

2009年中国焙烤食品行业市场分 析及投资趋势展望报告

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

《2009年中国焙烤食品行业市场分析及投资趋势展望报告》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/200901/10843.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 2008年中国焙烤食品行业市场运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国焙烤食品政策环境分析

- (一) 焙烤食品业将全面实施标准化管理
- (二) 关于糕点行业实施市场准入(QS)有关规定
- (三) 2007年我国首部食品馅料国家标准有望出台
- (四) 2008年糕点月饼新政策
- (五) 2008年国家饼干新政策及其影响

三、2008年中国焙烤食品社会环境分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念
- (三) 中国城市化进程
- (四) 人民生活节奏加快

第二章 2008年全球焙烤食品行业发展现状综述

一、全球焙烤食品发展历程

二、2008年全球主要焙烤食品生产工艺

- (一) 饼干的生产工艺简述
- (二) 面包的生产工艺简述

三、2008年全球焙烤食品市场概况

- (一) 欧洲焙烤食品市场概述
- (二) 美国烘焙食品市场发展状况
- (三) 新加坡焙烤食品发展状况
- (四) 俄罗斯焙烤食品行业日益兴盛
- (五) 国际烘焙食品发展的态势

四、2009-2012年全球焙烤食品业发展趋势

- (一) 国际上烘焙食品行业的发展水平及技术发展趋势
- (二) 欧美发达国家面包业的流行趋势

- (三) F烘焙食品将成为烘焙业发展的主流
- (四) 健康食品是最有发展前景的未来食品

第三章 2008年中国焙烤食品行业市场发展现状阐述

- 一、2008年中国焙烤食品行业界定及主要产品
- 二、2008年中国焙烤食品行业分析
 - (一) 中国焙烤食品行业发展简述
 - (二) 中国焙烤食品行业总体发展态势分析
 - (三) 中国焙烤食品业展会形成三足鼎立
 - (四) 中国烘焙食品市场特征分析
- 三、2008年中国焙烤食品特点分析
 - (一) 具有相对的独立性
 - (二) 具有较高的营养价值
 - (三) 具有食用方便，便于携带的特点
- 四、2008年中国焙烤食品市场供需状况
 - (一) 中国焙烤食品市场供给分析
 - (二) 中国焙烤食品市场需求分析
- 五、2008年焙烤食品业现存的问题
 - (一) 烘焙产业发展的布局不平衡
 - (二) 中国相比国际先进的烘焙领域各项指标仍然处于较低的水平
 - (三) 国内传统烘焙食品发展的力度不够
 - (四) 人才瓶颈问题亟需解决

第四章 2008年中国焙烤食品细分子行业市场运行态势探析

- 一、2008年中国饼干市场发展分析
 - (一) 中国饼干行业发展状况
 - (二) 中国饼干市场情况分析
 - (三) 中国功能型饼干市场分析
 - (四) 中国饼干市场存在的问题及解决策略
- 二、2008年中国面包市场发展分析
 - (一) 中国面包行业发展现状
 - (二) 中国面包市场情况分析

(三) 中国面包市场存的问题

(四) 西式面包经验借鉴

三、2008年中国月饼市场发展分析

(一) 中国月饼市场发展概况

(二) 中国广式月饼市场发展分析

(三) 中国苏式月饼市场发展分析

(四) 中国月饼包装行业发展状况

(五) 中国月饼行业存在的问题

四、2008年中国糕点市场发展分析

(一) 中国糕点市场概况

(二) 中国主要地区糕点市场概述

(三) 中国糕点行业存在的问题及解决策略

第五章 2008年中国糕点、面包、饼干制造业相关经济数据分析

一、2007-2008年中国糕点、面包、饼干制造业总体数据分析

(一) 2007年中国糕点、面包、饼干制造业全部企业数据分析

(二) 2008年中国糕点、面包、饼干制造业全部企业数据分析

二、2007-2008年中国糕点、面包、饼干制造业不同规模企业数据分析

(一) 2007年中国糕点、面包、饼干制造业不同规模企业数据分析

(二) 2008年中国糕点、面包、饼干制造业不同规模企业数据分析

三、2007-2008年中国糕点、面包、饼干制造业不同所有制企业数据分析

(一) 2007年中国糕点、面包、饼干制造业不同所有制企业数据分析

(二) 2008年中国糕点、面包、饼干制造业不同所有制企业数据分析

四、2008年中国焙烤食品细分子行业市场进出口分析

第六章 2008年中国焙烤食品行业市场竞争格局探究

一、2008年中国焙烤食品行业市场竞争现状

(一) 技术工艺竞争分析

(二) 价格竞争分析

(三) 新包装竞争分析

二、2008年中国焙烤食品行业市场竞争格局分析

(一) 市场产品集中度分析

(二) 行业区域竞争分析

三、2009-2012年中国烘焙食品市场竞争趋势

(一) 竞争残酷，品牌是关键

(二) 中高端市场成为争夺焦点

(三) 生产趋于专业化、标准化

第七章 全球焙烤食品知名企业分析

一、达能

(一) 企业简介

(二) 企业发展策略分析

二、卡夫-奥利奥

(一) 企业简介

(二) 企业发展策略分析

三、太平/乐之/纳贝斯克

(一) 企业简介

(二) 企业发展策略分析

第八章 中国焙烤食品行业重点企业分析

一、百事食品(中国)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

二、上好佳(中国)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

三、沈阳稻香村食品厂

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第九章 2008年中国焙烤食品原料及辅料行业运行态势点评

一、小麦粉（面粉）行业

- （一）面粉的种类、性能及焙烤对面粉的要求
- （二）中国面粉行业的发展状况
- （三）2008年面粉及上游行业总体分析
- （四）中国面粉行业存在的主要问题
- （五）国内面粉行业的发展趋势分析

二、油脂市场

- （一）2008年国内油脂市场价格分析
- （二）焙烤油脂的定义及分类
- （三）功能性油脂在烘焙食品中的应用
- （四）焙烤油脂市场发展空间大

三、添加剂行业

- （一）中国食品添加剂行业发展回顾
- （二）食品添加剂行业发展态势良好
- （三）中国食品添加剂行业技术进步迅速
- （四）抗氧化剂在烘焙食品中的应用开发现状
- （五）鲜酵母成烘焙行业中受欢迎度高的原料
- （六）三种代糖配料在焙烤食品中的应用

第十章 2008年中国焙烤食品包装现状与发展探究

一、2008年中国焙烤食品包装现状分析

- （一）焙烤食品包装现状
- （二）浅谈焙烤食品包装设计现状
- （三）焙烤食品包装的理性回归
- （四）国内焙烤食品包装的设计存在局限性

二、2008年中国焙烤食品包装发展策略

- （一）焙烤食品包装如何提高竞争力
- （二）焙烤食品包装需要推陈出新
- （三）焙烤食品包装如何打出品牌
- （四）焙烤食品包装需要推陈出新

三、2009-2012年中国焙烤食品包装发展趋势

- （一）焙烤食品包装应着眼实用

- (二) 追求高档化
- (三) 崇尚个性化
- (四) 包装材料的变化
- (五) 包装色调上的变化

第十一章 2009-2012年中国焙烤食品行业市场发展及投资分析

一、2009-2012年我国焙烤食品行业发展趋势

- (一) 我国烘焙食品行业的技术发展趋势
- (二) 我国焙烤食品行业发展趋势分析
- (三) 纸包装在烘焙行业中的发展空间
- (四) “十一五”我国食品工业发展趋势

二、2009-2012年中国焙烤食品发展趋势分析

- (一) 安全、卫生是最基本的发展趋势
- (二) 注意营养价值和营养平衡
- (三) 全谷物烘焙食品的开发

三、2009-2012年烘焙食品产品消费趋势

- (一) 健康卫生的注重
- (二) 注重营养价值和营养平衡
- (三) 全谷物烘焙食品的开发
- (四) 功能性烘焙食品配料发展迅速
- (五) 低能量、无糖烘焙食品的开发
- (六) 烘焙食品创新多元化

四、2009-2012年连锁超市焙烤类食品的经营趋势

- (一) 超市焙烤食品经营的起源和销售地位
- (二) 东西方文化在超市焙烤类食品消费和经营上的差异
- (三) 连锁超市经营模式转变带来的影响

五、2009-2012年中国焙烤食品投资分析

- (一) 中国焙烤食品投资环境分析
- (二) 中国焙烤食品投资机会分析
- (三) 中国焙烤食品投资风险分析

第十二章 2009-2012年中国焙烤食品行业的发展策略和建议

一、2009-2012年中国焙烤市场机遇与挑战

(一) 生活节奏的加快促进面包在中国市场的销售

(二) 高端产品和新一代产品的发展

(三) 以健康优质生命为目标的焙烤食品的发展

(四) 在循序渐进中不断巩固

(五) 不断改进的零售方式和国际化渗透

二、2009-2012年中国超市渠道中的烘焙产品营销策略

(一) 专业化分工合作是超市烘焙经营的基本策略

(二) 焙烤企业的终端营销策略

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200901/10843.html>