



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2010年中国饼干行业 投资价值决策咨询及行业竞争力 调查市场分析及发展趋势研究报

一、调研说明

《2007—2010年中国饼干行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析及发展趋势研究报》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/44257.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

2008-2010年，我国焙烤食品市场空间将继续扩大，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。

2008-2010年我国饼干行业规模将不断扩大，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，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。与其他饼干类似品及替代品的市场竞争将更加激烈。

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，因此高端市场品牌高度集中已成定局。

【 目录 】

第一章 研究概述 7

第一节 报告目的 8

第二节 研究范围 9

第三节 数据来源 10

第四节 研究方法 11

第五节 研究对象 12

第二章 饼干行业发展环境分析 13

第一节 政策环境 14

一、饼干行业标准 15

二、2007年食品安全新规则 16

三、“十一五”食品工业发展基本思路与方向 17

四、2008年饼干行业新标准正式实施 18

第二节 经济环境 19

一、关系食品产业发展的经济现状 20

二、居民消费现状与形势 21

第三节 技术环境 22

一、焙烤技术的发展趋势 23

二、食品机械技术现状与发展 24

三、包装技术的现状与发展 25

第三章 2007年饼干行业概况 26

第一节 行业发展回顾 27

一、2005-2007年行业发展情况分析 28

二、企业经营状况分析 29

三、行业发展特点分析 30

第二节 中国饼干需求市场分析 31

一、2005-2007年中国饼干消费总量 32

二、中国饼干消费区域结构 33

三、中国饼干消费特点 34

第三节 中国饼干产品进出口产品 35

一、饼干进口情况 36

二、饼干出口情况 37

第四节 行业特性分析 38

第四章 中国饼干行业发展特征分析 39

第一节 2007年中国饼干行业发展基本情况	40
一、行业规模分析	41
二、行业发展周期分析	42
三、行业成熟度分析	43
第二节 行业结构性分析	44
一、饼干企业构成情况	45
二、地区分布情况	46
第三节 行业财务基本面分析	47
一、行业盈利能力分析	48
二、行业运营效率分析	49
三、行业偿债能力分析	50
四、行业成长能力分析	51
第五章 饼干市场竞争分析	52
第一节 竞争特点	53
一、主要产区分布相对集中	54
二、国外和台湾地区的饼干品牌企业进入情况	55
三、新生力量逐步壮大	56
第二节 中国竞争格局分析	57
一、中国品牌竞争格局	58
二、中国销售十强企业竞争力分析	59
第三节 竞争态势分析	60
一、中国饼干企业国际竞争力分析	61
二、中国饼干行业竞争趋势分析	62
第六章 饼干重点区域分析	63
第一节 北京市场分析	64
一、地区内饼干企业经营情况	65
二、地区内饼干消费特征	66
三、地区内饼干市场的竞争格局	67
第二节 广东市场分析	68
一、地区内饼干企业经营情况	69

二、地区内饼干消费特征	70
三、地区内饼干市场的竞争格局	71
第三节 河南市场分析	72
一、地区内饼干企业经营情况	73
二、地区内饼干消费特征	74
三、地区内饼干市场的竞争格局	75
第四节 上海市场分析	76
一、地区内饼干企业经营情况	77
二、地区内饼干消费特征	78
三、地区内饼干市场的竞争格局	79

第七章 相关产业分析 80

第一节 农副食品业运行分析 81

一、总体运行情况	82
二、市场供需分析	83
三、价格分析	84
四、对饼干行业发展影响	85

第二节 食品包装业 86

一、食品包装业现状及存在问题	87
二、包装技术分析	88
三、材料趋势	89
四、食品包装政策要求	90
五、对饼干行业发展影响	91

第三节 小麦面粉市场 92

一、2007年国内小麦市场概况	93
二、市场供需求分析	94
三、2008年小麦国内价格预测	95
四、对饼干行业发展影响	96

第四节 制糖业 97

一、2007年全国及各主产区基本情况	98
二、2008年食糖价格分析	99
三、对饼干行业发展影响	100

第五节 食品添加剂市场	101
一、国际食品添加剂发展现状与趋势	102
二、国内食品添加剂行业发展现状	103
三、对饼干行业发展影响	104

第八章 2008年中国饼干行业供需分析 105

第一节 2008年国内供需分析	106
一、产量分析	107
二、销量分析	108
三、主要产品产销率	109
四、2008—2010年产销预测	110
第二节 2008年饼干行业进出口状况预测	111
一、主要产品进口状况分析	112
二、主要产品出口状况分析	113
三、进出口结构分析	114

第九章 重点企业分析 115

第一节 达能集团	116
一、企业概况	117
二、生产运营与财务状况分析	118
三、竞争优势与发展战略分析	119
四、发展前景预测	120
第二节 旺旺	121
一、企业概况	122
二、生产运营与财务状况分析	123
三、竞争优势与发展战略分析	124
四、发展前景预测	125
第三节 顶新集团——康师傅	126
一、企业概况	127
二、生产运营与财务状况分析	128
三、竞争优势与发展战略分析	129
四、发展前景预测	130

第四节 百事	131
一、企业概况	132
二、生产运营与财务状况分析	133
三、竞争优势与发展战略分析	134
四、发展前景预测	135
第五节 上好佳(中国)有限公司	136
一、企业概况	137
二、生产运营与财务状况分析	138
三、竞争优势与发展战略分析	139
四、发展前景预测	140
第六节 纳贝斯克食品(苏州)有限公司	141
一、企业概况	142
二、生产运营与财务状况分析	143
三、竞争优势与发展战略分析	144
四、发展前景预测	145
第十章 饼干行业4P因素变化趋势	146
第一节 产品变化趋势	147
一、目前国内饼干行业产品结构	148
二、中国饼干行业产品结构变动趋势	149
第二节 价格变化趋势	150
一、近年饼干行业价格变动轨迹	151
二、饼干价格走势预测	152
第三节 包装变化趋势	153
一、目前国内饼干包装类型结构	154
二、饼干包装趋势研究	155
第四节 渠道变化趋势	156
一、中国饼干行业渠道现状分析	157
二、中国饼干行业渠道发展趋势	158
第十一章 饼干行业市场投资策略分析	159
第一节 饼干市场投资机会分析	160

一、饼干食品可延展空间分析	161
二、饼干食品细分空间分析	162
三、策略差异化存在空间	163
第二节 饼干行业投资风险	164
一、市场风险	165
二、政策风险	166
三、进出口贸易风险	167
第三节 饼干行业进入退出壁垒分析	168
一、进入壁垒	169
二、退出壁垒	170
第四节 饼干企业投资策略	171
一、重点企业投资策略	172
二、二线品牌企业投资策略	173
三、中小饼干企业投资策略	174
第五节 报告总结	175

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44257.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专业提供投资咨询报告、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。