



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国膨化食品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国膨化食品市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/277934.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

膨化食品是六十年代末出现的一种新型食品，国外又称挤压食品、喷爆食品、轻便食品等。它以含水份较少的谷类、薯类、豆类等作为主要原料，它们经过加压、加热处理后使原料本身的体积膨胀，内部的组织结构亦发生了变化，经加工、成型后而制成。由于这类食品的组织结构多孔蓬松，口感香脆、酥甜，具有一定的营养价值，很惹孩子们的喜爱。

膨化食品是近些年国际上发展起来的一种新型食品。它以谷物、豆类、薯类、蔬菜等为原料，经膨化设备的加工，制造出品

种繁多，外形精巧，营养丰富，酥脆香美的食品。因此，独具一格地形成了食品的一大类。由于生产这种膨化食品的设备结构简单，操作容易，设备投资少，收益快，所以发展得非常迅速，并表现出了极大的生命力。但是不能多吃

种类：

根据产品的不同，膨化食品有以下三种类型：一是以玉米和薯类为原料生产的休闲小食品；二是以植物蛋白为原料生产组织状蛋白食品(植物肉)；三是以谷物、豆类或薯类为原料，经膨化后制成的主食。1.主食类：烧饼、面包、馒头、煎饼等。

2.油茶类：膨化面茶。

3.军用食品：压缩饼干。

4.小食

品类：米花糖、凉糕、爆米花等。

5.冷食类：冰糕、冰棍的填充料。

上述食品中，有些品种如膨化面茶、印糕、压缩饼干等全部是用膨化粗粮制成的；有些品种只掺入一定比例的膨化粗粮。

膨化技术虽属于物理加工技术，但却具有本身的特点。膨化不仅可以改变原料的外形、状态，而且改变了原料中的分子结构和性质，并形成了某些新的物质。

现代营养学的观点主张平衡膳食，认为任何一种食品都不可偏废，任何一种食品的量又不是多多益善。就膨化食品而言，由于它多为油炸食品，经加压、加热等工艺后使食物本身的体积扩大了数倍，鉴于其为方便快捷食品，所以食品中糖、盐、味精的含量相对其它食品的量就比较多一些，而其他有益营养素

薯片-人们喜爱的膨化食品之一

的含量则甚少，如长期摄入不但会影响到孩子的食欲，而且食品中过量的调味品对人体也会产生一定的危害性。

技术优点

营养成分的保存率和消化率高

富含蛋白质的植物原料经高温短时间的挤压膨化，蛋白质彻底变性，组织结构变成多孔状，有利于同人体消化酶的接触，从而使蛋白质的利用率和可消化率提高；产品不易产生回生现象。谷物食品在保存的过程中，回生是经常遇到的问题，由于回生，产品的口感变得粗糙，消化率也大大下降。

赋予制品较好的营养价值和功能特性

采用挤压技术加工以谷物为原料的食品时，加入氨基酸、蛋白质、维生素、矿物质、食用色素和香味料等添加剂可均匀地分配在挤压物中，并不可逆地与挤压物相结合，可达到强化食品的目的。由于挤压膨化是在高温瞬时进行操作的，故营养物质的损失小。[2]

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家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：

第一部分 中国膨化食品产业市场篇

第一章 中国膨化食品产业链整体分析

第一节 膨化食品产业价值链分析

- 一、产业价值链的构成
 - 二、产业链条的竞争优势与劣势分析
- #### 第二节 膨化食品产业结构发展预测
- 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析
 - 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
 - 三、中国膨化食品行业参与国际竞争的战略市场定位

第二章 中国膨化食品产品生产市场研究

第一节 2011-2015年中国膨化食品产品生产规模调查

- 二、膨化食品行业市场饱和度
 - 三、影响膨化食品行业市场规模的因素
- ### 第二节 中国膨化食品产品生产结构调查

- 一、中国膨化食品产品生产结构的影响因素
- 二、中国膨化食品生产结构调整调查
- 三、中国膨化食品生产结构调整方向
- 第三节 2016-2022年中国膨化食品产品产量预测
 - 一、2016-2022年中国膨化食品产量变化趋势
 - 二、2016-2022年中国膨化食品产量变化的影响因素
- 第四节 膨化食品的市场特征

第三章 中国膨化食品产品市场研究

- 第一节 中国膨化食品产品分类标准
- 第二节 中国膨化食品产品细分市场研究（按主要原料分类）
 - 一、以土豆原料膨化食品（薯片、薯条等）
 - 1、产品市场规模
 - 2、排名前三的品牌
 - 1 乐事
 - 2 品客
 - 3 艾比利薯片
 - 二、以大米为原料的膨化食品（雪饼米果等）
 - 三、其他谷物为原料的膨化食品
 - 四、豆类为原料的膨化食品
 - 五、其他（蛋白质、虾、肉等）
- 第三节 中国膨化食品产品价格分析
 - 一、价格形成机制分析
 - 二、膨化食品产品品牌平均价格趋势分析
 - 三、中国膨化食品产品品牌价格走势预测
- 第四节 中国膨化食品产品价格影响因素分析
 - 一、消费税调整对膨化食品产品品牌价格的影响
 - 二、零售环境的变化对膨化食品产品品牌价格的影响

第四章 中国膨化食品消费市场分析

- 第一节 中国膨化食品产品品牌市场消费结构
 - 一、产品品牌市场消费结构

二、产品品牌市场消费结构的影响因素（口味、包装等）

第二节 中国膨化食品产品品牌市场消费特点

第三节 影响中国膨化食品产品品牌市场消费因素

第五章 中国膨化食品行业重点品牌企业经营策略

第一节 乐事

一、膨化食品产品分析

二、产品渠道建设与管理分析

三、产品渠道利润分析

四、市场应对策略及变动分析

第二节 上好佳

一、膨化食品产品分析

二、产品渠道建设与管理分析

三、产品渠道利润分析

四、市场应对策略及变动分析

第三节 旺旺

一、膨化食品产品分析

二、产品渠道建设与管理分析

三、产品渠道利润分析

四、市场应对策略及变动分析

第四节 好丽友

一、膨化食品产品分析

二、产品渠道建设与管理分析

三、产品渠道利润分析

四、市场应对策略及变动分析

第五节 艾比利薯片

一、膨化食品产品分析

二、产品渠道建设与管理分析

三、产品渠道利润分析

四、市场应对策略及变动分析

第二部分 中国膨化食品消费市场篇

第六章 中国膨化食品消费者调研结果

第一节 膨化食品消费者认知程度分析

第二节 中国膨化食品消费者需求特点

第三节 不同属类膨化食品领域消费者认知度和偏好调研

一、薯类膨化食品

二、米类膨化食品

三、谷物膨化食品

四、虾粉等动物蛋白膨化食品

第三节 不同口味膨化食品领域消费者认知度和偏好调研

一、原味

二、香葱味

三、海鲜味

四、…….

第三节 不同包装膨化食品领域消费者认知度和偏好调研

一、灌装

二、袋装

三、……

第七章 中国膨化食品终端消费者购买行为研究

第一节 膨化食品消费者购买行为分析

一、膨化食品消费者心理特点

二、膨化食品消费者购买行为的共性分析

第二节 膨化食品消费者结构分析

一、消费者年龄结构

二、消费者性别

二、消费者地区结构

三、消费者学历结构

第三节 膨化食品用户选择影响因素分析

第四节 膨化食品品牌认知度分析

第五节 膨化食品购买渠道调研分析

第六节 膨化食品信息认知渠道分析

第八章 膨化食品不同消费群体研究

第一节 膨化食品不同消费人群结构

- 一、减肥美容消费群体
- 二、青少年学生消费群体
- 三、商务人士消费群体
- 四、一般消费群体

第二节 膨化食品不同消费人群品牌认知度分析

第三节 膨化食品不同消费人群口味满意度分析

第四节 膨化食品不同消费人群包装满意度分析

第三部分 中国膨化食品发展趋势预测篇

第九章 中国膨化食品行业供需预测与发展趋势

第一节 2011-2015年中国膨化食品行业未来发展趋势研究

- 一、未来行业发展环境
- 二、未来行业发展方向（原料、口味、包装等）
- 三、未来行业发展预测

第二节 2016-2022年膨化食品行业市场供需状况预测

- 一、供给能力预测
- 二、市场需求预测
- 三、进出口形势预测

第三节 2016-2022年中国膨化食品行业盈利能力预测(AK GS)

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277934.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。