

# 中国糕点行业商业模式专项分析与企业投资环境 研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国糕点行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告》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/shipin/225331225331.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

近年来，类似铜锣烧、软华夫、干蛋糕这样的高端新产品成为众多工业糕点企业特别是中大型企业重点发展的方向。铜锣烧是盼盼在2010年着力推广的一款面包类升级产品，借助大力度电视广告传播，在业内刮起了一股旋风，引发回头客、宏事达等跟进者无数，目前继续被盼盼列为重点推广的战略产品之一。在盼盼看来，在“盼盼”母品牌下，“法式”系列的风格已经被蒋雯丽定性，铜锣烧应该区别于之前的风格，拓展之前的受众。因此，盼盼铜锣烧一直在强化“下午茶点”的概念，旨在区别于之前的代餐类产品。而在跟进的中小企业看来，铜锣烧的竞争并不充分，具有足够多的空白市场可供发掘和填补。

目前，在商超渠道，定位中高端的盼盼铜锣烧销售形势非常不错，已经牢牢占据行业第一品牌。在流通渠道，采取低价策略的回头客抢占了很多市场份额，尤其是河北、山东、广东等区域市场表现强势。软华夫又称华夫饼，最早由福建海新集团的子公司丹夫食品从海外移植过来并进行本地化生产，但由于软华夫在国内的品类认知远没有面包、饼干等清晰、强烈，再加上软华夫本身属于高端消费产品，因此丹夫没有贸然大举招商，一直集中在华南的局部区域运作销售，没有引起太多行业关注。2010年底，河南的喜盈盈将软华夫改头换面为“高蛋高”，诉求“全蛋和面不加水”，并在以河北、河南为主的北方市场组织区域精耕，3个月后将开始上量，仅河北地区单月销售额就突破200万元。到2011年7月，盼盼也介入到软华夫市场中来，其花4000万元从奥地利引进3条先进的自动设备，分别布于福建长汀、四川成都和安徽滁州，目前仍处于产品导入阶段，但已经形成初步热销，带动了不少福建企业进军内陆市场。

近来，类似铜锣烧、软华夫、干蛋糕这样的高端新产品成为众多工业糕点企业特别是中大型企业重点发展的方向。铜锣烧是盼盼在2010年着力推广的一款面包类升级产品，借助大力度电视广告传播，在业内刮起了一股旋风，引发回头客、宏事达等跟进者无数，目前继续被盼盼列为重点推广的战略产品之一。在盼盼看来，在“盼盼”母品牌下，“法式”系列的风格已经被蒋雯丽定性，铜锣烧应该区别于之前的风格，拓展之前的受众。因此，盼盼铜锣烧一直在强化“下午茶点”的概念，旨在区别于之前的代餐类产品。而在跟进的中小企业看来，铜锣烧的竞争并不充分，具有足够多的空白市场可供发掘和填补。

目前，在商超渠道，定位中高端的盼盼铜锣烧销售形势非常不错，已经牢牢占据行业第一品牌。在流通渠道，采取低价策略的回头客抢占了很多市场份额，尤其是河北、山东、广东等区域市场表现强势。软华夫又称华夫饼，最早由福建海新集团的子公司丹夫食品从海外移植过来并进行本地化生产，但由于软华夫在国内的品类认知远没有面包、饼干等清晰、强烈，再加上软华夫本身属于高端消费产品，因此丹夫没有贸然大举招商，一直集中在华南的局部区域运作销售，没有引起太多行业关注。2010年底，河南的喜盈盈将软华夫改头换面为“高蛋高”，诉求“全蛋和面不加水”，并在以河北、河南为主的北方市场组织区域精耕，3个月后将开始上量，仅河北地区单月销售额就突破200万元。到2011年7月，盼盼也介入到软华

夫市场中来，其花4000万元从奥地利引进3条先进的自动设备，分别布于福建长汀、四川成都和安徽滁州，目前仍处于产品导入阶段，但已经形成初步热销，带动了不少福建企业进军内陆市场。

干蛋糕是盼盼的原创，是介于饼干类和糕点类之间的一种新式产品，口感独特、酥脆，味道丰满。2011年5月，盼盼在北京钓鱼台国宾馆组织了梅尼耶干蛋糕上市发布会，10月份开始铺货运作。盼盼希望借此开辟一个全新的品类，并将会把梅尼耶作为一个子品牌来规划，着重发展定位中高端的糕点类产品。目前，包括上海的大宇、晋江的富华等不少区域型企业也都陆续推出了干蛋糕产品，并纳入副品牌，显示了对这一新兴品类的重视。

随着“英式”、“法式”、“俄式”、“德式”烘焙糕点品牌大举进入中国市场，原先一大部分以模仿加工为主的烘焙糕点企业将在下一个5年间逐步退出市场竞争，构建技术壁垒会是众多食品企业面临的共同课题。国内传统的食品加工企业基本上属短线运作，缺乏长远发展眼光，自然堕入以攫取短期利润为目标的企业发展路线。而越来越多地走进广大市民生活和视野的烘焙糕点，消费者对其形态、色泽、香味等要求日益提升，这也正是小作坊和传统加工企业的软肋。除技术创新外，品牌力也是影响未来工业糕点发展的一个至关重要的环节。

随着原辅材料、农副产品的价格上涨，食品企业的利润空间受到严重挤压，企业的生存和发展受到严峻考验。而随着生活节奏的加快，消费者对产品的品牌认知和认同已经有了较高的要求，特别是在近几年食品安全事件频发的大环境下，单纯地靠廉价和产品的新颖、口味的独特已经不能满足他们的消费要求，“认牌消费”将逐步成为消费主流。

中国报告网发布的《中国糕点行业商业模式专项分析与企业投资环境研究报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告大纲：

## 第一章 糕点的相关概念

### 第一节 糕点的概念和特点

#### 一、糕点的概念

#### 二、糕点的特点

### 第二节 糕点的种类分析

一、从工艺上分类

二、从地区上分类

三、从技术上分类

第二章 2013-2014年世界糕点产业发展形势分析

第一节 2013-2014年世界糕点产业发展概况

一、世界糕点产业发展规模分析

二、世界糕点产业原料供应状况分析

三、世界糕点产销与需求分析

第二节 2013-2014年主要国家糕点行业市场运行分析

一、世界糕点市场需求结构分析

二、2013-2014年世界糕点细分市场需求特点分析

三、2013-2014年世界糕点市场进出口分析

第三节 2013-2014年世界糕点产业发展趋势预测分析

第三章 2013-2014年中国糕点产业运行环境分析

第一节 2013-2014年中国宏观环境分析

一、中国GDP增长态势分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

第二节 2013-2014年中国糕点产业发展政策环境分析

一、焙烤食品业将全面实施标准化管理

二、新糕点国标出炉

三、

第三节 2013-2014年中国糕点产业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 2013-2014年中国糕点产业市场运营发展分析

第一节 2013-2014年中国糕点行业新闻及动态消息

一、本土糕点品牌扩张提速

二、市北突击检查糕点企业

三、健康零食代替“垃圾”糕点

第二节 2013-2014年国内不同地区糕点产业实行的相关项目

一、天津：拜年创造需求中式糕点销售火爆

## 二、广东：“糕点公仔比赛”迎元宵

### 第三节 2013-2014年国内糕点行业问题

- 一、15家糕点企业上“黑榜”，亟待休整
- 二、生产日期标注滞后一个月，青岛丹香糕点爆出早产门
- 三、福建抽查糕点产品，14批次超量使用防腐剂

## 第五章 2013-2014年中国糕点产业发展状况分析

### 第一节 2013-2014年中国糕点产业发展分析

- 一、产业发展规模及特点分析
- 二、产品生产技术及设备发展分析

### 第二节 2013-2014年中国糕点产业发展存在的问题分析

- 一、包装问题分析
- 二、卫生问题分析
- 三、质量问题分析

### 第三节 2013-2014年中国糕点行业特色产品分析

- 一、中式糕点的美味儿仍在留香
- 二、澳门特色手工糕点

## 第六章 2013-2014年中国糕点行业整体运行指标分析

### 第一节 2013-2014年中国糕点行业总体规模分析

- 一、中国糕点企业数量结构分析
- 二、中国糕点行业生产规模分析

### 第二节 2013-2014年中国糕点行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

### 第三节 2013-2014年中国糕点行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第七章 2013-2014年中国糕点行业市场消费者的调查分析

### 第一节 2013-2014年中国糕点产品的调查对象特征

- 一、调查对象的性别分布
- 二、调查对象的区域分布
- 三、调查对象的年龄分布
- 四、调查对象的收入分布
- 五、调查对象的职业分布

## 第二节 2013-2014年中国糕点产品的购买与品牌倾向分析

- 一、经常购买的糕点种类分析统计
- 二、现在购买以及将来购买的糕点品牌需求分析
- 三、影响消费者购买品牌糕点的主要因素分析
- 四、消费者对所购买的糕点产品的价格要求范围

## 第八章 2015-2020年中国糕点行业市场竞争剖析

### 第一节 2015-2020年中国糕点行业竞争现状分析

- 一、中国糕点品牌竞争分析
- 二、糕点价格竞争分析。
- 三、营销方式竞争分析
- 四、糕点行业竞争压力分析

### 第二节 2015-2020年中国糕点行业市场竞争格局分析

- 一、糕点行业竞争愈发激烈
- 二、劣质杂牌糕点充斥市场
- 三、竞争加强，多种类糕点数量渐增

### 第三节 2015-2020年中国糕点企业提升竞争力策略分析

## 第九章 2013-2014年国内糕点品牌竞争格局分析

### 第一节 稻香村

- 一、稻香村的发展历程概况
- 二、百年老店稻香村历史悠久，文化丰厚
- 三、北京稻香村：信誉是我们的命根子

### 第二节 好利来

- 一、好利来销售市场的划分及特征
- 二、好利来：品质是食品行业生存根本
- 三、好利来承诺墙签名

### 第三节 金凤呈祥

- 一、金凤呈祥的发展历程
- 二、宗旨：更新产品原料，完善工艺技术
- 三、金凤成祥蛋糕用药品包装盒，被疑回收再利用

## 第十章 中国糕点重点企业竞争力分析

### 第一节 北京稻香村食品有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

## 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第二节 上海克莉丝汀食品有限公司

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业主要经济指标

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第三节 昆明市嘉华食品厂

#### 一、企业基本情况

#### 二、企业主要经济指标

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 第十一章 2013-2014年中国糕点原料及辅料行业动态分析

### 第一节 小麦粉（面粉）行业

### 第二节 油脂市场

### 第三节 添加剂行业

### 第四节 包装业

## 第十二章 2015-2020年中国糕点市场发展趋势展望分析

### 第一节 2015-2020年中国焙烤食品发展前景及趋势预测分析

#### 一、中国焙烤市场前景看好

#### 二、焙烤食品业的发展趋势分析

#### 三、焙烤食品产品开发方向预测

### 第二节 2015-2020年中国糕点行业发展前景分析

#### 一、中国糕点行业的发展历程

#### 二、中国糕点行业的发展潜力和前景展望

### 第三节 2015-2020年中国糕点行业市场预测分析

#### 一、中国糕点行业市场需求预测分析

#### 二、中国糕点行业价格走势预测分析

### 第四节 2015-2020年中国糕点行业运行走势预测分析

#### 一、中国糕点行业发展趋势分析

#### 二、中国糕点行业技术开发方向

第五节 2015-2020年中国糕点行业市场盈利预测分析

第十三章 2015-2020年中国糕点行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国糕点行业投资环境分析

第二节 2015-2020年中国糕点行业投资机会分析

一、规模的发展及投资需求分析

二、总体经济效益判断分析

三、与糕点食品行业政策调整相关的投资机会分析

第三节 2015-2020年中国糕点行业投资风险分析

一、市场风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、外来品牌进入现状及对未来市场的威胁

第四节 专家建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/225331225331.html>