

2018-2023年中国烘焙行业市场现状分析与投资价值评估报告

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《2018-2023年中国烘焙行业市场现状分析与投资价值评估报告》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/shipin/294388294388.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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

虽然行业初具规模，但发展时间较短，中国烘焙食品市场的集中度依旧偏低。根据 Euromonitor 数据，2015 年，中国面包糕点食品行业 CR5 仅 10.4%，其中达利食品、好丽友、桃李面包市场份额居于前三，分别为 5.1%、2.2%、1.9%。

对比成熟的日本市场来看，2015 年，其市场份额第一的山崎面包占比为 36%，第二的日清食品占比为 18%，前五大公司共占 88% 的市场份额。因此，中国烘焙行业虽然初具规模且快速增长，但其行业集中度还有待提升。

中国烘焙食品行业依然以个体商贩为主，竞争格局较为分散。目前中国烘焙企业主要有三种：外资成熟烘焙品牌、内资跨区域连锁品牌、规模较小但数量巨大的地方烘焙品牌。其中，外资企业拥有良好的品牌形象，产品一般具有一定的溢价，占据了中高端市场。内资跨区域连锁品牌多呈区域性布局，产品在价格上更有优势，且更善于传统渠道的推广，以二三线城市市场为主。不过市场上最为主要的还是个体商贩，占据了 75% 的市场份额。大量地方品牌及个体商户避开核心城市和核心商圈，以二三线城市为主，快速抢占当地市场。由于受到品牌、资金等因素的限制，个体商户难以形成统一的品牌。根据中国产业信息网的数据，截止至 2015 年 10 月，中国规模以上烘焙企业数量达 1408 家，到目前为止，没有任何一家企业占有绝对优势的市场份额，整体来看烘焙行业竞争格局较为分散。

中国烘焙行业 CR5 仅为 10.4%

数据来源：中国报告网整理

日本烘焙行业 CR5 为 88%

数据来源：中国报告网整理

消费者集中于一线城市，市场分布以中、东部地区为主

从主要消费烘焙食品的消费者分布来看，主要集中在经济发达的一线城市。根据百度指数，以烘焙食品搜索量为依据，搜索量主要集中在北上广深四地，中部地区则以各省会为主，其余地区对烘焙的关注较少。这主要是由于中国一二线城市经济较为发达，消费者的购买能力较强，同时也接受西式饮食习惯，因此对烘焙食品的消费较多。

烘焙市场以华东、华中地区为主，烘焙企业主要分布在东部发达地区。从烘焙行业市场规模区域分布情况来看，烘焙食品销售主要集中在华东、华中地区，两块区域占比接近 70%。从企业分布来看，华东地区的烘焙食品企业数量最多，占比达到 41.45%，其次是华中地区，企业数量占比达到 23.14%，而西北、东北地区的烘焙企业数量占比相对较少。这主要是由于：第一，对于大多数烘焙企业来说，销售范围会受到冷链运输能力和品牌影响力的影响，销售往往局限于中央工厂或烘焙门店附近地区；第二，一线城市以及中、东部部分地区经济较为发达，消费者对于烘焙食品的购买意愿更强，对国外饮食的接受程度也较高；第

三，面食被北方地区消费者广泛接受，在一定程度上能够代替烘焙食品。

消费者搜索烘焙食品热点分布

数据来源：中国报告网整理

2015 年中国烘焙食品行业市场规模集中度

数据来源：中国报告网整理

2015 年中国烘焙食品行业企业地理集中度

数据来源：中国报告网整理

烘焙企业经营模式分析

中国烘焙企业按其经营模式可分为“中央工厂+批发”、连锁店模式、“中央工厂+电商+冷链物流”模式。其中，前两种模式是目前市场上主要的经营模式，而“中央工厂+电商+冷链物流”模式是新兴模式,占比较小,但近些年发展较为快速。

不同经营模式的特征、优劣及代表企业

资料来源：中国报告网整理 “中央工厂+批发”定位大众消费者，扩张性强

在“中央工厂+批发”的模式中，企业通过自建中央工厂，统一生产包装类产品，利用商超、便利店等现有渠道进行销售。具体来说，烘焙企业在各个城市设立生产加工工厂，通过利用现代化生产设备和流水生产线对原材料进行大规模统一加工，然后利用物流配送，将产品送至现有销售终端，包括本地及周边城区的商超、便利店或小卖店。中央工厂主要生产包装类产品，根据保质期的长短，其产品又可分为两类：第一类为短保产品，辐射半径较短，一般为 200-300 公里；第二类主要生产中、长保产品，保质期长达几个月至一年，可铺货至偏远地区。此模式的代表企业包括宾堡、曼可顿、桃李面包等。

“中央工厂+批发”模式定位大众消费者，具有较强的扩张性。由于规模生产、统一配送且渠道多样，该模式下的烘焙食品具备性价比高、方便购买的优势，主要定位于大众消费者。“中央工厂+批发”的模式通过不断新建中央工厂，实现区域扩张，再利用现有的多样化的零售渠道进行渠道下沉，因此具有较强的扩张性。但这种经营模式对企业的终端掌控能力要求较高，企业要维持长期稳定的销售渠道具有一定的难度。

“中央工厂+批发”模式

资料来源：中国报告网整理 连锁店模式符合体验经济，店面不断升级创新

连锁店模式下，企业将连锁门店作为终端进行销售烘焙食品。该模式通过在城镇人口密

集的商业区和居民区开设烘焙门店，提供可视化操作和专业化的现场装饰加工，产品新鲜、口感较好，且定价较高。烘焙连锁店店内通常设有座位，以供消费者堂食，同时搭配出售咖啡、果汁等饮料。

根据对产品加工的地点和程度不同，可分为三种类型：第一，企业通过在城区周边设立中央工厂，利用大型、全自动生产线集中加工原材料，将其制成成品，然后利用快速冷链运送至设立在中心城区的各门店直接销售；第二，部分产品先由中央工厂生产加工成各种冷冻面团或者半成品，然后配送至烘焙门店，经过现场加工装饰后销售给消费者；第三，前店后厂模式经营，该模式实现加工车间和门店的一体化。举例来说，克莉丝汀是利用中央工厂将原材料加工成成品后，再配送至门店，而85度C、面包新语则先将原材料加工成半成品，配送至门店后再进行加工成烘焙成品，好利来则为前店后厂，即加工工厂和门店相统一。

连锁店模式为消费者提供良好的购物体验、管控终端能力强，但经营成本较高。由于该模式能够营造温馨舒适的门店氛围，最大限度地满足顾客在产品质量上和体验上的需求，兼具休闲社交功能，因此容易形成品牌影响力，受到高端消费者的青睐。

采用烘焙连锁店模式的企业对于终端的管控能力较强，能够将自身的管理经验、营销策略等有效地传达至各个连锁门店。但维持店面经营所需的租金、人工成本和管理费用较高，对发展扩张有一定限制。为吸引消费者，满足其体验需求，连锁店模式下的烘焙门店不断进行升级。

按其发展路径，可以分为以下几个阶段：第一阶段为本土烘焙业成长阶段，该阶段以柜台式销售为主，由于门店空间小，产品种类单一，因此消费者购物较被动，大部分烘焙店主打平价路线，经营模式主要是前店后厂；第二阶段为升级版面包店阶段，主要是以社区为核心的烘焙品牌店，店铺更加整洁，企业开始注重品牌建设，产品体现出升级趋势、西式化明显，蛋糕等产品成为主要的核心产品；第三阶段为面包+咖啡（饮料）消费阶段，企业开始注重消费者空间体验，该阶段的烘焙连锁店追求门店的舒适性、高颜值，同时开放部分空间允许消费者堂食，其经营模式更加接近于咖啡厅，核心是靠空间体验+饮料爆款来吸引消费者，使烘焙食品逐步下午茶化，实现从零食继续向正餐的演进；第四阶段为软欧包阶段，企业一方面利用兴起不久的软欧包这个网红品类，不断吸引消费者，另一方面利用时尚化的设计风格，在产品展示、包装、门店装修上将连锁门店的设计感和风格提升到一个全新的高度，同时进一步提升客单价，该类门店地址一般选在中高端商场，客户以白领女性为主。

连锁店模式包括三种类型

资料来源：中国报告网整理

烘焙连锁店的发展路径 资料来源：中国报告网整理

【报告目录】

第一部分烘焙行业发展概况

第一章烘焙行业发展综述

第一节烘焙行业定义及分类

一、行业定义

二、行业特性

三、行业主要产品分类

第二节烘焙行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业上游供应链市场分析

四、行业下游应用领域分析

第二章烘焙行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节烘焙行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业相关政策及规划分析

三、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

一、烘焙产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节行业技术环境分析（T）

一、烘焙技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章国际烘焙行业发展分析及经验借鉴

第一节全球烘焙市场总体情况分析

- 一、全球烘焙市场规模
- 二、全球烘焙市场发展趋势

第二节全球主要国家（地区）市场分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、欧洲

第四章我国烘焙行业运行状况分析

第一节我国烘焙行业发展状况分析

- 一、我国烘焙行业发展阶段
- 二、我国烘焙行业发展特点分析

第二节烘焙行业发展现状

- 一、我国烘焙行业市场规模
- 二、我国烘焙行业发展分析
- 三、中国烘焙企业发展分析

第三节烘焙市场情况分析

- 一、中国烘焙市场总体概况
- 二、中国烘焙产品市场发展分析

第四节我国烘焙市场价格走势分析

- 一、烘焙市场定价机制组成
- 二、烘焙市场价格影响因素
- 三、烘焙产品价格走势分析

第五章中国烘焙行业整体运行指标分析

第一节中国烘焙行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析
- 三、行业负债规模分析

第二节烘焙行业主要经济指标分析

第三节我国烘焙市场供需分析

- 一、我国烘焙行业供给情况
- 二、我国烘焙行业需求情况
- 三、我国烘焙行业供需平衡分析

第六章中国烘焙行业产业链分析

第一节烘焙行业产业链概述

第二节烘焙上游产业发展状况分析

一、上游原料市场发展现状

二、上游原料生产情况分析

三、上游原料价格走势分析

第三节烘焙下游应用需求市场分析

一、下游行业发展现状分析

二、下游行业需求状况分析

三、行业需求前景分析

第七章烘焙行业市场竞争策略分析

第一节烘焙市场竞争策略分析

一、烘焙市场增长潜力分析

二、烘焙产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第二节烘焙企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国烘焙市场竞争趋势

二、2017-2022年烘焙行业竞争格局展望

三、2017-2022年烘焙行业竞争策略分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

第二部分烘焙行业竞争分析

第八章烘焙行业竞争形势及营销策略分析

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、烘焙行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、烘焙行业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、烘焙行业集中度分析

四、烘焙行业SWOT分析

- 1、烘焙行业优势分析
- 2、烘焙行业劣势分析
- 3、烘焙行业机会分析
- 4、烘焙行业威胁分析

第二节中国烘焙行业竞争格局综述

一、烘焙行业竞争概况

- 1、中国烘焙行业品牌竞争格局
- 2、烘焙业未来竞争格局和特点

二、中国烘焙行业竞争力分析

- 三、中国烘焙产品竞争力优势分析
- 四、烘焙行业主要企业竞争力分析

第三节烘焙行业竞争格局分析

- 一、国内外烘焙竞争分析
- 二、我国烘焙市场竞争分析
- 三、我国烘焙市场集中度分析
- 四、国内主要烘焙企业动向

第九章烘焙行业领先企业经营形势分析

第一节中国烘焙企业总体发展状况分析

- 一、烘焙企业资本运作分析
- 二、烘焙企业国际竞争力分析

第二节中国烘焙市场十大品牌

一、面包新语

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

二、85度C

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

三、好利来

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

四、巴黎贝甜

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

五、法爵音乐面包

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

六、克里斯汀

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

七、宜芝多

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

八、仟吉西饼

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

九、澳泽烘焙

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

十、美心西饼

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第三部分烘焙行业趋势分析

第十章2017-2022年烘焙行业前景及趋势预测

第一节2017-2022年烘焙市场发展前景

一、2017-2022年烘焙市场发展潜力

二、2017-2022年烘焙市场发展前景展望

第二节烘焙市场发展趋势预测

一、烘焙技术成熟度及应用现状

二、烘焙应用前景及发展方向

三、烘焙应用趋势预测

1、烘焙市场发展现状

2、烘焙产业构成分析

3、烘焙产业发展趋势预测

第三节2017-2022年烘焙发展趋势预测

一、烘焙市场结构预测

第十一章烘焙行业投资及风险分析

第一节烘焙行业投资特性分析

一、烘焙行业进入壁垒分析

1、技术壁垒

2、认证壁垒

3、资金壁垒

4、品牌壁垒

二、烘焙行业成本效益分析

第二节烘焙行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、烘焙行业投资现状分析

第三节2017-2022年烘焙行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 三、烘焙行业投资机遇

第四节2017-2022年烘焙行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、原材料价格波动风险
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、其他风险及防范

第四部分烘焙行业投资战略分析

第十二章烘焙行业面临的困境及对策

第一节烘焙行业面临的困境

- 一、烘焙本身质量问题
- 二、市场整合加快，企业数量进一步减少

第二节烘焙企业面临的困境及对策

- 一、重点烘焙企业面临的困境及对策
- 二、中小烘焙企业发展困境及策略分析
- 三、国内烘焙企业的出路分析

第十三章烘焙行业发展战略研究

第一节烘焙行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节对我国烘焙品牌的战略思考

- 一、烘焙品牌的重要性
- 二、烘焙实施品牌战略的意义

三、烘焙企业品牌的现状分析

四、我国烘焙企业的品牌战略

五、烘焙品牌战略管理的策略

第三节烘焙经营策略分析

一、烘焙市场细分策略

二、烘焙市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、烘焙新产品差异化战略

第四节烘焙行业投资战略研究

一、2017-2022年烘焙行业投资战略

二、2017-2022年细分行业投资战略

图表目录

图表：烘焙行业相关标准

图表：2016年二季度-2016年一季度中国GDP增速

图表：2016年-2016年一季度社会消费品零售总额增长速度

图表：一季度中国实际使用外资情况

图表：一季度中国宏观经济主要指标

图表：全球烘焙市场规模

图表：我国烘焙行业市场规模分析

图表：我国烘焙行业投资规模分析

图表：烘焙行业公司负债规模分析

图表：我国烘焙食品行业销售收入集中度

图表：我国烘焙食品行业利润集中度

图表：我国烘焙食品行业总产值集中度

图表：国内知名烘焙连锁品牌概况

(GYZX)

更多图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/294388294388.html>