

2008年中国饼干行业研究咨询报告

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《2008年中国饼干行业研究咨询报告》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/fangzhi/2850928509.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

【英文版价】15000元【英文电子】16000元【交付方式】EMS特快专递 内容简介2008-2010年，随着经济的快速发展、城市化进程的加快以及全国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也随之改变。这将给我国饼干行业的进一步发展带来挑战和机遇。我国焙烤食品市场空间广阔，从饼干人均年消费量来看，目前我国的人均消费饼干量约为3千克左右，但与发达国家相比还有很大差距，发达国家饼干的人均年消费量为25-35千克，中等发达国家也有12-18千克。可见，我国饼干市场的潜力十分巨大。为了更好地引导中国饼干行业的发展，同时更好地适应国内外贸易市场的需要，保护消费者的合法权益，我国将13项饼干系列行业标准整合为国家标准，整合后的新标准于2008年5月1日起正式实施。2008年及未来几年我国饼干行业规模将不断扩大，但与其他饼干类似品及替代品的市场竞争将更加激烈。而从目前国内经济情况看，“十一五”期间我国经济仍将持续增长，国民生产总值仍将保持8%左右的增长速度上。在这样高的经济增长速度带动下，中国饼干市场的发展潜力应该仍然很大，发展空间也非常广阔。今后随着社会经济的发展，人民生活水平的提高，对饼干的市场需求量仍将会呈增长趋势。2008年及未来几年，高中低档饼干产品并存的格局仍将延续，但产品结构将会发生较大变化，低档产品所占比例会逐年降低。由于我国地域辽阔，地区经济发展不均衡，贫富差距还在不断加大，消费水平也相差较大，所以今后3-5年间，饼干食品将会呈现中高档和低档产品一起发展的格局，但中高档产品比例会逐渐增加，低档产品比例会相对下降，但仍将占有较大市场，以适应城乡不同收入居民阶层的不同需要。2008年及未来几年，饼干行业的组织结构将会产生较大的变化，大企业并购中小型饼干企业的趋势会加速。随着饼干市场的激烈竞争，今后将会有一大批规模小、设备简陋、质量差的饼干企业被迫重组或被淘汰，而外资企业和民营企业，特别是规模较大、产品深受市场欢迎、经济效益好的外资企业，由于设备先进，品牌知名，资金雄厚，广告宣传攻势强大，营销策略到位，将会在竞争中发展。各品牌为争夺市场中的一席之地，竞争将会更加激烈。虽然饼干销售的集中度将会增大，但也不会出现极少数厂家独霸市场的局面。未来2-3年，市场将在不断动荡中进一步得到整合，逐步趋于有序发展。但由于近年来品牌消费已越来越为消费者所接受，饼干企业品牌影响力的高低对销售量的影响会日趋明显，因此在高端市场品牌高度集中已成定局。2008年及未来几年，饼干品质会不断提高，安全、营养、功能、时尚是未来饼干产品的发展主流。总之，创新是永恒的主题，只有不断创新才能在竞争中求生存，谋发展，而对饼干行业来说，在现有主流饼干概念中间创新突破确实很难，因此，在国内饼干行业发展的关键时期，必须重视与国外同行的交流学习，了解国际饼干行业的最新发展动态，了解国际知名品牌产品的先进生产设备、生产技术，重视技术积累与人才的培养，与时俱进，高瞻远瞩，求真务实，迅速发展壮大，才能在将来的激烈竞争中立于不败之地。本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海

关总署、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告从饼干行业发展情况、相关产业发展状况、消费市场发展状况、行业内主要企业发展情况以及饼干行业未来发展趋势、投资策略等多方面深度剖析，全面展示饼干行业现状，揭示饼干的市场潜在需求与潜在机会，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，具有极高的参考价值。

目录CONTENTS

第一部分 行业现状分析

第一章 2008年饼干产业宏观环境

1.1 政策环境

1.1.1 2008年5月起饼干新国家标准实施

1.1.2 “十一五”食品工业发展基本思路与方向

1.2 经济环境

1.2.1 2007年我国宏观经济发展分析

1.2.2 2008年一季度我国宏观经济发展分析

1.2.3 2008年我国城镇居民人均收入分析

第二章 饼干行业发展分析

2.1 饼干市场发展分析

2.1.1 行业发展特点

2.1.2 2007年我国饼干行业发展分析

2.1.3 中国饼干市场现状分析

2.2 饼干市场现状分析

2.2.1 2008年饼干成为休闲食品新焦点

2.2.2 休闲饼干市场分析

2.2.3 我国饼干市场将逐步趋于有序发展

第三章 2007-2008年饼干行业经济运行分析

3.1 2007-2008年饼干分地区产量分析

3.1.1 2007年饼干产量分析

3.1.2 2008年饼干产量分析

3.2 2007-2008年饼干行业主要经济指标分析

3.2.1 销售收入前十家企业分析

3.2.2 2008年饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标分析

3.3 2007-2008年饼干行业进出口分析

3.3.1 2007-2008年谷物粉、乳的制品和饼干进口分析

3.3.2 2007-2008年谷物粉、乳的制品和饼干出口分析

第四章 相关产业分析

4.1 食品包装业

4.1.1 食品包装业发展前景

4.1.2 食品包装市场准入制度加快推进

4.1.3 食品包装的未来需求

4.1.4 纸包装在食品业中发展空间广阔

4.1.5 积极包装是食品包装业未来发展趋势

4.1.6 食品包装业发展趋势

4.2 小麦面粉市场

4.2.1 2007-2008年小麦粉产品产量分析

4.2.2 2007年国内小麦市场分析

4.2.3 我国小麦面粉市场总体特点分析

4.2.4 退税政策调整对小麦面粉行业的影响

4.3 制糖业

4.3.1 2007年中国制糖业十强企业排名榜

4.3.2 2007-2008年制糖行业销售收入前十家企业

4.3.3 2008年我国将成为进口食糖大国

4.4 食品添加剂市场

4.4.1 中国食品添加剂市场的现状及发展方向

4.4.2 国内食品添加剂行业发展瓶颈

4.4.3 2008年6月食品添加剂实施新标准

4.4.4 食品添加剂发展趋势

4.4.5 国际食品添加剂市场发展趋势

第二部分 行业消费人群及品牌分析

第五章 饼干食品消费者市场分析

5.1 饼干食品消费人群状况

5.1.1 饼干消费群体分类

5.1.2 饼干不同消费群体占有率

5.1.3 饼干不同消费群体背景特征

5.2 饼干食品重度消费人群状况

5.2.1 重度消费群体性别与年龄特征

5.2.2 重度消费群体职业特征

5.2.3 重度消费群体生活形态特征

消费者饼干食品认知	151一、休闲食品的消费认知	151二、饼干食品的特点认知
152三、饼干食品的营养认知		153四、饼干食品的档次认知
154五、饼干食品与消费者关系认知	155第四节	饼干食品与消费需求的差距
155一、消费者对饼干块的不满与期望	156二、消费者对饼干口味的不满与期望	
156三、消费者对饼干内包装的不满与期望	157四、消费者对饼干外包装的不满与期望	
157第六章 市场饼干消费品牌格局	158第一节 市场总体格局	158一、品牌回忆率
158二、品牌知晓度	159三、品牌格局	160第二节 各城市市场格局
161一、武汉饼干市场品牌回忆率及知晓度		161二、武汉饼干市场品牌格局
162三、长沙饼干市场品牌回忆率及知晓度		163四、长沙饼干市场品牌格局
164五、长沙消费者最喜欢的品牌	165六、武汉消费者最喜欢的品牌	166第七章
主要竞争品牌调查	168第一节	消费者最喜欢的饼干品牌
168一、2007年十大饼干品牌排行榜		168二、外来品牌占主导我国饼干市场
168三、饼干新锐品牌发展强劲		169四、消费者最喜欢的饼干品牌种类
172五、消费者最喜欢的饼干品牌的档次	173六、从品牌与价格看市场品牌的档次格局	
174第二节 主要饼干品牌的形象与个性		174一、消费者饼干品牌个性偏好
174二、不同人群品牌个性偏好	175三、主要饼干品牌的个性特征	176第三节
主要饼干品牌的表现与运作	178一、主要运作手段	179二、主要品牌成功经验
180第四节		
五城市高校学生焙烤品牌态度调查分析	181一、市场规模	183二、消费行为
184三、品牌认知	187四、品牌态度分析	190五、品牌形象比较
192第八章		
消费者饼干消费驱动力调查	196第一节	饼干食品的消费驱动力
196一、消费者购买饼干关注因素	196二、消费者饼干消费的满意度	197三、竞争机会分析
197第二节 饼干新品的购买驱动力		199一、吸引消费者购买新产品的因素
199二、消费者尝试新品的四大要素	201第九章 饼干食品基本消费行为研究	202第一节
饼干食品的消费动机调查	202一、消费者食用饼干的时间	202二、消费者购买饼干的用途
202第二节 饼干食品的消费行为调查		203一、消费者品牌选择行为
203二、消费者饼干消费的种类		204三、消费者喜欢的饼干产品附加物
205四、消费者喜欢的饼干口味		205五、消费者喜欢的饼干规格
206六、不同消费者喜欢的饼干规格		207七、消费者喜欢的饼干包装形式
208八、不同年龄消费者喜欢的饼干包装形式		209九、消费者喜欢的饼干包装风格
209十、消费者喜欢的饼干同食物品		210十一、消费者的饼干价格偏好
211十二、消费者不同规格饼干的价格偏好	211十三、消费者不同包装饼干的价格偏好	
212十四、消费者饼干购买的渠道偏好	213十五、消费者饼干食品的信息渠道偏好	
213十六、消费者饼干食品的促销形式偏好	214第三部分 行业竞争格局分析	第十章
饼干市场竞争分析	217第一节 竞争现状分析	217一、主要产区分布相对集中
217二、饼干行业的同质化竞争分析	217三、卡夫收购达能饼干业务	218第二节

竞争格局分析	218一、全国行业竞争格局	218二、中国饼干业竞争呈白热化状态
220三、行业竞争趋势	222第三节	康师傅纳贝斯克达能比较分析
223一、康师傅、达能、纳贝斯科不同品类的重要性		
223二、康师傅/纳贝斯克/达能地区分布比较		
225三、康师傅/纳贝斯克/达能各地现代通路销量份额		
226四、康师傅/纳贝斯克/达能在各地铺货率比较		
227五、康师傅/纳贝斯克/达能在各地铺货效率比较		
228六、康师傅/纳贝斯克/达能在各地加权铺货率比较		
228七、全国现代通路康师傅/纳贝斯克/达能包装比较		
229八、全国康师傅/达能/纳贝斯克夹心主要品牌份额		
230九、康师傅夹心主要品牌在各大区销量份额趋势		
230十、上海超市/卖场/百货夹心饼干情况		
232十一、顶新在各地现代通路数值铺货率比较	235第十一章	行业重点企业分析
236第一节 卡夫食品有限公司	236一、企业概况	236二、企业在大中华区品牌
237三、卡夫的物流策略	240四、2008年卡夫经营情况	244第二节 法国达能集团
244一、企业概况	244二、达能在中国的品牌之路	245第三节 顶新集团——康师傅
249一、企业概况	249二、2007年企业经营情况	252三、康师傅饼干的差异化营销策略
252第四节 旺旺集团	256一、企业概况	256二、旺旺新品营销策略分析
258三、企业动态		
261第五节 广东嘉士利集团股份有限公司	263第六节	青岛食品股份有限公司
264一、企业概况	264二、企业技术发展情况	265第七节 达利集团
267一、企业概况	267二、达利市场营销策略	268三、企业动态
271第八节 徐福记国际集团	272一、企业概况	
272二、徐福记的终端直营分析	273第四部分	发展策略及趋势分析
饼干市场发展策略	277第一节	中小型饼干企业未来的发展之路
277一、战略根据地市场的打造		277二、人才梯队的培育和建设
278三、区域性产品的开发和标志性产品的打造	278第二节	饼干业发展策略
279一、竞争要讲求策略	280二、要有新的增长点	281三、关键是找准自身特色
282第三节		
中国二线品牌饼干企业发展策略	282一、中国二线品牌饼干企业发展环境	
282二、中国二线品牌饼干企业发展策略	284第十三章	饼干市场发展趋势
287第一节		
饼干市场发展机会分析	287一、饼干食品可延展空间大	287二、饼干食品细分空间大
287三、策略差异化存在空间	289四、饼干市场投资分析	290第二节 饼干市场发展趋势
291一、我国饼干市场发展潜力分析		291二、功能型饼干走红
294三、未来几年饼干行业发展趋势	299图表目录	图表：2007年我国GDP增长11.4%
9图表：2007年我国农业生产稳定发展		
9图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%		
10图表：2007年我国CPI上涨4.8%		10图表：2007年各月CPI指数

- 11图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多
- 11图表：2007年我国货币供应量增长较快
- 12图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高
- 12图表：2007年我国固定资产投资快速增长
- 13图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高
- 13图表：2007年各月消费者信心指数
- 14图表：2007年1季度-2008年1季度我国GDP变化情况
- 18图表：2007年7月-2008年3月我国居民消费价格指数变化
- 18图表：2008年1季度我国GDP增长变化
- 19图表：人们最常食用饼干的场合
- 25图表：最常食用的饼干种类
- 25图表：2007年2-12月饼干产量全国合计
- 30图表：2007年2-12月饼干产量北京市合计
- 30图表：2007年2-12月饼干产量天津市合计
- 31图表：2007年2-12月饼干产量河北省合计
- 31图表：2007年2-12月饼干产量辽宁省合计
- 31图表：2007年2-12月饼干产量吉林省合计
- 32图表：2007年2-12月饼干产量黑龙江省合计
- 32图表：2007年2-12月饼干产量上海市合计
- 33图表：2007年2-12月饼干产量江苏省合计
- 33图表：2007年2-12月饼干产量安徽省合计
- 34图表：2007年2-12月饼干产量福建省合计
- 34图表：2007年2-12月饼干产量江西省合计
- 35图表：2007年2-12月饼干产量山东省合计
- 35图表：2007年2-12月饼干产量河南省合计
- 35图表：2007年2-12月饼干产量湖北省合计
- 36图表：2007年2-12月饼干产量湖南省合计
- 36图表：2007年2-12月饼干产量广东省合计
- 37图表：2007年2-12月饼干产量广西区合计
- 37图表：2007年2-12月饼干产量四川省合计
- 37图表：2007年2-12月饼干产量云南省合计
- 38图表：2007年2-12月饼干产量陕西省合计
- 38图表：2007年2-12月饼干产量内蒙古合计
- 39图表：2008年2-3月饼干产量全国合计
- 39图表：2008年2-3月饼干产量北京市合计
- 39图表：2008年2-3月饼干产量河北省合计
- 40图表：2008年2-3月饼干产量辽宁省合计
- 40图表：2008年2-3月饼干产量吉林省合计
- 40图表：2008年2-3月饼干产量上海市合计
- 40图表：2008年2-3月饼干产量江苏省合计
- 40图表：2008年2-3月饼干产量安徽省合计
- 40图表：2008年2-3月饼干产量浙江省合计
- 41图表：2008年2-3月饼干产量福建省合计
- 41图表：2008年2-3月饼干产量江西省合计
- 41图表：2008年2-3月饼干产量山东省合计
- 41图表：2008年2-3月饼干产量河南省合计
- 41图表：2008年2-3月饼干产量湖北省合计
- 41图表：2008年2-3月饼干产量湖南省合计
- 42图表：2008年2-3月饼干产量广东省合计
- 42图表：2008年2-3月饼干产量广西区合计
- 42图表：2008年2-3月饼干产量海南省合计
- 42图表：2008年2-3月饼干产量四川省合计
- 42图表：2008年2-3月饼干产量云南省合计
- 42图表：2008年2-3月饼干产量陕西省合计
- 43图表：2008年2-3月饼干产量内蒙古合计
- 43图表：2007年2月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业
- 43图表：2007年5月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业

44图表：2007年8月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业

44图表：2007年11月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业

44图表：2008年2月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业

45图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标全国合计

45图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标北京市合计

47图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标天津市合计

48图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标河北省合计

50图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标山西省合计

51图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标内蒙古合计

53图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标辽宁省合计

54图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标吉林省合计

56图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标黑龙江合计

57图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标上海市合计

59图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标江苏省合计

60图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标浙江省合计

62图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标安徽省合计

63图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标福建省合计

65图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标江西省合计

66图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标山东省合计

68图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标河南省合计

69图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标湖北省合计

71图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标湖南省合计

72图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标广东省合计

74图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标广西区合计

75图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标海南省合计

77图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标重庆市合计

78图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标四川省合计

80图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标贵州省合计

81图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标云南省合计

83图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标陕西省合计

84图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标甘肃省合计

86图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标新疆区合计

87图表：2007年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

89图表：2007年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

89图表：2007年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

89图表：2007年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

90图表：2007年4月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

90图表：2007年5月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

90图表：2007年6月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

91图表：2007年2季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

91图表：2007年7月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

91图表：2007年8月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

92图表：2007年9月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

92图表：2007年3季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

92图表：2007年10月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

93图表：2007年11月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

93图表：2007年12月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

93图表：2007年4季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

94图表：2008年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

94图表：2008年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

94图表：2008年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

95图表：2008年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据

95图表：2007年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

95图表：2007年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

96图表：2007年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

96图表：2007年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

96图表：2007年4月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

97图表：2007年5月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

97图表：2007年6月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

97图表：2007年2季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

98图表：2007年7月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

98图表：2007年8月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

98图表：2007年9月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

99图表：2007年3季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

99图表：2007年10月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

99图表：2007年11月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

100图表：2007年12月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

100图表：2007年4季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

100图表：2008年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

101图表：2008年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

101图表：2008年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

101图表：2008年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据

102图表：2007年2-12月小麦粉产品产量全国合计

111图表：2007年2-12月小麦粉产品产量北京市合计

111图表：2007年2-12月小麦粉产品产量天津市合计

112图表：2007年2-12月小麦粉产品产量山西省合计

112图表：2007年2-12月小麦粉产品产量河北省合计

112图表：2007年2-12月小麦粉产品产量辽宁省合计

113图表：2007年2-12月小麦粉产品产量吉林省合计

113图表：2007年2-12月小麦粉产品产量黑龙江合计

114图表：2007年2-12月小麦粉产品产量上海市合计

114图表：2007年2-12月小麦粉产品产量江苏省合计

114图表：2007年2-12月小麦粉产品产量浙江省合计

115图表：2007年2-12月小麦粉产品产量安徽省合计

115图表：2007年2-12月小麦粉产品产量福建省合计

116图表：2007年2-12月小麦粉产品产量山东省合计

116图表：2007年2-12月小麦粉产品产量河南省合计

116图表：2007年2-12月小麦粉产品产量湖北省合计

117图表：2007年2-12月小麦粉产品产量湖南省合计

117图表：2007年2-12月小麦粉产品产量广东省合计

118图表：2007年2-12月小麦粉产品产量广西区合计

118图表：2007年2-12月小麦粉产品产量重庆市合计

118图表：2007年2-12月小麦粉产品产量四川省合计

119图表：2007年2-12月小麦粉产品产量贵州省合计

119图表：2007年2-12月小麦粉产品产量云南省合计

120图表：2007年2-12月小麦粉产品产量陕西省合计

120图表：2007年2-12月小麦粉产品产量甘肃省合计

120图表：2007年2-12月小麦粉产品产量新疆区合计

121图表：2007年2-12月小麦粉产品产量宁夏区合计

121图表：2007年2-12月小麦粉产品产量内蒙古合计

122图表：2008年2-3月小麦粉产品产量全国合计

122图表：2008年2-3月小麦粉产品产量北京市合计

122图表：2008年2-3月小麦粉产品产量天津市合计

122图表：2008年2-3月小麦粉产品产量河北省合计

123图表：2008年2-3月小麦粉产品产量山西省合计

- 123图表：2008年2-3月小麦粉产品产量辽宁省合计
- 123图表：2008年2-3月小麦粉产品产量吉林省合计
- 123图表：2008年2-3月小麦粉产品产量黑龙江合计
- 123图表：2008年2-3月小麦粉产品产量上海市合计
- 123图表：2008年2-3月小麦粉产品产量江苏省合计
- 124图表：2008年2-3月小麦粉产品产量浙江省合计
- 124图表：2008年2-3月小麦粉产品产量安徽省合计
- 124图表：2008年2-3月小麦粉产品产量福建省合计
- 124图表：2008年2-3月小麦粉产品产量山东省合计
- 124图表：2008年2-3月小麦粉产品产量河南省合计
- 124图表：2008年2-3月小麦粉产品产量湖北省合计
- 125图表：2008年2-3月小麦粉产品产量湖南省合计
- 125图表：2008年2-3月小麦粉产品产量广东省合计
- 125图表：2008年2-3月小麦粉产品产量广西区合计
- 125图表：2008年2-3月小麦粉产品产量重庆市合计
- 125图表：2008年2-3月小麦粉产品产量四川省合计
- 125图表：2008年2-3月小麦粉产品产量贵州省合计
- 126图表：2008年2-3月小麦粉产品产量云南省合计
- 126图表：2008年2-3月小麦粉产品产量陕西省合计
- 126图表：2008年2-3月小麦粉产品产量甘肃省合计
- 126图表：2008年2-3月小麦粉产品产量新疆区合计
- 126图表：2008年2-3月小麦粉产品产量宁夏区合计
- 126图表：2008年2-3月小麦粉产品产量内蒙古合计
- 127图表：2007年中国制糖业十强企业排名榜
- 131图表：2007年2月制糖行业销售收入前十家企业
- 131图表：2007年5月制糖行业销售收入前十家企业
- 132图表：2007年8月制糖行业销售收入前十家企业
- 132图表：2007年11月制糖行业销售收入前十家企业
- 133图表：2008年2月制糖行业销售收入前十家企业
- 133图表：2008年1-2月制糖行业主要经济指标全国合计
- 133图表：饼干消费群体分类
- 145图表：饼干不同消费群体占有率
- 147图表：饼干不同消费群体背景特征
- 148图表：饼干重度消费群体性别与年龄特征
- 149图表：饼干重度消费群体职业特征
- 150图表：饼干重度消费群体生活形态特征
- 151图表：休闲食品的消费认知
- 152图表：饼干食品具备的三大特点
- 153图表：饼干食品的营养认知
- 154图表：饼干食品的档次认知
- 154图表：人类的需求从低到高的五个层次

- 155图表：饼干食品与消费者关系认知 155图表：消费者对饼干块的不满与期望
- 156图表：消费者对饼干口味的不满与期望 156图表：消费者对饼干内包装的不满与期望
- 157图表：消费者对饼干外包装的不满与期望 157图表：饼干品牌回忆率
- 159图表：饼干品牌知晓度 160图表：饼干品牌格局矩阵分析图
- 161图表：武汉饼干市场品牌回忆率及知晓度 162图表：武汉饼干市场品牌格局矩阵分析图
- 163图表：长沙饼干市场品牌回忆率及知晓度 164图表：长沙饼干市场品牌格局矩阵分析图
- 165图表：长沙消费者最喜欢的饼干品牌 166图表：武汉消费者最喜欢的饼干品牌
- 167图表：2007年十大饼干品牌排行榜 168图表：消费者最喜欢的饼干品牌的主要种类
- 173图表：消费者最喜欢的饼干品牌的档次
- 173图表：从品牌与价格看市场品牌的档次格局图 174图表：消费者饼干品牌个性偏好
- 175图表：不同人群品牌个性偏好 176图表：达能饼干品牌的个性特征
- 176图表：康师傅饼干品牌的个性特征 176图表：太平饼干品牌的个性特征
- 177图表：奥利奥饼干品牌的个性特征 177图表：嘉士利饼干品牌的个性特征
- 177图表：达利饼干品牌的个性特征 178图表：旺旺饼干品牌的个性特征
- 178图表：主要饼干品牌的主要运作手段图（1）
- 179图表：主要饼干品牌的主要运作手段图（2） 179图表：达能饼干--产品创新策略图
- 180图表：康师傅饼干--差异化运作策略图 180图表：达利食品策略图
- 181图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌态度调研实际样本量
- 182图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌态度调研样本男女比例
- 182图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌态度调研样本平均年龄
- 183图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌态度调研涉及品牌
- 183图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌市场规模
- 184图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买频次
- 184图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买周期
- 185图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买影响因素
- 185图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买产品类型
- 186图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买价格
- 186图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买地点
- 187图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌未提示第一提及率
- 187图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌未提示累计提及率
- 188图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌未提示加权提及率
- 189图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌提示后累计提及率
- 189图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌渗透率
- 190图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌喜爱度
- 191图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌预购率

- 191图表：五城市高校学生对饼干/派/糕点品牌所属企业国际化程度判断
- 192图表：五城市高校学生对饼干/派/糕点品牌所属企业创新精神评价
- 193图表：五城市高校学生对饼干/派/糕点品牌产品营养评价
- 193图表：各饼干/派/糕点品牌产品在五城市高校学生中口碑情况
- 194图表：各饼干/派/糕点品牌产品的五城市高校学生消费者浪漫程度
- 195图表：各饼干/派/糕点品牌产品的五城市高校学生消费者个性情况
- 195图表：消费者购买/食用饼干关注因素
- 196图表：消费者饼干消费的满意度
- 197图表：品牌重要度分析图
- 198图表：饼干竞争机会分析结果导出图
- 198图表：竞争机会分析结果结论
- 199图表：吸引消费者购买新产品的因素
- 200图表：消费者对购买新产品的叙述（1）
- 200图表：消费者对购买新产品的叙述（2）
- 201图表：消费者尝试新品的四大要素
- 201图表：消费者食用饼干的时间
- 202图表：消费者购买饼干的用途
- 203图表：消费者饼干品牌选择行为
- 204图表：消费者饼干消费的种类
- 204图表：消费者喜欢的饼干产品附加物比例图
- 205图表：消费者喜欢的饼干口味比例图
- 206图表：消费者喜欢的饼干规格对比图
- 207图表：不同消费者喜欢的饼干规格对比图
- 208图表：消费者喜欢的饼干包装形式对比图
- 208图表：不同年龄消费者喜欢的饼干包装形式对比图
- 209图表：消费者喜欢的饼干包装风格对比图
- 210图表：消费者喜欢的饼干同食物品比例图
- 210图表：消费者的饼干价格偏好比例图
- 211图表：消费者不同规格饼干的价格偏好图
- 212图表：消费者不同包装饼干的价格偏好
- 213图表：消费者饼干购买的渠道偏好比例图
- 213图表：消费者饼干食品的信息渠道偏好比例图
- 214图表：消费者饼干食品的促销形式偏好比例图
- 215图表：全国康师傅、达能、纳贝斯科所占市场销售量份额
- 223图表：全国康师傅不同品类销量重要性变化趋势
- 224图表：全国达能不同品类销量重要性变化趋势
- 224图表：全国纳贝斯克不同品类销量重要性变化趋势
- 225图表：康师傅/纳贝斯克/达能地区分布比较（1）
- 225图表：康师傅/纳贝斯克/达能地区分布比较（2）
- 226图表：康师傅/纳贝斯克/达能各地现代通路销量份额
- 227图表：康师傅/纳贝斯克/达能在各地铺货率比较
- 227图表：康师傅/纳贝斯克/达能在各地铺货效率比较
- 228图表：康师傅/纳贝斯克/达能在各地加权铺货率比较
- 229图表：全国现代通路康师傅/纳贝斯克/达能包装比较
- 229图表：全国康师傅/达能/纳贝斯克夹心主要品牌份额
- 230图表：康师傅夹心主要品牌在各大区销量份额趋势
- 231图表：杭州辖区夹心主要品牌销量份额趋势

231图表：上海超市/卖场/百货夹心主要品牌销量份额

232图表：上海超市/卖场/百货夹心主要品牌加权铺货率

233图表：上海超市/卖场/百货夹心主要品牌零售商支持

233图表：上海超市/卖场/百货达能鸳鸯夹心主要包装

234图表：上海超市/卖场/百货康师傅3

2主要包装

234图表：2007年康师傅控股有限公司销售网络

251图表：2003-2007年康师傅控股有限公司经营概况

252图表：旺旺集团在中国主要省市设立的销售网点

257图表：广东嘉士利集团股份有限公司国内销售区域

264图表：达利集团业务销售网络

268图表：饼干食品可延展空间图

287图表：饼干食品按人群细分空间

288图表：饼干食品按产品细分空间（1） 288图表：饼干食品按产品细分空间（2） 289

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2850928509.html>