

2014-2019年中国烘焙食品 市场调研与投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国烘焙食品市场调研与投资前景研究报告》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/201403/102539.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

2012年12月末，我国焙烤食品制造行业总资产达944.18亿元，同比增长14.95%。2012年1-12月，我国焙烤食品制造工业企业实现主营业务收入达1886.63亿元，同比增长18.79%；实现利润总额达159.438亿元，同比增长25.16%。2012年1-12月，我国焙烤食品制造业累计实现工业销售产值达1844.67亿元，同比增长21.39%，其中，累计实现出口交货值达34.24亿元，同比增长12.19%；我国焙烤食品制造业的产销率达99%。

全球经济和区域经济一体化进程的加快以及农业产业化进程的提高，为我国焙烤食品工业的发展带来巨大的需求空间。同时国家对烘焙食品工业的高度重视以及西部大开发、振兴东北地区、促进中部崛起、建设社会主义新农村等重要战略和举措，也将为我国烘焙食品工业创造新的发展机遇。随着我国经济的发展，人们生活水平的提高，生活方式和消费结构的改变，焙烤食品以其易于携带、方便快捷、时尚等特点越来越成为消费者青睐，人们外出旅游休闲活动的增多，都为焙烤食品的发展带来了前所未有的机会。焙烤食品是以小麦等谷物粉料为基本原料，通过发面、高温焙烤过程而熟化的一大类食品，又称烘烤食品。中国自改革开放以来，焙烤食品行业得到了较快的发展，产品的门类、花色品种、数量质量、包装装潢以及生产工艺和装备，都有了显著的提高。

随着我国经济的发展，人们生活水平的提高，生活方式和消费结构的改变，焙烤食品以其易于携带、方便快捷、时尚等特点越来越成为消费者青睐，人们外出旅游休闲活动的增多，都为焙烤食品的发展带来了前所未有的机会。尤其近几年来，外国企业来华投资猛增，都看好中国市场，合资、独资发展迅速。如饼干、糕点、面包等行业，都有逐步增强的势头。当前国内烘焙行业呈现出健康、快速、可持续发展的良好态势，企业规模扩大，在食品原辅料涨价的严峻时期，仍然保持了规模效益的提高；企业产品质量、卫生、安全状况得到重大改善；随着烘焙企业对技术交流、技术创新概念的深入实践，烘焙产品更加多元化，同时所带来的效益用于企业扩大再生产的投资比例也大幅度提高，既促进企业发展，又有力的推动了行业的发展。中国焙烤食品市场空间广阔。随着经济快速发展、城市化进程加快以及全面小康社会与新农村建设的不断深入，人民生活水平将显著提高，生活方式和消费结构也将显著改变。这将给中国焙烤行业的进一步发展带来挑战和机遇。据预测，我国焙烤食品在今后一定时期内，仍将保持10%以上的年增长速度。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家食品药品监督管理局、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国焙烤食品市场进行了分析研究。报告对国际、国内焙烤食品行

业市场发展状况、行业细分市场发展现状、行业消费现状、企业竞争格局、行业营销策略以及行业发展趋势进行了深入的分析。报告在总结中国焙烤食品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国焙烤食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为焙烤食品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于行业研究规律、行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据。

【 目录 】

第一部分烘焙食品产业深度分析

第一章烘焙食品行业PEST模型分析 1

第一节烘焙食品行业定义及统计标准 1

一、行业概念及定义 1

二、行业主要产品大类 2

三、行业统计部门和统计口径 5

四、行业统计方法 5

五、行业数据种类 5

第二节行业政策环境分析(P) 6

一、行业相关标准 6

1、食品添加剂使用卫生标准--焙烤食品 6

2、食品添加剂使用卫生标准--焙烤食品馅料及表面用挂浆 7

3、食品添加剂使用卫生标准--饼干 7

4、食品添加剂使用卫生标准--糕点 8

5、预包装食品营养标签通则 9

二、行业政策法规 19

1、《中华人民共和国食品安全法》 19

2、《食品添加剂使用标准》(GB2760-2011) 27

3、《关于加强食品添加剂监督管理工作的通知》 33

4、《食品安全地方标准管理办法》 38

5、食品安全事故处理办法 41

6、食品违法添加处罚 42

7、我国首部食品安全区域化管理国家标准 44

| | |
|----------------------|-----|
| 8、美国食品安全法的制度创新 | 45 |
| 三、行业发展规划 | 48 |
| 1、《轻工业调整与振兴规划》 | 48 |
| 2、《食品工业“十二五”发展规划》 | 58 |
| 第三节行业经济环境分析(E) | 68 |
| 一、国际宏观经济分析 | 68 |
| 1、国际宏观经济现状 | 68 |
| 2、我国食品工业国际贸易现状 | 107 |
| 3、国际宏观经济发展趋势 | 110 |
| 二、国内宏观经济分析 | 111 |
| 1、国内宏观经济主要指标分析 | 111 |
| 2、GDP增速与行业产值走势对比分析 | 116 |
| 3、国内宏观经济发展趋势 | 116 |
| 三、食品加工行业经济运营分析 | 116 |
| 1、食品加工行业主要财务指标 | 116 |
| 2、食品加工业投资分析 | 129 |
| 3、烘焙食品行业在食品工业地位分析 | 130 |
| 第四节行业社会环境分析(S) | 130 |
| 一、行业消费环境分析 | 130 |
| 1、人均可支配收入与行业销售规模对比分析 | 130 |
| 2、城乡恩格尔系数分析 | 131 |
| 3、居民消费价格指数分析 | 134 |
| 二、消费者食品消费需求趋势 | 135 |
| 第五节行业技术环境分析(T) | 135 |
| 一、大豆制品在烘焙食品中的应用 | 135 |
| 二、食用香精在烘焙食品中的应用 | 136 |
| 三、最新食品技术动向 | 136 |
| 1、益生效应面包制作 | 136 |
| 2、天然保鲜剂 | 137 |
| 第二章烘焙食品行业经济指标分析 | 139 |
| 第一节烘焙食品行业财务指标分析 | 139 |

- 一、规模指标分析 139
- 二、盈利能力分析 140
- 三、运营能力分析 140
- 四、偿债能力分析 140
- 五、发展能力分析 141
- 第二节烘焙食品行业经济指标分析 141
 - 一、不同规模企业经济指标分析 141
 - 二、不同性质企业经济指标分析 141
- 第三节烘焙食品行业供需平衡分析 141
 - 一、烘焙食品行业供给情况分析 141
 - 二、各地区烘焙食品行业供给情况分析 142
 - 三、烘焙食品行业需求情况分析 142
 - 四、各地区烘焙食品行业需求情况分析 142
 - 五、烘焙食品行业产销率分析 143
- 第四节 2012年烘焙食品行业运营状况分析 143
 - 一、产业规模分析 143
 - 二、产销分析 143
 - 三、盈亏企业分析 143
- 第五节烘焙食品行业进出口分析 144

第三章烘焙食品行业产业链分析 145

- 第一节烘焙食品行业产业链简介 145
- 第二节烘焙食品行业上游产业链分析 145
 - 一、基础原料市场分析 145
 - 1、玉米市场分析 145
 - 2、面粉市场分析 146
 - 3、大米市场分析 147
 - 4、马铃薯市场分析 149
 - 5、食用植物油供需及价格走势分析 149
 - 6、鸡蛋市场分析 154
 - 二、辅料市场分析 154
 - 1、食糖市场分析 154

- 2、食盐市场分析 155
- 3、酵母市场分析 156
- 4、食品添加剂市场分析 157
- 三、食品包装材料市场分析 158
- 四、食品机械市场分析 160
- 第三节烘焙食品行业下游消费需求分析 162
 - 一、行业消费需求特征 162
 - 二、行业消费需求趋势 168

第二部分烘焙食品行业竞争格局分析

第四章烘焙食品行业市场竞争状况分析 171

第一节国际市场竞争状况分析 171

- 一、国际烘焙食品市场现状 171
 - 1、美国 171
 - 2、日本 173
- 二、国际烘焙食品市场竞争状况分析 179
- 三、国际烘焙食品市场发展趋势分析 180

第二节跨国公司在华市场投资布局 180

- 一、墨西哥宾堡集团 180
- 二、美国卡夫食品国际公司 181
- 三、美国百事食品公司 182
- 四、韩国好丽友公司 184
- 五、美国通用磨坊食品公司 185
- 六、日本格力高集团 191

第三节行业国内市场竞争状况分析 196

- 一、烘焙食品行业市场规模分析 196
- 二、烘焙食品行业五力模型分析 198
 - 1、行业上游议价能力分析 198
 - 2、行业下游议价能力分析 199
 - 3、行业替代品威胁分析 200
 - 4、行业竞争现状分析 201
- 三、烘焙食品行业竞争演变 211

- 1、"价格战"转向品牌竞争 211
 - 2、低端市场竞争转向高端市场竞争 213
- 第四节行业不同经济类型企业竞争分析 216

第五章烘焙食品细分行业市场分析 217

第一节糕点、面包行业市场分析 217

一、糕点、面包行业运营情况分析 217

- 1、糕点、面包行业发展规模分析 217
- 2、糕点、面包行业市场供给情况 217
- 3、糕点、面包行业市场的需求情况 217
- 4、糕点、面包行业经营效益分析 217

二、糕点、面包行业产品市场分析 217

1、糕点市场分析 217

2、面包市场分析 219

三、糕点、面包行业经营模式分析 220

1、工业生产模式 220

2、烘焙坊模式 220

四、糕点、面包行业品牌化运营分析 225

- 1、现状和趋势决定品牌化运营是唯一出路 225
- 2、品牌化运营以价值、模式系统为中心 226
- 3、品牌化运营需以产业运营为支撑 226

五、糕点、面包行业消费者调研分析 227

六、糕点、面包品牌成功案例分析 227

第二节饼干及其他烘焙食品行业市场分析 228

一、饼干及其他烘焙食品行业运营情况分析 228

- 1、饼干及其他烘焙食品行业发展规模分析 228
- 2、饼干及其他烘焙食品行业市场供给情况 228
- 3、饼干及其他烘焙食品行业市场的需求情况 228
- 4、饼干及其他烘焙食品行业经营效益分析 228

二、饼干市场调研分析 229

1、市场空间巨大外来品牌占主导 229

3、高档产品多外来品牌 230

4、低脂健康产品成市场主流 230

第六章烘焙食品行业市场营销分析 232

第一节烘焙食品行业销售模式分析 232

一、烘焙食品行业销售渠道结构 232

二、烘焙食品主要销售渠道 233

第二节烘焙食品行业营销策略分析 236

一、烘焙食品基本营销策略 236

1、产品策略 236

2、价格策略 237

3、促销策略 255

二、烘焙食品节日营销策略 257

1、节日营销的概念 257

2、节日的消费特点 258

3、节日营销的要点 259

4、月饼的体验营销 261

第三节烘焙食品行业营销案例分析 266

一、糕点、面包行业营销案例分析 266

1、元祖食品营销分析 266

2、克莉丝汀营销分析 287

二、饼干及其他烘焙食品行业营销案例分析 291

1、卡夫饼干营销分析 291

2、达利食品营销分析 294

第七章烘焙食品行业重点区域市场分析 300

第一节烘焙食品行业总体区域结构特征分析 300

一、行业区域结构总体特征 300

二、行业区域集中度分析 300

第二节行业重点区域产销情况分析 301

一、华北地区烘焙食品行业产销情况分析 301

1、北京市烘焙食品行业产销情况分析 301

2、天津市烘焙食品行业产销情况分析 302

- 3、山西省烘焙食品行业产销情况分析 302
- 4、内蒙古烘焙食品行业产销情况分析 303
- 二、东北地区烘焙食品行业产销情况分析 303
 - 1、辽宁省烘焙食品行业产销情况分析 303
 - 2、吉林省烘焙食品行业产销情况分析 304
 - 3、黑龙江省烘焙食品行业产销情况分析 304
- 三、华东地区烘焙食品行业产销情况分析 305
 - 1、上海市烘焙食品行业产销情况分析 305
 - 2、江苏省烘焙食品行业产销情况分析 305
 - 3、浙江省烘焙食品行业产销情况分析 306
 - 4、山东省烘焙食品行业产销情况分析 306
 - 5、福建省烘焙食品行业产销情况分析 307
 - 6、安徽省烘焙食品行业产销情况分析 307
- 四、华中地区烘焙食品行业产销情况分析 308
 - 1、湖南省烘焙食品行业产销情况分析 308
 - 2、湖北省烘焙食品行业产销情况分析 308
 - 3、河南省烘焙食品行业产销情况分析 309
- 五、华南地区烘焙食品行业产销情况分析 309
 - 1、广东省烘焙食品行业产销情况分析 309
 - 2、广西烘焙食品行业产销情况分析 310
 - 3、海南省烘焙食品行业产销情况分析 310
- 六、西南地区烘焙食品行业产销情况分析 311
 - 1、四川省烘焙食品行业产销情况分析 311
 - 2、贵州省烘焙食品行业产销情况分析 311
 - 3、重庆市烘焙食品行业产销情况分析 312
 - 4、云南省烘焙食品行业产销情况分析 312
- 七、西北地区烘焙食品行业产销情况分析 313
 - 1、陕西省烘焙食品行业产销情况分析 313
 - 2、新疆烘焙食品行业产销情况分析 313
 - 3、甘肃省烘焙食品行业产销情况分析 314
- 第八章烘焙食品行业主要经营分析 315

第一节烘焙食品企业发展总体状况分析 315

一、销售收入状况 315

二、工业产值状况 315

三、盈利状况 315

第二节广东嘉士利集团股份有限公司 315

一、企业概况 315

二、竞争优势分析 317

三、2011-2013年经营状况 317

四、2014-2019年发展战略 318

第三节上海达能饼干食品有限公司 320

一、企业概况 320

二、竞争优势分析 321

三、2011-2013年经营状况 321

四、2014-2019年发展战略 322

第四节福建达利食品集团有限公司 326

一、企业概况 326

二、竞争优势分析 328

三、2011-2013年经营状况 328

四、2014-2019年发展战略 330

第五节徐福记国际集团 333

一、企业概况 333

二、竞争优势分析 334

三、2011-2013年经营状况 334

四、2014-2019年发展战略 335

第六节好利来实业发展有限公司 338

一、企业概况 338

二、竞争优势分析 338

三、2011-2013年经营状况 339

四、2014-2019年发展战略 340

第七节北京稻香村食品有限责任公司 353

一、企业概况 353

二、竞争优势分析 354

| | |
|------------------|-----|
| 三、2011-2013年经营状况 | 354 |
| 四、2014-2019年发展战略 | 356 |
| 第八节上好佳(中国)有限公司 | 357 |
| 一、企业概况 | 357 |
| 二、竞争优势分析 | 358 |
| 三、2011-2013年经营状况 | 359 |
| 四、2014-2019年发展战略 | 360 |
| 第九节卡夫食品(中国)有限公司 | 363 |
| 一、企业概况 | 363 |
| 二、竞争优势分析 | 364 |
| 三、2011-2013年经营状况 | 364 |
| 四、2014-2019年发展战略 | 364 |
| 第十节香港嘉顿有限公司 | 372 |
| 一、企业概况 | 372 |
| 二、竞争优势分析 | 373 |
| 三、2011-2013年经营状况 | 373 |
| 四、2010-2012年发展战略 | 376 |

第三部分烘焙食品行业投资价值研究

第九章烘焙食品行业投资与前景分析 378

第一节烘焙食品行业投资风险 378

| | |
|--------------------------|-----|
| 一、2014-2019年焙烤食品行业市场风险预测 | 378 |
| 二、2014-2019年焙烤食品行业政策风险预测 | 379 |
| 三、2014-2019年焙烤食品行业经营风险预测 | 389 |
| 四、2014-2019年焙烤食品行业竞争风险预测 | 390 |
| 五、2014-2019年焙烤食品行业其他风险预测 | 390 |

第二节烘焙食品行业投资特性分析 391

| | |
|----------------|-----|
| 一、烘焙食品行业进入壁垒分析 | 391 |
| 二、烘焙食品行业盈利模式分析 | 392 |
| 三、烘焙食品行业盈利因素分析 | 393 |

第三节烘焙食品行业前景预测 394

| | |
|----------------|-----|
| 一、烘焙食品市场发展趋势分析 | 394 |
|----------------|-----|

- 二、烘焙食品市场发展前景预测 398
 - 1、糕点、面包需求前景预测 398
 - 2、饼干及其他烘焙膨化食品需求前景预测 399
- 第四节烘焙食品行业投资建议 402
 - 一、烘焙食品行业投资现状分析 402
 - 二、烘焙食品行业投资建议 405

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102539.html>