

2012-2016年中国焙烤食品市场监测分析及发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2012-2016年中国焙烤食品市场监测分析及发展趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/123832123832.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

焙烤食品工业在食品工业中占有一定的重要地位,其产品直接面向市场,直观反映人民饮食文化水平及生活水平的高低。我国自改革开放以来,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。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,巧克力,方便面,面包,冰淇淋等行业,都有逐步增强的势头。

目前我国的焙烤食品行业基本形成了独资,合资,国有,民营,私企等多种形式并存的经营体制。从目前看,国内市场大体可以说是三分天下,三资企业占领高档市场,国营企业居中档,乡镇企业,私营企业占领低档市场;从发展趋势看,还有逐步增强的势头,各类焙烤产品均有其销售市场和消费群体。随着中国经济的进一步发展,消费者对焙烤食品的需求也日益呈现出高品位,质量的要求,这对焙烤行业的企业提出了更高的要求。

全球金融形势紧张,导致各国企业纷纷瞄准我国国内市场,国内烘焙业不可避免地受到冲击。海外企业在资本、技术、管理等方面的优势,将进一步加剧烘焙市场的竞争。据中国商业联合会统计,2008年的市场中仅有部分知名品牌企业产销量上升,增幅在6%以上,月饼市场销售额也仅有125亿元左右,而整个烘焙行业呈现出市场销售平淡、销售高峰期缩短等特点。在原材料涨价、能源价格居高不下、全球经济前景不明朗的大背景下,国内烘焙业未来发展形势更加严峻。同时由于受经济危机的影响,人们的消费观念开始转变,更趋于理性。

2010年1-11月我国焙烤食品制造企业数为1579个,占行业比重分别为17.20%。

2010年1-11月我国焙烤食品制造为30.57万人,占行业比重分别18.11%;焙烤食品制造人均资产总计为22.45万元/人,比行业平均水平分别少19.14万元/人。

2010年1-11月我国焙烤食品制造累计产品销售收入分别1185.06亿元,占行业比重分别为11.71%;累计产品销售收入同比增长为36.57%,比行业平均水平高8.77个百分点。

2010年1-11月我国焙烤食品制造资产总计为686.24亿元,占行业比重为9.78%;资产总计同比增长为21.75%,比行业平均水平高1.52个百分点。

随着经济的快速发展,城市化进程的加快以及全面小康社会与新农村建设的不断深入,人民的生活节奏将不断加快,生活水平将显著提高,生活方式和消费结构的改变,以及国家对烘焙食品工业的高度重视,包括西部大开发、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,这将给我国焙烤行业的进一步发展带来挑战和机遇。而消费将倾向于名牌和高质量的中高档产品,市场中高档产品容量不断增长,焙烤食品将以其易于携带、方便快捷、时尚等特点越来越成为消费者青睐。虽然目前我国焙烤食品行业绝大部分还是小型企业,这些企业虽然单一的规模小,但总体上仍占有一定的比例。因此国内企业必须在产品的生产工艺,设备,技术,管理等方面提高水平,以供给人们高质量的,高品味的,传统的和现代的焙烤食品制品,才能在竞争的环境中生存和发展。据专家预测,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,2010年前后,我国焙烤食品消费规模将达到500亿元

的水平，将成为人们食品消费中的重要构成部分。

中国报告网发布的《2012-2016年中国焙烤食品市场监测分析及发展趋势研究报告》主要依据国家统计局、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、国内外相关刊物的基础信息以及焙烤食品行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于世界焙烤食品行业整体发展大势，对中国焙烤食品行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、进出口、市场营销、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来焙烤食品行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了焙烤食品行业今后的发展与投资策略，为焙烤食品生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

第一章 焙烤食品的概述

第一节 烘焙食品的定义和发展历程

一、烘焙食品的定义

二、焙烤食品的发展历程

第二节 焙烤食品的特性

一、相对的独立性

二、较高的营养价值

三、食用方便且便于携带

第三节 学习烘焙食品技术的方法

第二章 焙烤行业的环境分析

第一节 2011年国民经济发展情况

一、2011年国民经济发展情况

二、2011年工业生产情况

三、2011年全社会消费与投资状况分析

四、2011年中国对外贸易进出口形势

五、2012年中国经济增长分析预测

第二节 2010-2011年我国焙烤业的政策环境分析

一、2010年《食品馅料》新国标的实施

二、2010年《食品标识管理规定》的实施

三、2010年糕点月饼新政策

四、2010年国家饼干新政策

五、2011年全国食品安全监管工作主要内容

六、2011年食品添加剂国际新标准进程

七、2012年我国食品添加剂需求量预测

八、焙烤食品业将全面实施标准化管理

第三章 全球焙烤食品行业市场发展分析

第一节 欧洲焙烤食品市场状况

一、比利时

二、保加利亚

三、丹麦

四、芬兰

五、法国

六、德国

七、希腊

第二节 2010年部分国家焙烤食品发展情况

一、俄罗斯烘焙行业发展概况

二、浅谈日本烘焙品管制度

三、2010年俄罗斯面包及面包制品生产情况

四、2010年韩国健康饼干发展情况

五、美国烘焙产业产品趋势

第三节 国际市场焙烤食品添加剂发展状况

一、全球焙烤食品添加剂的种类

二、全球食品添加剂生产集中度状况

三、全球焙烤食品添加剂市场规模增长情况

四、全球焙烤食品添加剂行业的发展方向

第四节 国外焙烤食品业发展趋势

一、国际上烘焙食品行业的技术发展趋势

二、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

第四章 我国焙烤食品行业发展分析

第一节 2011年焙烤食品行业发展情况

一、2011年烘焙食品发展情况分析

二、2011年焙烤食品糖制品行业运行情况

三、我国烘焙食品的行业特征分析

四、我国的烘焙食品行业发展的机遇

五、我国焙烤食品行业现存的问题

六、烘焙业区域品牌面临的问题：

第二节 金融风暴对焙烤行业的影响

- 一、全球金融危机对烘焙业的影响
- 二、金融危机下烘焙业产值发展分析
- 三、金融危机难掩烘焙业发展机遇

第三节 2011年烘焙食品行业的区域经济发展情况

- 一、正确认识区域经济
- 二、烘焙食品工业面临新的发展机遇
- 三、提高烘焙食品行业在区域经济中的竞争力
- 四、抓好休闲食品生产及其便捷销售
- 五、连锁经营向农村市场延伸

第四节 黑色焙烤制品发展状况

- 一、黑麦原料产品概述
- 二、黑麦原料对烘焙品质的影响
- 三、黑米及其焙烤制品的发展及前景

第五节 中国焙烤食品消费需求分析

- 一、消费容量分析
- 二、消费者品牌忠诚度分析
- 三、消费者偏好分析
- 四、影响消费者购买面包的因素分析

第五章 我国焙烤食品行业运行分析

第一节 2011年我国焙烤食品行业绩效分析

- 一、2011年行业产销情况
- 二、2011年行业规模
- 三、2011年行业盈利能力
- 四、2011年行业经营发展能力
- 五、2011年行业偿债能力

第二节 2011年焙烤食品进出口市场分析

- 一、2011年焙烤食品出口情况
- 二、2011年焙烤食品进口情况

第三节 焙烤企业品牌化运营分析

- 一、现状和趋势决定品牌化运营是唯一出路
- 二、品牌化运营将以价值模式系统为中心
- 三、品牌化运营需以产业运营为支撑

第六章 焙烤食品行业细分市场分析

第一节 面包市场发展分析

一、2011年糕点、面包制造主要经济指标分析

二、2011年法式小面包的竞争出路分析

三、面包长保质期技术及面包工业的发展趋势

第二节 糕点市场发展分析

一、我国糕点市场发展概况

二、2010年糕点产量分析

三、我国糕点市场发展的特点

四、糕点连锁市场品牌发展格局

五、我国糕点业品牌化进程

第三节 饼干市场发展分析

一、2011年饼干产量分析

二、中国饼干市场消费状况解析

三、高端饼干产品市场发展现状

四、2011年跨国饼干企业加速本土化进程

五、2011年我国饼干业发展形势

第四节 月饼市场发展分析

一、2011年月饼产业的变化

二、2011年月饼产品质量情况

三、2011年月饼包装节约资源规范

四、月饼企业的多样化经营

五、未来月饼市场发展的趋势

第七章 行业原料及辅料行业运行态势

第一节 小麦粉（面粉）行业

一、2011年小麦粉产量分析

二、2011年“小麦粉馒头”国家标准实施

三、我国小麦粉生产集中度情况

四、2011年我国小麦市场发展形势

五、2011年中国强制实施面粉营养强化

第二节 油脂市场

一、油脂在烘焙食品技术中的应用

二、2011年我国油脂市场发展分析

三、2011年油脂市场走势分析

四、2011年我国油脂市场走势预测

五、2011年油脂市场价格变化预测

六、2011年国内油脂市场主要影响因素

第三节 添加剂及配料的应用

- 一、食品添加剂行业发展分析
- 二、乳化剂在烘焙食品中的应用
- 三、鲜酵母在烘焙食品中的应用
- 四、脂肪酶在焙烤食品当中的应用
- 五、焙烤糖制食品新型功能性配料的应用
- 六、营养素在烘焙食品中的应用前景
- 七、烘焙专用奶粉在焙烤食品中的作用
- 八、2011年我国将调查进口核苷酸类食品添加剂
- 九、我国食品添加剂市场发展前景分析
- 十、大豆制品在焙烤食品中的应用展望

第八章 焙烤食品行业竞争格局

第一节 焙烤食品行业竞争力分析

- 一、行业技术发展趋势
- 二、焙烤企业核心竞争力
- 三、未来烘焙业竞争趋势

第二节 2011年焙烤食品细分市场竞争格局

- 一、2011年月饼市场竞争格局分析
- 二、2011年饼干业竞争格局分析
- 三、2011年糕点业竞争格局分析
- 四、2011年卡夫收购达能饼干情况
- 五、2011年宾堡将跃升世界第一大烘焙企业
- 六、中国焙烤提升行业竞争力的关键

第三节 中国烘焙食品市场竞争趋势

- 一、行业品牌竞争趋势
- 二、中高端市场竞争趋势
- 三、行业生产竞争趋势

第九章 焙烤食品行业的主要企业分析

第一节 卡夫食品（中国）有限公司

- 一、公司概况
- 二、公司品牌情况
- 三、公司竞争对手
- 四、2011年公司业绩
- 五、2011年公司发展形势

第二节 上海达能饼干食品有限公司

一、公司概况

二、品牌分析

第三节 福建达利食品集团有限公司

一、公司概况

二、2011年公司品牌动态

三、公司品牌战略分析

四、公司发展战略规划

第四节 徐福记国际集团

一、公司概况

二、公司的创新策略

三、2011年公司动态

第五节 好利来实业发展有限公司

一、公司概况

二、公司理念

三、公司发展战略

第六节 北京稻香村食品有限责任公司

一、公司概况

二、公司的选址策略

三、2011年公司发展动态

四、2011年公司发展规划

第七节 上好佳(中国)有限公司

一、公司概况

二、公司产品的研发

三、公司品牌战略

第八节 广东嘉士利集团股份有限公司

一、公司概况

二、嘉士利成长分析

三、2011年公司最新动态

第十章 焙烤食品行业的发展及营销策略

第一节 焙烤食品行业产业发展策略

一、焙烤食品行业发展思路

二、烘焙食品业品牌战略分析

三、烘焙食品业文化战略分析

四、烘焙业产品差异化战略

五、强化烘焙产业管理的应用

第二节 烘焙业直复营销新模式探析

- 一、烘焙业直复营销概述
- 二、烘焙业直复营销策略
- 三、烘焙业直复营销趋势

第三节 现代烘焙业的经营形式及地点选择

- 一、单一式经营
- 二、复合式经营
- 三、经营方式选择策略
- 四、浅谈烘焙营销创意策略
- 五、烘焙行业文化营销策略

第十一章 焙烤食品企业的发展策略

第一节 中国焙烤企业品牌发展策略

- 一、明确企业的目标
- 二、再造让顾客感动的有价值品牌
- 三、让战略走上高层的议程表
- 四、走规模化出路
- 五、走专业化出路
- 六、发掘差异化的蓝海
- 七、快速开始企业的计划管理
- 八、规范企业的流程管理
- 九、做好组织管理的核心

第二节 焙烤企业的零售终端营销策略

- 一、焙烤部门在连锁超市中的地位
- 二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题
- 三、焙烤企业的终端营销策略

第三节 浅谈烘焙企业的经营风险与解决之道

- 一、中小烘焙企业的常见类型和管理现状
- 二、顺应生存良性发展
- 三、研判市场谨慎投资
- 四、尊重市场用心经营
- 五、以小博大自营生存

第四节 烘培店创业分析

- 一、烘培店创业的筹备
- 二、烘培店创业的开业
- 三、烘焙开店创业秘诀

第十二章 2011-2015年焙烤食品行业的趋势分析

第一节 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、超市在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

第二节 2011-2015年焙烤行业发展趋势

- 一、2011年中国烘焙产业升级展望
- 二、2011年我国烘焙产业发展形势
- 三、2011-2015年焙烤行业发展趋势

第三节 2011-2015年我国烘焙食品产业化发展趋势

- 一、2011年我国烘焙食品业竞争状况
- 二、烘焙食品业竞争影响因素分析
- 三、低能健康烘焙食品市场前景广阔
- 四、2011-2015年烘焙食品行业的竞争趋势
- 五、烘焙食品健康发展兼顾文化引导
- 六、2011-2015年烘焙业的发展方向

第四节 2011-2015年烘焙食品发展趋势

- 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
- 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

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/canyin/123832123832.html>