有机食品进入发达国家市场空间大
- 三、八类营养食品走俏市场
- 四、中国绿色食品市场潜力大

## 第三节、食品市场消费情况分析

- 一、食品消费的三大隐患
- 二、中国食糖消费出现紧缺局面
- 三、儿童食品消费情况分析
- 四、中国食品消费发展方向

## 第五章、食用油

### 第一节、食用油行业发展现状

- 一、中国食用油行业现状分析
- 二、中国小包装食用油行业概况
- 三、小包装食用油发展潜力大

### 第二节、食用油市场状况分析

- 一、中国食用油高端产品市场现状
- 二、中国农村食用油市场的特点
- 三、保健成食用油市场发展新概念
- 四、食用油市场价格逐步趋于合理
- 五、大豆食用油近七成是转基因

### 第三节、食用油消费情况分析

- 一、食用油区域消费差异明显
- 二、食用油消费逐渐步入健康化
- 三、中国豆油消费数量快速增长

## 第六章、焙烤食品

### 第一节、国际焙烤食品发展概况

- 一、德国焙烤行业现状
- 二、新加坡烘焙食品业发展现状
- 三、美国焙烤食品销售呈下降态势

### 第二节、中国焙烤食品发展现状分析

- 一、中国焙烤食品业发展稳步健康
- 二、超市焙烤食品经营发展分析
- 三、焙烤食品业防腐保鲜新方法
- 四、中国焙烤食品业实施标准化管理

### 第三节、焙烤食品市场消费分析

- 一、饼干市场消费新动向
- 二、中国月饼市场五大消费陷阱
- 三、烘焙食品消费渐成休闲主流

## 第七章、乳品业

### 第一节、乳品业发展概况

- 一、中国乳品加工业快速增长
- 二、乳品业对糖业经济增长的促进作用
- 三、乳制品业面临的双重压力

### 第二节、乳制品市场发展形势

- 一、中国乳制品业市场结构分析
- 二、奶酪在乳制品市场中发展潜力广阔
- 三、乳品市场开发策略分析

### 第三节、乳制品市场消费分析

- 一、2005年1-6月中国城镇居民乳品消费情况
- 二、影响乳制品消费的因素分析
- 三、农村居民乳制品消费量低
- 四、中国乳制品消费潜力有待开发

### 第四节、乳品行业问题与对策

- 一、奶业发展存在的问题
- 二、形成奶业市场问题的主要原因

三、奶业发展问题主要对策

四、乳业六大研发攻略

## 第八章、糖果业

### 第一节、糖果业发展概况

一、中国糖果行业现状分析

二、2005年中国糖果行业要闻回顾

三、2006年中国糖果行业步入转折期

四、中国糖果行业将进入品牌竞争时代

### 第二节、国内外糖果市场分析

一、国际糖果市场现状

二、中国糖果市场发展概况

三、糖果产业市场结构分析

四、糖果企业不同品类占市场份额比重

五、中国糖果市场的困境与机会

### 第三节、糖果市场消费及结构

一、中国人均糖果消费0.8公斤

二、糖果市场消费者行为分析

三、中国巧克力消费大有可为

## 第九章、方便食品

### 第一节、方便食品发展概况

一、方便食品成为食品业发展重心

二、方便食品包装创新向便利性发展

三、方便食品将是食品业发展新趋向

### 第二节、方便面市场状况

一、中国方便面市场现状分析

二、中国方便面市场品牌发展历程及竞争

三、中国农村方便面市场分析

四、中国方便面在智利市场受青睐

五、中国杂粮方便面市场红火

六、中国面制品发展走势分析

### 第三节、速冻食品行业发展情况

- 一、速冻食品行业现状
- 二、速冻食品市场规模与竞争分析
- 三、速冻食品行业发展机会分析
- 四、速冻食品发展动力及方向

## 第十章、罐头食品

### 第一节、罐头行业发展状况

- 一、中国罐头工业发展综述
- 二、中国罐头业进入品牌经营新时代
- 三、品牌效应推进水果罐头行业发展

### 第二节、罐头市场态势分析

- 一、罐头食品走俏海外市场
- 二、中外企业角力中国罐头市场
- 三、水产罐头市场面临的瓶颈

### 第三节、罐头行业存在的问题及对策

- 一、中国罐头业存在的问题
- 二、罐头行业开拓市场需解决的问题
- 三、中国罐头工业发展策略

## 第十一章、其他细分产品概况

### 第一节、休闲食品

- 一、中国休闲食品市场发展空间巨大
- 二、健康营养成为休闲食品新趋势
- 三、休闲食品新品牌进入仍有空间

### 第二节、肉制品

- 一、2005年全国肉制品加工行业现状
- 二、中国肉类食品行业稳步发展
- 三、肉制品业发展的新机遇
- 四、肉制品销售物流现状及发展对策

### 第三节、调味品

- 一、中国调味品业发展现状



- 二、中国调味品市场格局的演变
- 三、调味品行业发展存在的误区
- 四、香辛料调味品产品开发应注意的问题
- 五、调味品行业存在的机会与发展方向

## 第十二章、食品制造行业数据分析

### 第一节、2004 - 2006年6月方便食品制造业数据

- 一、2004年方便食品制造业数据分析
- 二、2005年方便食品制造业数据分析
- 三、2006年1 - 6月方便食品制造业数据分析

### 第二节、2004 - 2006年6月饼干及其他焙烤食品制造业数据

- 一、2004年饼干及其他焙烤食品制造业数据分析
- 二、2005年饼干及其他焙烤食品制造业数据分析
- 三、2006年1 - 6月饼干及其他焙烤食品制造业数据分析

### 第三节、2004 - 2006年6月糖果、巧克力及蜜饯制造业数据

- 一、2004年糖果、巧克力及蜜饯制造业数据分析
- 二、2005年糖果、巧克力及蜜饯制造业数据分析
- 三、2006年1 - 6月糖果、巧克力及蜜饯制造业数据分析

### 第四节、2004 - 2006年6月液体乳及乳制品制造业数据

- 一、2004年液体乳及乳制品制造业数据分析
- 二、2005年液体乳及乳制品制造业数据分析
- 三、2006年1 - 6月液体乳及乳制品制造业数据分析

### 第五节、2004 - 2006年6月罐头制造业数据

- 一、2004年罐头制造业数据分析
- 二、2005年罐头制造业数据分析
- 三、2006年1 - 6月罐头制造业数据分析

### 第六节、2004 - 2006年调味品、发酵制品制造业数据

- 一、2004年调味品、发酵制品制造业数据分析
- 二、2005年调味品、发酵制品制造业数据分析
- 三、2006年1 - 6月调味品、发酵制品制造业数据分析

## 第十三章、中国食品进出口分析

## 第一节、中国食品进出口概况

- 一、2005年中国食品进出口特点与问题
- 二、中国食品出口退税情况分析
- 三、制约中国食品出口的因素
- 四、中国进出口食品安全管理责任重大

## 第二节、细分行业进出口情况

- 一、2005年中国食用油进口配额增加
- 二、食用菌罐头出口情况以及发展建议
- 三、福建泉州糖果出口呈上升态势

## 第三节、糖及糖食进出口数据分析

- 一、2001 - 2005年国内糖及糖食进出口数据
- 二、2004 - 2005年国内重点省糖及糖食进出口数据
- 三、2004 - 2005年糖及糖食进出口主要国家数据

## 第四节、肉、鱼及其他水生无脊椎动物的制品进出口数据分析

- 一、2001 - 2005年国内肉、鱼及其他水生无脊椎动物的制品进出口数据
- 二、2004 - 2005年国内重点地区肉、鱼及其他水生制品进出口数据
- 三、2004 - 2005年国内主要国家进出口肉、鱼及其他水生制品数据

## 第五节、面包、糕点、饼干等焙烘糕饼进出口数据分析

- 一、2001 - 2005年面包、糕点、饼干等焙烘糕饼进出口数据
- 二、2004 - 2005年全国重点地区面包、糕点、饼干等焙烘糕饼进出口数据
- 三、2004 - 2005年全国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼进出口主要国家数据

## 第十四章、重点区域食品行业发展分析

### 第一节、北京

- 一、北京食品工业发展迅速
- 二、北京烘焙糕点食品业的特点及市场趋势
- 三、北京市着手建立食品市场准入制度

### 第二节、广东

- 一、2004年广东食品行业发展特点
- 二、2005年广东食品业综合能力名列前茅
- 三、广东食品行业向外向型发展

### 第三节、浙江

- 一、浙江食品工业发展势头强劲
- 二、浙江食品安全实行市场准入制
- 三、浙江食品工业加大发展力度

#### 第四节、湖南

- 一、2004年湖南省食品工业运营情况
- 二、湖南食品安全形势良好
- 三、湖南省湘阴食品工业发展迅速

#### 第五节、其他省份食品业发展情况

- 一、2004年四川食品工业销售收入增长
- 二、上海食品市场准入全面启动
- 三、湖北用市场准入调整食品产业结构

### 第十五章、中国食品安全分析

#### 第一节、中国食品安全概述

- 一、食品安全的定义及监管
- 二、食品安全的重要性
- 三、中国食品安全现状
- 四、中国食品安全发展环境分析

#### 第二节、食品安全存在的问题

- 一、食品安全问题的主要表现
- 二、中国食品安全不容忽视的问题
- 三、制约中国食品安全的科技“瓶颈”
- 四、食品安全管理存在问题的原因辨析

#### 第三节、食品安全发展策略剖析

- 一、中国发展安全食品的对策
- 二、解决食品安全的科技对策
- 三、加强中国食品安全管理的基本措施

### 第十六章、食品添加剂行业概述

#### 第一节、食品添加剂发展概况

- 一、食品添加剂的概念及种类
- 二、食品添加剂发展状况

- 三、食品添加剂行业的主要特点
- 四、添加剂在食品工业产值中所占比例
- 五、2004年食品添加剂各品类的增长情况
- 六、食品添加剂将实行市场准入制

## 第二节、食品添加剂存在的问题分析

- 一、中国食品添加剂发展存在的问题
- 二、食品添加剂五点问题需注意
- 三、食品添加剂生产销售中存在的卫生问题?
- 四、食品添加剂质量标准存在的问题及建议

## 第三节、食品添加剂发展趋势分析

- 一、国际食品添加剂以健康为导向发展
- 二、未来新型食品添加剂研究发展趋势
- 三、国内食品添加剂市场发展趋势

## 第十七章、食品行业营销分析

### 第一节、浅析食品业营销概况

- 一、中国糖果行业的营销变局
- 二、保健食品的传统营销模式有待改变
- 三、副食品营销存在的问题及对策

### 第二节、绿色食品营销分析

- 一、绿色食品市场营销的作用
- 二、绿色食品营销环境分析
- 三、绿色食品营销渠道定位
- 四、绿色食品营销渠道存在的问题
- 五、绿色食品营销渠道策略

### 第三节、食品行业营销策略及案例分析

- 一、食品新产品营销法则
- 二、剖析食品营销策划的九大要诀
- 三、食品营销的差异化战略
- 四、食品业五大营销创新武器
- 五、休闲食品市场局势及营销要素
- 六、健力宝市场营销案例解读

## 七、康师傅方便面营销战略

### 第十八章、食品行业竞争分析

#### 第一节、食品行业竞争状况分析

- 一、入世后中国食品工业的竞争态势
- 二、国内食品制造业的市场竞争状况
- 三、绿色食品国际市场竞争优势体现

#### 第二节、细分行业竞争情况

- 一、食用油行业竞争格局及影响因素
- 二、中国休闲食品市场竞争激烈
- 三、中国焙烤业发展核心竞争力

#### 第三节、食品行业竞争力及策略分析

- 一、中国食品行业竞争力居工业行业之首
- 二、科技创新是提高食品企业竞争力的关键
- 三、提高食品企业国际竞争力策略

### 第十九章、重点食品生产企业介绍

#### 第一节、双汇集团

- 一、公司概况
- 二、2005年公司经营情况
- 三、2006年1 - 6月公司经营情况

#### 第二节、上海梅林正广和（集团）有限公司

- 一、公司简介
- 二、2005年总体经营情况
- 三、2006年1 - 6月公司经营情况

#### 第三节、伊利集团

- 一、公司简介
- 二、2005年公司经营情况
- 三、2006年1 - 3月经营情况

#### 第四节、维维集团

- 一、公司简介
- 二、2005年维维集团经营状况分析

### 三、2006年1 - 6月集团经营情况

#### 第五节、其他生产企业介绍

##### 一、嘉里粮油（深圳）有限公司

##### 二、冠生园（集团）有限公司

##### 三、华龙食品集团有限公司

##### 四、金丝猴集团

### 第二十章、食品业政策环境分析

#### 第一节、食品行业发展的政策环境

##### 一、中国将出台食用油脂加工行业溶剂新标准

##### 二、中国绿色食品颁布分级标准

##### 三、中国食品卫生新标准将出台

#### 第二节、中国实施食品安全的政策措施

##### 一、建立食品安全的科技体系

##### 二、建立食品安全管理体制

##### 三、完善食品安全标准体系

##### 四、建立食品安全监测体系

##### 五、建立食品安全应急反应机制

#### 第三节、食品相关法规

##### 一、中华人民共和国食品卫生法

##### 二、中华人民共和国食品包装法

##### 三、绿色食品包装准则

##### 四、食品安全监管信息发布暂行管理办法

### 第二十一章、食品行业投资与前景分析

#### 第一节、食品行业投资分析

##### 一、印度食品工业外国投资接近亿美元

##### 二、食品行业投资政策环境分析

##### 三、国内转基因食品行业投资分析

##### 四、通过五力模型看乳品业发展机会

#### 第二节、国际食品行业前景展望

##### 一、国际食品业的发展方向

二、未来世界食品的变化

三、未来15年世界食品供需预测

第三节、中国食品行业趋势分析

一、中国食品工业发展的四大趋势

二、未来食品市场发展趋势

三、健康食品渐成趋势

第四节、食品细分行业发展趋势

一、中国糖果行业发展趋势

二、方便面调味料的发展趋势

三、中国速冻食品业发展趋势

第五节、未来前景看好的食品种类

一、中国老年保健食品前景看好

二、照灭菌保鲜食品市场前景广阔

三、中国桑叶食品开发前景广阔

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1494.html>