



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国焙烤食品行业市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2008年中国焙烤食品行业市场分析及发展趋势研究报告》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/44065.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

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。这将给我国焙烤行业的进一步发展带来很大的挑战和机遇。2008年奥运会将在北京举办，世界关注北京，中国属于世界，这是我们国家向世界展示的一年，同时也为我们焙烤行业发展带来更大的机遇和商机。

中国自改革开放以来，焙烤食品行业得到了较快的发展，产品的门类、花色品种、数量质量、包装装潢以及生产工艺和装备，都有了显著的提高。尤其近几年来，外国企业来华投资猛增，都看好中国市场，合资、独资发展迅速。如饼干、糕点、面包等行业，都有逐步增强的势头。2008年，世界上焙烤企业都在大举进军中国市场。他们在中国寻找代理商和经销商，还在中国设立办事处或者建立自己的分公司、分工厂等。潜力巨大的市场造就了中国焙烤展能吸引海内外众多焙烤业客商前来拓展、抢占自身在中国的市场。

2008年，食品行业仍然面临着原材料涨价等各种压力，焙烤行业也不例外，但无论如何，消费还要持续进行，产业仍要稳步发展，开发创新产品满足消费者的需求则是不变的法则。如何在同质化的产品环境中脱颖而出，如何在激烈的市场竞争中突出重围，打造出个性鲜明、文化深刻的品牌形象，是企业面临的重要课题。

2008年，是特别的一年，迎来了全中国，乃至全亚洲的荣辉时刻，同样，中国焙烤行业的发展也随着奥运的临近，展开了新的篇章。奥运食品追溯系统的启动，对食品的产地、培育过程、加工、运输过程等进行全程追溯，先进食品追溯系统在奥运会闭幕后将在全国各地进行普及和建设，为食品界的安全带来了全新的预防及监控系统。中国的焙烤行业将在这特别的年度里，逐步走向国际，与世界焙烤业的发展接轨。

### 【 目录 】

#### 第一部分 行业概况和环境分析

##### 第一章 焙烤食品的概述 1

## 第一节 烘焙食品的定义和发展历程 1

### 一、烘焙食品的定义 1

### 二、焙烤食品的发展历程 1

## 第二节 焙烤食品的特性 2

### 一、具有相对的独立性 2

### 二、具有较高的营养价值 2

### 三、具有食用方便，便于携带的特点 3

## 第三节 学习烘焙食品技术的方法 3

### 一、重视理论知识 3

### 二、苦练基本功 4

### 三、抓住关键环节 4

### 四、继承传统技艺的同时求创新 4

## 第四节 无糖焙烤原料在焙烤食品中的应用 5

## 第二章 焙烤行业的环境分析 8

### 第一节 世界经济环境分析 8

#### 一、2008年世界经济增长分析 8

#### 二、2008年世界经济形势 10

#### 三、2008年世界经济的预测 15

#### 四、2008年世界经济发展趋势 16

### 第二节 我国的经济环境分析 18

#### 一、2007年度我国经济国际贸易数据情况 18

#### 二、2007年我国经济情况和分析 59

#### 三、2008年第一季度中国经济发展情况 62

#### 四、2008年我国宏观经济的情况 62

#### 五、2008年我国经济政策分析 65

#### 六、2008年我国宏观经济形势和经济预测 66

### 第三节 我国焙烤业的政策环境分析 69

#### 一、焙烤食品业将全面实施标准化管理 69

#### 二、关于糕点行业实施市场准入（QS）有关规定 70

#### 三、2007年我国首部食品馅料国家标准有望出台 71

#### 四、2008年糕点月饼新政策 72

## 五、2008年国家饼干新政策及其影响 73

## 第二部分 行业市场分析

### 第三章 国外焙烤食品行业市场发展分析 77

#### 第一节 国外焙烤食品产业发展概况 77

##### 一、比利时 77

##### 二、保加利亚 77

##### 三、丹麦 77

##### 四、芬兰 78

##### 五、法国 78

##### 六、德国 80

##### 七、希腊 82

##### 八、意大利 82

##### 九、荷兰 83

##### 十、土耳其 83

##### 十一、英国 84

##### 十二、美国 85

#### 第二节 全球焙烤食品市场消费发展 94

##### 一、以健康为中心 95

##### 二、以愉悦为中心 95

##### 三、以便利为中心 95

#### 第三节 欧洲焙烤零售业的未来市场发展 95

#### 第四节 焙烤食品添加剂国际市场发展状况分析 97

##### 一、全球焙烤食品添加剂的种类 97

##### 二、全球焙烤食品添加剂各类所占的市场份额 98

##### 三、全球食品添加剂生产集中度状况 98

##### 四、全球焙烤食品添加剂市场规模增长情况 98

##### 五、全球焙烤食品添加剂行业的发展方向 99

### 第四章 我国焙烤食品行业市场发展分析 100

#### 第一节 中国焙烤食品发展概况 100

##### 一、中国焙烤食品市场发展概述 100

二、中国焙烤食品行业发展特点分析	101
三、我国的烘焙行业发展的瓶颈	102
四、焙烤业发展的新方向	106
五、焙烤食品行业的市场特性	109
第二节 我国焙烤食品行业市场发展分析	110
一、2007年焙烤食品市场发展概况	110
二、2008年我国焙烤市场的商机	113
三、2007/2008年我国主要焙烤食品的进出口情况	113
四、2008年中国焙烤业市场的潜力	117
五、到2010年我国焙烤产品市场发展分析	117
六、包装类焙烤食品市场情况分析	118
第三节 我国焙烤业发展的问题	119
一、我国焙烤业现存的问题	119
二、中国焙烤企业的区域品牌面临的问题	119
第四节 中国焙烤食品消费需求分析	121
一、消费容量分析	121
二、消费需求特征分析	122
三、消费需求新变化	124
四、消费者分析	127
第五节 焙烤食品行业的连锁超市经营状况	132
一、焙烤部门在连锁超市中的地位	132
二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题	133
三、连锁超市烘焙部门的主要经营方式	134
四、连锁超市烘焙部门经营的瓶颈	135
第六节 低能量焙烤食品综述	136
一、低能量焙烤食品市场潜力巨大	136
二、低能量焙烤食品技术开发	137
三、低能量焙烤食品主要产品	139
第七节 焙烤食品行业新机遇	140
一、新的包装方式	141
二、不断改进的零售方式和国际化的渗透	142
第八节 焙烤食品行业竞争力分析	143

- 一、行业技术发展趋势 143
- 二、焙烤企业核心竞争力 144

## 第五章 焙烤食品行业的细分市场分析 150

### 第一节 饼干市场发展分析 150

- 一、2007/2008年我国饼干的产量情况 150
- 二、饼干市场现状 163
- 三、饼店行业发展概况 166
- 四、2008年饼干市场发展的的问题 167
- 五、2008年我国饼干市场的竞争情况 169
- 六、我国饼干市场发展趋势 171

### 第二节 面包市场发展分析 172

- 一、面包的发展历史 172
- 二、2007年面包市场调查分析 173
- 三、面包行业市场的竞争分析 179
- 四、面包工业的发展方向分析 181

### 第三节 月饼市场发展分析 185

- 一、2007年月饼市场情况分析 185
- 二、2008年我国月饼市场分析 187
- 三、2008年上海月饼市场分析 187
- 四、月饼行业的发展方向 187
- 五、2008年月饼产业的变化 189

### 第四节 糕点市场发展分析 189

- 一、糕点的定义和分类 189
- 二、我国糕点市场发展历程 194
- 三、我国糕点市场发展的特点 195
- 四、2007/2008年我国糕点产量情况 196
- 五、2008年我国糕点市场价格情况 213
- 六、我国糕点市场竞争分析 214

## 第三部分 行业的主要企业分析

### 第六章 焙烤食品行业的主要企业分析 217

第一节 徐福记国际集团	217
一、企业概况	217
二、公司的创新路	220
三、2007年公司的销售额情况	222
四、公司新动态	223
第二节 好利来实业发展有限公司	224
一、公司概况	224
二、企业文化	225
三、公司新动态	226
第三节 北京稻香村食品集团公司	227
一、公司概况	227
二、企业文化	228
三、2008年公司新动态	229
第四节 上海达能饼干食品有限公司	230
一、公司概况	230
二、品牌分析	231
三、2008年第一季度公司销售情况	235
四、2008年公司新动态	236
第五节 上海克莉丝汀食品有限公司	238
一、公司概况	238
二、克莉丝汀市场满意度	239
三、2008年公司新动态	240
第六节 广州酒家企业集团利口福食品有限公司	241
一、公司概况	241
二、2008年公司的举措	243
第七节 上好佳(中国)有限公司	243
一、公司概况	243
二、公司产品的研发	244
三、公司动态	245
第八节 福建达利食品集团有限公司	245
一、公司概况	245
二、达利饮料的成功秘诀	246



### 三、公司生产动态 250

#### 第九节 广东嘉士利集团股份有限公司 250

##### 一、公司概况 250

##### 二、嘉士利成长分析 252

#### 第十节 青岛食品股份有限公司 253

### 第四部分 行业趋势和策略分析

#### 第七章 焙烤食品行业的趋势分析 255

##### 第一节 国外焙烤食品业发展趋势 255

###### 一、国际上烘焙食品行业的技术发展趋势 255

###### 二、面包业的流行趋势 256

###### 三、F焙烤食品将成为焙烤业发展的主流 257

##### 第二节 国内焙烤食品行业发展趋势 258

###### 一、国内烘焙食品行业的技术发展趋势 258

###### 二、国内焙烤食品行业发展趋势分析 259

###### 三、纸包装在烘焙行业中的发展空间分析 261

###### 四、消费市场潜力巨大 264

##### 第三节、2008年焙烤食品的发展趋势和展望 264

###### 一、2008年月饼的市场发展趋势 265

###### 二、2008年饼干的市场发展趋势 266

###### 三、2008年面包的市场发展趋势 267

##### 第四节 烘焙食品市场竞争趋势 268

###### 一、竞争激烈品牌是关键 268

###### 二、中高端市场成为争夺焦点 269

###### 三、生产趋于专业化、标准化 269

##### 第五节 烘焙食品产品消费趋势 270

###### 一、健康卫生的注重 270

###### 二、营养价值和营养平衡的注重 271

###### 三、全谷物烘焙食品的开发 272

###### 四、功能性烘焙食品配料的迅速发展 273

###### 五、低能量无糖烘焙食品的开发 274

###### 六、烘焙食品创新多元化的发展 275

## 第六节 连锁超市焙烤类食品的经营趋势 276

### 一、超市焙烤食品经营销售趋势 276

### 二、东西方文化在超市焙烤类食品消费和经营上的差异和趋势 277

### 三、连锁超市经营模式发展趋势 277

## 第七节 2008年健康焙烤食品发展的前景 279

## 第八章 焙烤食品行业的发展策略和建议 284

### 第一节 中国焙烤企业品牌发展的建议 284

#### 一、明确企业的目标 284

#### 二、再造让顾客感动的有价值品牌 284

#### 三、让战略走上高层的议程表 285

#### 四、走规模化出路 285

#### 五、走专业化出路 285

#### 六、发掘差异化的蓝海 286

#### 七、快速开始企业的计划管理 286

#### 八、规范企业的流程管理 286

#### 九、做好组织管理的核心 287

### 第二节 焙烤食品行业产业发展规划建议 287

#### 一、做好行业调整及发展思路 287

#### 二、开发农村焙烤市场 289

### 第三节 超市渠道中的烘焙产品营销策略 290

#### 一、走专业化分工合作之路 290

#### 二、实施终端营销策略 290

### 第四节 月饼品牌的市场发展策略 291

#### 一、诚信经营策略 292

#### 二、品牌导航策略 292

#### 三、文化营销策略 292

#### 四、形象扮靓策略 293

#### 五、通路扁平策略 293

### 第五节 饼干业发展策略 294

#### 一、积极应对竞争 294

#### 二、要有新的增长点 296

### 三、关键是找准自身特色 297

#### 第六节 中国二线品牌饼干企业发展策略 297

##### 一、中国二线品牌饼干企业发展环境 297

##### 二、中国二线品牌饼干企业发展策略 299

### 附录

#### 附录焙烤食品行业相关的知识和信息 302

### 图表目录

图表：2008年-2009年世行对东欧部分 国家的GDP增长预测表 16

图表：2007年1-12月份中国所有产品进出口总额简要数据表 18

图表：2007年1-12月各省市进出口总值数据表 19

图表：2007年1-12月进出口商品国家(地区)总值表 20

图表：2007年我国进出口商品构成数据表 28

图表：2007年12月外经贸当月主要指标数据表 28

图表：2007年1-12月外经贸累计主要指标数据表 29

图表：2007年1-12月份我国月度进出口总值数据表表 29

图表：2007年1-12月我国月度进出口增长率走势图 30

图表：2007年1-12月我国月度贸易差额数据表 30

图表：2006年1月-2007年10月份我国月度进出口走势图 31

图表：2007年1-12月我国月度出口总值表 31

图表：2007年1-12月我国月度出口总值增长率走势图 32

图表：2007年1-12月我国月度进口总值表 32

图表：2007年1-12月我国月度进口总值增长率走势图 33

图表：2007年1-12月份我国不同贸易方式出口数据表 33

图表：2007年1-12月我国同贸易方式出口数据表 33

图表：2007年1-12月我国不同性质企业出口数据表 34

图表：2007年1-12月我国不同性质企业进口数据表 34

图表：2007年1-12月我国前十位贸易伙伴数据表 35

图表：2007年1-12月我国前十位出口市场数据表 35

图表：2007年1-12月我国前十位进口来源地数据表 36

图表：2007年1-12月我国前十位贸易顺差来源地数据表 37

图表：2007年1-12月我国十位贸易逆差来源地数据表	38
图表：2007年1-12月我国前十位出口总值省市数据表	38
图表：2007年1-12月我国前十位进口总值省市数据表	39
图表：2007年1-12月我国前十位出口总值城市数据表	40
图表：2007年1-12月我国前十位进口总值城市数据表	41
图表：2007年1-12月我国前十位顺差省市数据表	41
图表：2007年1-12月我国出口市场分洲别（地区）数据表	42
图表：2007年1-12月我国进口来源地分洲别数据表	43
图表：2007年1-12月我国累计出口大类商品金额数据表	44
图表：2007年1-12月我国累计进口大类商品金额数据表	45
图表：2007年1-12月我国出口主要商品数量及价格表	45
图表：2007年1-12月我国累计出口主要商品金额数据表	46
图表：2007年1-12月我国进口主要商品数量及价格	47
图表：2007年1-12月我国累计进口主要商品金额	48
图表：2007年1-12月我国一般贸易进口主要商品数据表	49
图表：2007年1-12月我国关税配额商品累计进口数据表	49
图表：2007年1-12月我国的地方出口总值统计表	50
图表：2007年1-12月我国地方进口总值统计表	52
图表：2007年1-12月我国地方累计不同贸易方式出口数据表	53
图表：2007年1-12月我国地方累计不同贸易方式进口数据表	54
图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业出口数据表	56
图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业出口数据表（续）	57
图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业进口数据表	58
图表：2007年1-12月我国地方累计不同性质企业进口数据表（续）	58
图表：2007年第三季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	114
图表：2007年第三季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	114
图表：2007年第四季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	114
图表：2007年第四季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	114
图表：2007年全年我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	114
图表：2007年全年我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	115
图表：2008年1月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	115
图表：2008年1月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	115

图表：2008年2月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	115
图表：2008年2月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	116
图表：2008年3月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	116
图表：2008年3月份我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	116
图表：2008年第一季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口总值	116
图表：2008年第一季度我国的面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口总值	116
图表：法式面包材料选择	125
图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表	128
图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较	129
图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较	130
图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较	130
图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况	131
图表：影响面包消费者购买的因素比较	132
图表：国内焙烤市场的竞争情况	145
图表：焙烤行业中，网络商业营销的情况	148
图表：2007年2-12月我国全国饼干的产量合计	150
图表：2007年2-12月我国河北省饼干的产量合计	150
图表：2007年2-12月我国吉林省饼干的产量合计	151
图表：2007年2-12月我国江苏省饼干的产量合计	151
图表：2007年2-12月我国福建省饼干的产量合计	151
图表：2007年2-12月我国河南省饼干的产量合计	152
图表：2007年2-12月我国广东省饼干的产量合计	152
图表：2007年2-12月我国云南省饼干的产量合计	153
图表：2007年2-12月我国北京市饼干的产量合计	153
图表：2007年2-12月我国黑龙江省饼干的产量合计	153
图表：2007年2-12月我国浙江省饼干的产量合计	154
图表：2007年2-12月我国江西省饼干的产量合计	154
图表：2007年2-12月我国湖北省饼干的产量合计	155
图表：2007年2-12月我国广西区饼干的产量合计	155
图表：2007年2-12月我国四川省饼干的产量合计	155
图表：2007年2-12月我国陕西省饼干的产量合计	156
图表：2007年2-12月我国天津市饼干的产量合计	156

图表：2007年2-12月我国辽宁省饼干的产量合计	157
图表：2007年2-12月我国上海市饼干的产量合计	157
图表：2007年2-12月我国安徽省饼干的产量合计	157
图表：2007年2-12月我国山东省饼干的产量合计	158
图表：2007年2-12月我国湖南省饼干的产量合计	158
图表：2007年2-12月我国内蒙古区饼干的产量合计	159
图表：2008年2-3月我国全国饼干的产量合计	159
图表：2008年2-3月我国湖北省饼干的产量合计	159
图表：2008年2-3月我国吉林省饼干的产量合计	159
图表：2008年2-3月我国江苏省饼干的产量合计	160
图表：2008年2-3月我国福建省饼干的产量合计	160
图表：2008年2-3月我国河南省饼干的产量合计	160
图表：2008年2-3月我国广东省饼干的产量合计	160
图表：2008年2-3月我国云南省饼干的产量合计	160
图表：2008年2-3月我国新疆区饼干的产量合计	160
图表：2008年2-3月我国北京市饼干的产量合计	161
图表：2008年2-3月我国浙江省饼干的产量合计	161
图表：2008年2-3月我国江西省饼干的产量合计	161
图表：2008年2-3月我国湖北省饼干的产量合计	161
图表：2008年2-3月我国广西区饼干的产量合计	161
图表：2008年2-3月我国四川省饼干的产量合计	161
图表：2008年2-3月我国陕西省饼干的产量合计	162
图表：2008年2-3月我国天津市饼干的产量合计	162
图表：2008年2-3月我国辽宁省饼干的产量合计	162
图表：2008年2-3月我国上海市饼干的产量合计	162
图表：2008年2-3月我国安徽省饼干的产量合计	162
图表：2008年2-3月我国山东省饼干的产量合计	162
图表：2008年2-3月我国湖南省饼干的产量合计	163
图表：2008年2-3月我国海南省饼干的产量合计	163
图表：2008年2-3月我国内蒙古区饼干的产量合计	163
图表：购买面包的次数调查分析	173
图表：购买面包的品牌调查分析	174

图表：喜欢的面包种类调查分析	175
图表：影响客户购买面包的因素分析	176
图表：中国的面包是否该追随国外面包的口感与制作分析	177
图表：全国范围内面包房最有发展潜力的城市分析	178
图表：是否愿意开设面包房的调查分析	179
图表：2007年2-12月我国全国糕点的产量合计	196
图表：2007年2-12月我国河北省糕点的产量合计	196
图表：2007年2-12月我国吉林省糕点的产量合计	197
图表：2007年2-12月我国江苏省糕点的产量合计	197
图表：2007年2-12月我国福建省糕点的产量合计	197
图表：2007年2-12月我国河南省糕点的产量合计	198
图表：2007年2-12月我国广东省糕点的产量合计	198
图表：2007年2-12月我国重庆市糕点的产量合计	199
图表：2007年2-12月我国云南省糕点的产量合计	199
图表：2007年2-12月我国新疆区糕点的产量合计	199
图表：2007年2-12月我国北京市糕点的产量合计	200
图表：2007年2-12月我国山西省糕点的产量合计	200
图表：2007年2-12月我国黑龙江省糕点的产量合计	201
图表：2007年2-12月我国浙江省糕点的产量合计	201
图表：2007年2-12月我国江西省糕点的产量合计	201
图表：2007年2-12月我国湖北省糕点的产量合计	202
图表：2007年2-12月我国广西区糕点的产量合计	202
图表：2007年2-12月我国四川省糕点的产量合计	203
图表：2007年2-12月我国陕西省糕点的产量合计	203
图表：2007年2-12月我国陕西省糕点的产量合计	203
图表：2007年2-12月我国天津市糕点的产量合计	204
图表：2007年2-12月我国辽宁省糕点的产量合计	204
图表：2007年2-12月我国上海市糕点的产量合计	205
图表：2007年2-12月我国安徽省糕点的产量合计	205
图表：2007年2-12月我国山东省糕点的产量合计	205
图表：2007年2-12月我国湖南省糕点的产量合计	206
图表：2007年2-12月我国海南省糕点的产量合计	206

图表：2007年2-12月我国贵州省糕点的产量合计	207
图表：2007年2-12月我国甘肃省糕点的产量合计	207
图表：2007年2-12月我国内蒙古区糕点的产量合计	207
图表：2008年2-3月我国全国糕点的产量合计	208
图表：2008年2-3月我国河北省糕点的产量合计	208
图表：2008年2-3月我国吉林省糕点的产量合计	208
图表：2008年2-3月我国江苏省糕点的产量合计	208
图表：2008年2-3月我国福建省糕点的产量合计	209
图表：2008年2-3月我国河南省糕点的产量合计	209
图表：2008年2-3月我国广东省糕点的产量合计	209
图表：2008年2-3月我国重庆市糕点的产量合计	209
图表：2008年2-3月我国云南省糕点的产量合计	209
图表：2008年2-3月我国新疆区糕点的产量合计	209
图表：2008年2-3月我国北京市糕点的产量合计	210
图表：2008年2-3月我国山西省糕点的产量合计	210
图表：2008年2-3月我国黑龙江省糕点的产量合计	210
图表：2008年2-3月我国浙江省糕点的产量合计	210
图表：2008年2-3月我国江西省糕点的产量合计	210
图表：2008年2-3月我国湖北省糕点的产量合计	210
图表：2008年2-3月我国广西区糕点的产量合计	211
图表：2008年2-3月我国四川省糕点的产量合计	211
图表：2008年2-3月我国陕西省糕点的产量合计	211
图表：2008年2-3月我国宁夏区糕点的产量合计	211
图表：2008年2-3月我国天津市糕点的产量合计	211
图表：2008年2-3月我国辽宁省糕点的产量合计	211
图表：2008年2-3月我国上海市糕点的产量合计	212
图表：2008年2-3月我国安徽省糕点的产量合计	212
图表：2008年2-3月我国山东省糕点的产量合计	212
图表：2008年2-3月我国湖南省糕点的产量合计	212
图表：2008年2-3月我国海南省糕点的产量合计	212
图表：2008年2-3月我国贵州省糕点的产量合计	212
图表：2008年2-3月我国甘肃省糕点的产量合计	213



图表：2008年2-3月我国内蒙古区糕点的产量合计	213
图表：2008年第一季度达能集团销售额图	236
图表：广东嘉士利集团股份有限公司国内销售区域	251
图表：供应商专营店终端方式对比分析	291
图表：不同pH值下低聚异麦芽糖着色度的差别	315
图表：低聚异麦芽糖的水活性	316
图表：低聚异麦芽糖保持水分的能力	317

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44065.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](http://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。