

2016-2022年中国方便食品行业发展态势及十三五 盈利战略分析报告

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《2016-2022年中国方便食品行业发展态势及十三五盈利战略分析报告》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/246388246388.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

随着中国经济的迅速发展，尤其是生活节奏的加快促使着人们改变了传统的生活方式，人们越来越不愿在厨房里多花时间，新一代的消费群体在不断壮大，使方便食品越来越保持良好的增长势头。而近年来国外众多企业对方便食品的投资，也使中国方便食品行业发展迎来了新的机遇。

中国报告网发布的《2016-2022年中国方便食品行业发展态势及十三五盈利战略分析报告》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、市场前景、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。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。

报告目录：

第一章 方便食品相关知识介绍

1.1 方便食品

1.1.1 方便食品定义

1.1.2 方便食品的种类

1.1.3 各种方便食品的特征

1.2 方便面

1.2.1 方便面简介

1.2.2 方便面的起源

1.2.3 方便面面体的分类

1.2.4 方便面的营养价值问题

1.3 速冻食品

1.3.1 速冻食品定义

1.3.2 速冻食品分类

1.3.3 速冻食品的优点

1.3.4 速冻食品选购与储存要点

1.4 其他方便食品

1.4.1 方便米饭

1.4.2 方便米线

1.4.3 方便面与方便粉丝的区别

第二章 2012-2015年食品行业发展分析

2.1 中国食品工业发展综述

2.1.1 我国食品工业发展阶段分析

2.1.2 中国食品产业的巨大变化

2.1.3 国内食品工业的显著特点

2.1.4 科技支撑我国食品产业进步

2.2 2012-2015年食品行业运行状况

2.2.1 我国食品工业发展状况分析

2.2.2 2015年我国食品工业运行分析

2.2.3 2014年上半年我国食品工业发展分析

2.3 2012-2015年食品安全问题分析

2.3.1 食品安全概况及成因分析

2.3.2 中国重大食品安全事件回顾

2.3.3 我国食品安全标准制定新进展

2.3.4 食品安全问题破解思路

2.3.5 食品行业亟待建立诚信体系

2.4 食品行业的问题及对策

2.4.1 我国食品工业的主要问题

2.4.2 食品工业发高速发展存隐忧

2.4.3 中国食品工业的差距及发展建议

2.5 食品行业发展前景预测

2.5.1 中国食品工业展望

2.5.2 食品行业的发展趋势

2.5.3 未来中国食品工业发展形势分析

第三章 2012-2015年方便食品行业分析

3.1 2012-2015年中国方便食品行业发展状况

3.1.1 我国方便食品的市场状况

3.1.2 我国方便食品企业加强产品创新

3.1.3 方便食品行业发展概况

3.1.4 2015年方便食品行业发展态势

3.1.5 2014年方便食品行业发展动态

3.2 2012-2015年方便食品行业问题及对策

3.2.1 我国方便食品生产技术与发达国家的差距

3.2.2 方便食品应走差异化路线

3.2.3 方便食品以创新实现价值突破

3.3 方便食品包装及技术

3.3.1 方便食品所用包装材料概述

3.3.2 冷冻食品包装常见问题及对策

3.3.3 方便食品包装突出便利安全性

3.3.4 食品自加热技术助力方便食品发展

第四章 中国方便食品制造行业财务状况

4.1 中国方便食品制造行业经济规模

4.1.1 2014-2015年方便食品制造业销售规模

4.1.2 2014-2015年方便食品制造业利润规模

4.1.3 2014-2015年方便食品制造业资产规模

4.2 中国方便食品制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 2014-2015年方便食品制造业亏损面

4.2.2 2014-2015年方便食品制造业销售毛利率

4.2.3 2014-2015年方便食品制造业成本费用利润率

4.2.4 2014-2015年方便食品制造业销售利润率

4.3 中国方便食品制造行业营运能力指标分析

4.3.1 2014-2015年方便食品制造业应收账款周转率

4.3.2 2014-2015年方便食品制造业流动资产周转率

4.3.3 2014-2015年方便食品制造业总资产周转率

4.4 中国方便食品制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 2014-2015年方便食品制造业资产负债率

4.4.2 2014-2015年方便食品制造业利息保障倍数

4.5 中国方便食品制造行业财务状况综合评价

4.5.1 方便食品制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响方便食品制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2012-2015年中国方便食品行业产量数据分析

5.1 2012-2015年全国及主要省份方便面产量分析

5.1.1 1-12月全国及主要省份方便面产量分析

5.1.2 2015年1-12月全国及主要省份方便面产量分析

5.1.3 2014年1-6月全国及主要省份方便面产量分析

5.2 2012-2015年全国及主要省份速冻米面食品产量分析

5.2.1 1-12月全国及主要省份速冻米面食品产量分析

5.2.2 2015年1-12月全国及主要省份速冻米面食品产量分析

5.2.3 2014年1-6月全国及主要省份速冻米面食品产量分析

5.3 2012-2015年全国及主要省份罐头产量分析

5.3.1 1-12月全国及主要省份罐头产量分析

5.3.2 2015年1-12月全国及主要省份罐头产量分析

5.3.3 2014年1-6月全国及主要省份罐头产量分析

第六章 2012-2015年方便面行业发展分析

6.1 方便面行业整体发展状况

6.1.1 全球方便面产业概况

6.1.2 中国方便面行业发展历程

6.1.3 我国方便面行业现状剖析

6.1.4 我国方便面市场的发展特征

6.1.5 我国方便面市场的发展动向

6.2 河南方便面产业

6.2.1 河南方便面产业透视

6.2.2 河南方便面市场特征

6.2.3 河南方便面行业面临的挑战

6.2.4 开拓河南方便面市场的建议

6.3 方便面行业存在的问题及对策分析

6.3.1 中国方便面行业存在的四大问题

6.3.2 各大阵营方便面企业面临的问题及对策

6.3.3 方便面行业的发展出路探析

6.3.4 高成本时代方便面企业生存法则

6.3.5 方便面企业降低生产成本的途径

6.3.6 中小方便面企业发展战略探讨

6.4 方便面行业前景分析及预测

6.4.1 我国方便面市场展望

6.4.2 方便面行业的未来发展特点

6.4.3 我国方便面市场趋势预测

6.4.4 国内方便面行业未来发展策略探析

第七章 2012-2015年速冻食品行业发展分析

7.1 速冻食品行业分析

7.1.1 完整的产业链成速冻食品产业驱动力

7.1.2 国际速冻食品市场概况

7.1.3 世界速冻食品消费快速增长

- 7.1.4 中国速冻食品行业概况
- 7.1.5 我国速冻食品消费与贸易状况
- 7.1.6 中国速冻食品产业在调整与创新中平稳运行
- 7.2 速冻调理食品
 - 7.2.1 速冻调理食品产业发展强劲
 - 7.2.2 速冻米面食品市场格局分析
 - 7.2.3 速冻米面食品行业品牌差异化研究
 - 7.2.4 速冻调理食品短期发展难题
 - 7.2.5 速冻调理食品企业竞争优势与策略分析
 - 7.2.6 速冻调理食品企业创新建议
 - 7.2.7 速冻调理食品长期趋势和市场容量
- 7.3 速冻食品行业发展难题及对策
 - 7.3.1 速冻食品行业现存的问题
 - 7.3.2 速冻食品行业瓶颈与突破路径
 - 7.3.3 速冻食品产业发展的关键
 - 7.3.4 促进速冻食品工业发展的建议
- 7.4 速冻食品行业政策及标准
 - 7.4.1 国内外速冻食品标准化体系介绍
 - 7.4.2 《速冻面米制品》新国标解读
 - 7.4.3 北京市速冻食品标准制定新动态
- 7.5 速冻食品发展前景
 - 7.5.1 速冻食品市场走向
 - 7.5.2 速冻食品发展前景值得期待
 - 7.5.3 中国速冻食品行业存在数倍增长空间
 - 7.5.4 国内速冻食品行业预测
- 第八章 2012-2015年罐头食品行业发展分析
 - 8.1 2012-2015年罐头食品行业综合分析
 - 8.1.1 中国罐头行业发展现状
 - 8.1.2 中国罐头行业出口状况
 - 8.1.3 中国罐头行业区域分布状况
 - 8.1.4 中国罐头行业发展的机遇与优势
 - 8.2 2012-2015年罐头食品区域市场分析
 - 8.2.1 北京罐头食品市场消费需求分析
 - 8.2.2 绵阳市肉类罐头出口强劲增长
 - 8.2.3 连云港罐头食品成功开拓中亚市场

8.2.4 福州罐头出口状况简析

8.2.5 辽宁拟通过协会平台重振罐头工业

8.3 罐头包装发展状况解析

8.3.1 欧盟对罐头食品的包装要求

8.3.2 软罐头包装材料的特征简述

8.3.3 肉制罐头包装材料应用分析

8.3.4 中国罐头软硬包装须共同发展

8.4 中国罐头行业发展存在的问题与对策

8.4.1 中国罐头行业面临的挑战分析

8.4.2 制约我国罐头市场发展的因素

8.4.3 加快中国罐头行业发展的对策措施

8.4.4 我国罐头食品市场创新策略探索

8.4.5 中国罐头企业摆脱现实困境的对策建议

第九章 2012-2015年方便米饭市场发展分析

9.1 方便米饭市场概况

9.1.1 方便米饭市场主要品类介绍

9.1.2 方便米饭市场环境分析

9.1.3 方便米饭市场面临良好发展机遇

9.1.4 方便米饭市场前景

9.2 方便米饭市场格局

9.2.1 伊妹——市场领跑者

9.2.2 得益——从区域走向全国

9.2.3 大冢——在全国范围内迅速扩张

9.2.4 乐惠——区域市场稳扎稳打

9.2.5 三全——强势网络做后盾

9.2.6 今米房——技术和营销并重

9.2.7 北大荒发展成方便米饭生产基地

9.3 方便米饭行业发展难题及对策

9.3.1 方便米饭发展中的主要问题

9.3.2 方便米饭行业的发展出路

9.3.3 今米房以创新赢得更大市场空间

第十章 2012-2015年方便粉丝及米线行业发展分析

10.1 方便粉丝及米线行业概况

10.1.1 中国方便米线、粉丝行业发展近况

10.1.2 方便粉丝及米线市场优势分析

10.1.3 方便粉丝及米线行业制约因素

10.1.4 方便米线、粉丝的全国化与市场切割

10.2 方便粉丝行业分析

10.2.1 国内方便粉丝行业主要特征

10.2.2 食品企业角逐方便粉丝市场

10.2.3 方便粉丝市场难以乐观

10.2.4 方便粉丝的市场突围战略解析

10.2.5 方便粉丝商品分类调整引争议

10.3 方便米线

10.3.1 方便米线市场格局渐趋明朗

10.3.2 方便米线行业发展思考

10.3.3 方便米线行业坚守利润为第一要务

10.3.4 方便米线消费市场空间广阔

第十一章 2012-2015年方便食品行业竞争分析

11.1 方便面市场整体竞争状况

11.1.1 方便面市场的竞争格局

11.1.2 方便面行业的五力竞争模型分析

11.1.3 方便面市场竞争主体优劣势比较

11.1.4 方便面行业概念之争仍将持续

11.1.5 方便面行业竞争趋势

11.2 方便面品牌竞争动态

11.2.1 康师傅与统一决战高端方便面市场

11.2.2 统一与康师傅纷纷扩张产能

11.2.3 华龙今麦郎差异化形象击中康师傅要害

11.3 速冻食品市场竞争格局及态势

11.3.1 速冻食品竞争格局分析

11.3.2 速冻食品竞争延伸到农村市场

11.3.3 外资介入速冻食品行业推动竞争升级

11.4 方便粉丝及米线市场竞争格局

11.4.1 方便粉丝领先企业变中求胜

11.4.2 方便米线企业沉稳应战

11.4.3 跟进者瓜分现有市场

第十二章 2012-2015年方便食品行业营销分析

12.1 方便食品消费市场环境分析

12.1.1 我国食品行业消费特征

- 12.1.2 食品行业消费者心理浅析
- 12.1.3 食品行业消费者购买行为研究
- 12.1.4 食品消费状况对企业营销的启示
- 12.2 方便面市场营销思考
 - 12.2.1 方便面营销战略探究
 - 12.2.2 方便面企业市场定位及营销攻略
 - 12.2.3 方便面营销渠道优化对策
 - 12.2.4 中小方便面企业营销破局之道
- 12.3 速冻食品市场营销策略分析
 - 12.3.1 速冻食品行业主要品牌成功因素分析
 - 12.3.2 速冻食品重点营销手段探讨
 - 12.3.3 速冻食品企业营销破局之道
 - 12.3.4 速冻食品企业市场运作法则
 - 12.3.5 中小企业进军高端速冻市场需谨慎
- 12.4 方便粉丝企业营销谋胜之道
 - 12.4.1 方便粉丝企业市场运作思路
 - 12.4.2 方便粉丝企业应主动引导市场消费
 - 12.4.3 方便粉丝的营销策略探析
 - 12.4.4 白家粉丝产品突出健康主题
- 第十三章 方便食品行业营销案例分析
 - 13.1 康师傅营销案例解读
 - 13.1.1 康师傅塑造品牌的历程
 - 13.1.2 康师傅的渠道制胜谋略浅析
 - 13.1.3 康师傅方便面实行多品牌战略
 - 13.2 统一市场营销策略分析
 - 13.2.1 营销策略失误导致统一方便面业务连年下滑
 - 13.2.2 统一谋求破局之策
 - 13.2.3 统一方便面营销战略存在的问题剖析
 - 13.3 今麦郎品牌塑造及推广法则分析
 - 13.3.1 今麦郎成华龙品牌升级和战略转型的奇迹
 - 13.3.2 今麦郎方便面市场推广实现新突破
 - 13.3.3 今麦郎发动网络营销
 - 13.4 思念食品营销谋略探究
 - 13.4.1 思念品牌战略全解析
 - 13.4.2 思念品牌发展的4C策略

- 13.4.3 思念借力奥运营销实现品牌升级
- 13.4.4 思念金牌水饺推广实例
- 13.4.5 思念水饺着力提升品质
- 13.5 五谷道场市场营销战略诠释
 - 13.5.1 五谷道场战略与实力差距导致败局
 - 13.5.2 中粮五谷道场以“全产业链”姿态重返市场
 - 13.5.3 中粮五谷道场启动跨界营销
- 13.6 湾仔码头营销理念及策略解析
 - 13.6.1 湾仔码头速冻产品进军内地
 - 13.6.2 湾仔码头降价争夺早餐面点市场
 - 13.6.3 湾仔码头成立新工厂开拓北方市场
- 第十四章 2012-2015年方便食品行业重点企业分析
 - 14.1 康师傅控股有限公司
 - 14.1.1 公司简介
 - 14.1.2 1-12月康师傅经营状况分析
 - 14.1.3 2015年1-12月康师傅经营状况分析
 - 14.1.4 2014年1-6月康师傅经营状况分析
 - 14.2 统一企业股份有限公司
 - 14.2.1 公司概况
 - 14.2.2 1-12月统一企业中国经营状况分析
 - 14.2.3 2015年1-12月统一企业中国经营状况分析
 - 14.2.4 2014年1-6月统一企业中国经营状况分析
 - 14.3 郑州三全食品股份有限公司
 - 14.3.1 公司简介
 - 14.3.2 1-12月三全食品经营状况分析
 - 14.3.3 2015年1-12月三全食品经营状况分析
 - 14.3.4 2014年1-6月三全食品经营状况分析
 - 14.4 郑州思念食品股份有限公司
 - 14.4.1 公司简介
 - 14.4.2 思念食品经营状况
 - 14.4.3 2015年思念食品经营状况
 - 14.4.4 2014年上半年思念食品经营状况
 - 14.5 其他企业
 - 14.5.1 白象食品集团
 - 14.5.2 河南斯美特食品有限公司

14.5.3 中粮五谷道场食品有限公司

第十五章 方便食品行业发展前景分析

15.1 中国方便食品行业前景预测

15.1.1 我国方便食品行业展望

15.1.2 方便食品存在广阔发展空间

15.1.3 2016-2022年中国方便食品制造行业预测分析

15.2 方便食品行业发展趋势

15.2.1 方便食品未来发展方向

15.2.2 方便食品酝酿新变革

15.2.3 方便食品市场差异化与特色化趋势

附录

附录一：中华人民共和国食品安全法

附录二：方便食品生产许可证审查细则（2006版）

附录三：食品安全国家标准《速冻面米制品》（GB 19295-2011）

附录四：速冻面米食品行业标准

附录五：出口速冻方便食品生产企业注册卫生规范

图表目录：（部分）

图表 食品工业总产值平均年增长速度

图表 食品工业产品贸易比较

图表 主要食品工业产品产量对比

图表 食品工业重点行业2010年工业总产值比2005年增长百分率

图表 全国工业与食品工业增加值增长速度

图表 按大类行业分的食品工业主要经济指标

图表 食品出厂价格和食品消费价格月度涨幅情况

图表 2014-2015年方便食品制造业销售收入

图表 2013-2015年方便食品制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2015年12月方便食品制造业不同规模企业销售额

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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/246388246388.html>