



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国焙烤食品行业市场分 析及发展趋势研究报告（9月版 ）

一、调研说明

《2007年中国焙烤食品行业市场分析及发展趋势研究报告（9月版）》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/44292.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

2007-2010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。这将给我国焙烤行业的进一步发展带来很大的挑战和机遇。预计2007-2010年我国焙烤食品将保持10%以上的年增长速度。焙烤食品市场竞争也会日趋激烈，消费将倾向于名牌和高质量的中高档产品，市场中高档产品容量不断增长。

2007年，国家也出台了相关的政策来规范焙烤食品行业，国家卫生局规定，2007年9月1日起生产的月饼包装上应当按规定有QS标志，否则不准销售；2007年我国首部食品馅料国家标准有望年底出台；从2008年开始，所有糕点月饼企业一律不得无证生产，无QS标志的产品也一律不得销售。

我国焙烤食品行业绝大部分还是小型企业，这些企业虽然单一的规模小，但总体上仍占有一定的比例。加入WTO以来，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、面包等行业，都有逐步增强的势头。从目前看，国内市场大体可以说是三分天下，三资企业占领高档市场，国营企业居中档，乡镇企业、私营企业占领低档市场，各类产品均有其销售市场和消费群体。但随着人们收入的增加，生活水平的提高，国内企业必须在产品的生产工艺、设备、技术、管理等方面提高水平，以供给人们高质量的、高品位的、传统的和现代的焙烤食品制品，才能在竞争的环境中生存和发展。随着竞争的加剧，行业将迎来洗牌高潮，集中度将不断提高。

我国焙烤食品市场空间广阔。以饼干为例，从饼干人均年消费量来看，我国消费量仅为1千克左右，而发达国家饼干消费量则达到25-35千克，中等发达国家也有12-18千克。可见，我国饼干市场空缺还是比较大的，市场发展潜力也十分巨大。到2010年前后，我国焙烤食品消费规模将达到500亿元的水平，将成为人们食品消费中的重要构成部分。

本研究咨询报告依据国家统计局、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、国民经济景气监测中心、中国行业研究网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内焙烤食品行业市场发展状况、竞争格局、消费现状以及行业发展趋势进行了深入的分析，在总结中国焙烤食品行业发展历程的基础上，结合新时期的

各方面因素，对中国焙烤食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是焙烤食品行业、生产、经营企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

【 目录 】

第一部分 国内外行业发展概况

第一章 国外焙烤食品市场发展概述 1

第一节 国外焙烤食品发展概况 1

一、英国 1

二、德国 1

三、法国 3

四、美国 5

第二节 中欧的面包发展概况 15

一、中欧面包消费量及面包种类 16

二、中欧的面包原料 17

三、制造技巧 17

四、面包特制品 18

五、营养价值 19

第三节 欧洲焙烤零售业的未来发展趋势 20

第二章 中国焙烤食品行业现状分析 23

第一节 中国焙烤食品发展概况 23

一、中国焙烤食品市场发展概述 23

二、中国焙烤食品行业发展特点分析 24

三、我国的烘焙行业发展的瓶颈 25

第二节 低能量焙烤食品综述 29

一、低能量焙烤食品市场潜力巨大 29

二、低能量焙烤食品技术开发 30

三、低能量焙烤食品主要产品 31

四、低能量焙烤食品的前景展望 33

第三节 中国焙烤食品消费需求分析 33

- 一、消费容量分析 33
- 二、消费需求特征分析 34
- 三、消费需求新变化 36
- 四、消费者分析 39

第二部分 行业市场现状分析

第三章 2007年焙烤食品行业经济运行分析 45

第一节 2007年中国糕点、面包行业主要经济指标分析 45

- 一、焙烤食品制造销售收入前十家企业分析 45
- 二、糕点产量分地区分析 46
- 三、糕点、面包制造销售收入前十家企业分析 54
- 四、糕点、面包主要经济指标分析 55

第二节 2007年中国饼干及其他焙烤食品主要经济指标分析 95

- 一、销售收入前十家企业分析 95
- 二、饼干分地区产量分析 96
- 三、饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标分析 103

第三节 2007年中国焙烤食品行业进出口分析 144

第四章 中国焙烤食品行业主要细分市场分析 146

第一节 饼干市场发展分析 146

- 一、行业发展特点 146
- 二、中国饼干市场现状分析 147
- 三、饼干行业需求分析 150
- 四、我国饼干市场将逐步趋于有序发展 151
- 五、我国饼干市场极具发展潜力 152
- 六、饼干市场新风向功能型饼干将走红 155
- 七、行业未来发展趋势 160

第二节 面包市场发展分析 162

- 一、面包市场概述 162
- 二、2007年面包市场调查分析 162
- 三、新式面包“流行风”现象分析 169
- 四、面包工业的发展方向分析 172

第三节 月饼市场发展分析	177
一、月饼品牌的市场特点分析	177
二、2007年月饼市场的新趋势	179
三、2007年商务部规范月饼市场行为	186
四、2007年月饼馅料市场压力与机遇并存	188
五、月饼行业的三大方向发展	190
第四节 糕点市场发展分析	191
一、糕点分类	191
二、市场概述	196
三、市场特点分析	197
四、全国三成糕点企业面临整改或淘汰	199
五、中国规模以上糕点企业均获得市场准入资格	199

第三部分 行业竞争格局分析

第五章 中国焙烤食品行业重点区域市场分析 201

第一节 北京市场分析 201

- 一、北京的烘焙食品行业现状 201
- 二、北京焙烤食品市场概况 202

第二节 上海市场分析 204

- 一、行业运行情况概述 204
- 二、发展趋势 205

第三节 河南饼干业品牌分析 207

- 一、市场现状 207
- 二、存在的问题 208
- 三、发挥资源优势 209

第四节 石家庄饼干市场 210

- 一、博通以差异化策略称雄中低档市场 210
- 二、坚持走高端还是降价变阵 211
- 三、木糖醇全麦饼干有价无市 211

第五节 西安焙烤市场 212

- 一、品种情况 212
- 二、产销分析 213

三、街头焙烤分析	214
四、发展潜力巨大	215
第六章 行业竞争状况分析	216
第一节 焙烤食品行业竞争力分析	216
一、行业技术发展趋势	216
二、焙烤企业核心竞争力	217
第二节 焙烤食品行业主要企业竞争力	221
一、最具代表性的饼干新品	223
二、面包品种日新月异市场竞争	227
第七章 主要企业发展概况分析	231
第一节 徐福记国际集团	231
一、企业概况	231
二、徐福记的终端直营分析	231
第二节 好利来实业发展有限公司	234
一、公司概况	234
二、公司动态	235
第三节 北京稻香村食品集团公司	236
一、公司概况	236
二、公司动态	237
第四节 上海达能饼干食品有限公司	238
一、公司概况	238
二、品牌分析	239
第五节 上海克莉丝汀食品有限公司	243
一、公司概况	243
二、克莉丝汀市场满意度	244
第六节 广州酒家企业集团利口福食品有限公司	245
一、公司概况	245
二、公司动态	246
第七节 上好佳(中国)有限公司	247
一、公司概况	247

二、公司动态	248
第八节 福建达利食品集团有限公司	249
一、公司概况	249
二、达利饮料走市场的成功秘诀	250
第九节 广东嘉士利集团股份有限公司	253
一、公司概况	253
二、嘉士利成长分析	255
第十节 青岛食品股份有限公司	256

第四部分 行业政策及发展趋势分析

第八章 行业产业政策解读	259
第一节 焙烤食品行业产业政策分析	259
一、焙烤食品业将全面实施标准化管理	259
二、关于糕点行业实施市场准入(QS)有关说明	260
三、2007年我国首部食品馅料国家标准有望出台	261
四、2008年所有糕点月饼企业必须持证生产	261
第二节 焙烤食品行业产业发展规划	263
一、行业调整及发展思路	263
二、开发农村焙烤市场	264
第九章 烘焙食品行业营销策略	266
第一节 超市渠道中的烘焙产品营销策略	266
一、连锁超市烘焙部门的主要经营方式	266
二、连锁超市烘焙部门经营的瓶颈	267
三、专业化分工合作仍是超市烘焙经营的基本策略	268
四、原料供应商超市渠道的营销七诀	269
第二节 焙烤企业零售"终端营销"攻略	270
一、焙烤部门在连锁超市中的地位	270
二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题	270
三、焙烤企业的终端营销策略	271
第三节 月饼品牌的市场提升策略	272
一、诚信经营策略	272

二、品牌导航策略	273
三、文化营销策略	273
四、形象扮靓策略	274
五、通路扁平策略	274
第四节 饼干业发展策略	274
一、竞争要讲求策略	275
二、要有新的增长点	277
三、关键是找准自身特色	277
第五节 中国二线品牌饼干企业发展策略	278
一、中国二线品牌饼干企业发展环境	278
二、中国二线品牌饼干企业发展策略	280
第十章 行业发展前景预测	283
第一节 焙烤食品行业发展趋势	283
一、国内焙烤食品行业发展趋势分析	283
二、纸包装在烘焙行业中的发展空间分析	284
三、未来烘焙食品市场发展趋势	288
四、二十一世纪焙烤食品的发展趋势展望	289
第二节 烘焙食品市场发展趋势	292
一、竞争激烈品牌是关键	292
二、中高端市场成为争夺焦点	292
三、生产趋于专业化、标准化	293
四、消费市场潜力巨大	294
第三节 烘焙食品产品趋势	294
一、安全卫生是最基本的发展趋势	294
二、注意营养价值和营养平衡	295
三、全谷物烘焙食品的开发	296
四、功能性烘焙食品配料发展迅速	297
五、低能量无糖烘焙食品的开发	298
六、烘焙食品创新多元化	300
第四节 焙烤食品行业新机遇	300
一、新的包装方式	302

二、不断改进的零售方式和国际化的渗透 302

图表目录

图表：2000-2005年美国甜烘焙食品零售额	15
图表：法式面包材料选择	37
图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表	40
图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较	41
图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较	42
图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较	42
图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况	43
图表：影响面包消费者购买的因素比较	44
图表：2007年2月烘焙食品制造收入前十家企业	45
图表：2007年5月烘焙食品制造收入前十家企业	45
图表：2007年2-7月糕点产量	46
图表：2007年2-7月糕点产量全国合计	46
图表：2007年2-7月糕点产量北京市合计	46
图表：2007年2-7月糕点产量天津市合计	46
图表：2007年2-7月糕点产量辽宁省合计	47
图表：2007年2-7月糕点产量山西省合计	47
图表：2007年2-7月糕点产量河北省合计	47
图表：2007年2-7月糕点产量吉林省合计	47
图表：2007年2-7月糕点产量黑龙江合计	48
图表：2007年2-7月糕点产量上海市合计	48
图表：2007年2-7月糕点产量安徽省合计	48
图表：2007年2-7月糕点产量浙江省合计	49
图表：2007年2-7月糕点产量江苏省合计	49
图表：2007年2-7月糕点产量福建省合计	49
图表：2007年2-7月糕点产量江西省合计	49
图表：2007年2-7月糕点产量山东省合计	50
图表：2007年2-7月糕点产量湖南省合计	50
图表：2007年2-7月糕点产量湖北省合计	50
图表：2007年2-7月糕点产量河南省合计	50

图表：2007年2-7月糕点产量广东省合计	51
图表：2007年2-7月糕点产量广西区合计	51
图表：2007年2-7月糕点产量海南省合计	51
图表：2007年2-7月糕点产量贵州省合计	52
图表：2007年2-7月糕点产量四川省合计	52
图表：2007年2-7月糕点产量重庆市合计	52
图表：2007年2-7月糕点产量云南省合计	52
图表：2007年2-7月糕点产量陕西省合计	53
图表：2007年2-7月糕点产量甘肃省合计	53
图表：2007年2-7月糕点产量内蒙古合计	53
图表：2007年2-7月糕点产量宁夏区合计	53
图表：2007年2-7月糕点产量新疆区合计	54
图表：2007年2月糕点、面包制造销售收入前十家企业	54
图表：2007年5月糕点、面包制造销售收入前十家企业	55
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标全国合计	55
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标北京市合计	56
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标天津市合计	58
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标河北省合计	59
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标山西省合计	61
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标内蒙古合计	62
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标辽宁省合计	63
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标吉林省合计	65
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标黑龙江合计	66
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标上海市合计	67
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标江苏省合计	69
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标浙江省合计	70
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标安徽省合计	72
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标福建省合计	73
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标江西省合计	74
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标山东省合计	76
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标河南省合计	77
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标湖北省合计	78

图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标湖南省合计	80
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标广东省合计	81
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标广西区合计	83
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标海南省合计	84
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标重庆市合计	85
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标四川省合计	87
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标云南省合计	88
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标陕西省合计	89
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标甘肃省合计	91
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标宁夏区合计	92
图表：2007年1-5月糕点、面包制造主要经济指标新疆区合计	94
图表：2007年2月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业	95
图表：2007年5月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业	96
图表：2007年2-7月饼干产量合计	96
图表：2007年2-7月饼干产量全国合计	96
图表：2007年2-7月饼干产量北京市合计	96
图表：2007年2-7月饼干产量天津市合计	97
图表：2007年2-7月饼干产量辽宁省合计	97
图表：2007年2-7月饼干产量山西省合计	97
图表：2007年2-7月饼干产量河北省合计	98
图表：2007年2-7月饼干产量吉林省合计	98
图表：2007年2-7月饼干产量黑龙江合计	98
图表：2007年2-7月饼干产量上海市合计	98
图表：2007年2-7月饼干产量安徽省合计	99
图表：2007年2-7月饼干产量全国合计	99
图表：2007年2-7月饼干产量浙江省合计	99
图表：2007年2-7月饼干产量江苏省合计	99
图表：2007年2-7月饼干产量福建省合计	100
图表：2007年2-7月饼干产量江西省合计	100
图表：2007年2-7月饼干产量山东省合计	100
图表：2007年2-7月饼干产量湖南省合计	101
图表：2007年2-7月饼干产量湖北省合计	101

图表：2007年2-7月饼干产量河南省合计	101
图表：2007年2-7月饼干产量广东省合计	101
图表：2007年2-7月饼干产量广西区合计	102
图表：2007年2-7月饼干产量海南省合计	102
图表：2007年2-7月饼干产量四川省合计	102
图表：2007年2-7月饼干产量云南省合计	102
图表：2007年2-7月饼干产量陕西省合计	103
图表：2007年2-7月饼干产量全国合计	103
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标全国合计	103
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标北京市合计	105
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标天津市合计	106
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标河北省合计	108
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标山西省合计	109
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标内蒙古合计	110
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标辽宁省合计	112
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标吉林省合计	113
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标黑龙江合计	115
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标上海市合计	116
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标江苏省合计	117
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标浙江省合计	119
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标安徽省合计	120
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标福建省合计	122
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标江西省合计	123
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标山东省合计	124
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标河南省合计	126
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标湖北省合计	127
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标湖南省合计	129
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标广东省合计	130
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标广西区合计	131
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标海南省合计	133
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标重庆市合计	134
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标四川省合计	136

图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标贵州省合计	137
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标云南省合计	138
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标陕西省合计	140
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标甘肃省合计	141
图表：2007年1-5月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标新疆区合计	143
图表：2007年1月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	144
图表：2007年5月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	145
图表：2007年6月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	145
图表：2007年二季度面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	145
图表：人们最常食用饼干的场合	148
图表：最常食用的饼干种类	149
图表：购买面包的次数调查分析	163
图表：购买面包的品牌调查分析	164
图表：喜欢的面包种类调查分析	165
图表：影响客户购买面包的因素分析	166
图表：中国的面包是否该追随国外面包的口感与制作分析	167
图表：全国范围内面包房最有发展潜力的城市分析	168
图表：是否愿意开设面包房分析	169
图表：国内焙烤市场的竞争情况	217
图表：焙烤行业中，网络商业营销的情况	220
图表：广东嘉士利集团股份有限公司国内销售区域	254
图表：供应商专营店终端方式对比	272

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44292.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。