



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

# 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》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/44387.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](mailto: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

### 【 描述 】

#### 内容简介

2007-2010年，随着经济的快速发展、城市化进程的加快以及全面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的改变。这将给我国焙烤行业的进一步发展带来挑战和机遇。预计2007-2010年我国焙烤食品将保持10%以上的年增长速度。焙烤食品市场竞争将会日趋激烈，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。

2006年焙烤食品产量增长速度预计为21%，这样2006年焙烤食品产量将达到962.46万吨，预计需求食糖240.62万吨。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、高品味的、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，集中度将不段提高。

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，我国仅为1千克左右，而发达国家饼干达到25-35千克，中等发达国家也有12-18千克。可见，我国饼干市场的潜力十分巨大。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。在撰写过程中，得到了焙烤食品企业、中国食品协会有关专家的大力协助，特此表示感谢。

## 【 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、美国 1

###### 二、德国 11

###### 三、法国 12

###### 四、英国 14

##### 第二节 欧洲焙烤零售业的未来发展趋势 15

#### 第二章 中国焙烤食品行业现状分析 18

##### 第一节 中国焙烤食品发展概况 18

###### 一、中国焙烤食品市场发展概述 18

###### 二、中国焙烤食品行业发展特点分析 18

###### 三、中国焙烤食品行业经济运行状况分析 20

##### 第二节 中国糕点、面包行业经济指标分析 25

###### 一、2006年糕点、面包行业产销分析 25

###### 二、2006年糕点、面包行业规模分析 31

###### 三、2006年糕点、面包行业资产负债分析 34

###### 四、2006年糕点、面包行业盈利能力分析 43

##### 第三节 中国饼干及其他焙烤食品经济指标分析 49

###### 一、2006年饼干及其他焙烤食品行业产销分析 49

###### 二、2006年饼干及其他焙烤食品行业规模分析 55

###### 三、2006年饼干及其他焙烤食品行业资产负债分析 58

###### 四、2006年饼干及其他焙烤食品行业盈利能力分析 66

##### 第四节 中国焙烤食品行业进出口分析 72

一、进口分析	72
二、出口分析	75
第五节 中国焙烤食品消费需求分析	78
一、消费容量分析	78
二、消费需求特征分析	79
三、消费需求新变化	81
四、消费者分析	84
第二部分 市场现状分析	
第三章 中国焙烤食品行业主要细分市场分析	91
第一节 饼干市场发展分析	91
一、“十五”回顾及2006年行业运行状况	91
二、行业发展特点	117
三、饼干市场现状	118
四、饼干市场存在的问题	121
五、国内饼干市场新趋势	128
六、行业未来发展趋势	135
七、中国的饼干市场前景	138
第二节 面包市场发展分析	140
一、市场概述	140
二、新式面包“流行风”现象分析	140
三、面包工业的发展方向分析	144
第三节 月饼市场发展分析	148
一、我国月饼行业情况概述	148
二、月饼行业发展的特点	152
三、月饼市场消费状况分析	152
四、2006年中秋月饼市场分析	157
五、2006年中秋月饼流行趋势分析	159
六、月饼行业发展趋势	162
七、餐饮业月饼市场趋势分析	164
第四节 糕点市场发展分析	168
一、糕点分类	168

二、市场概述	173
三、市场特点分析	175
四、2005-2006年行业运行情况分析	176
五、传统糕点业的误区分析	205
第四章 中国焙烤食品行业重点区域市场分析	207
第一节 北京市场分析	207
一、北京的烘焙食品行业现状	207
二、北京焙烤食品市场概况	208
第二节 上海市场分析	210
一、行业运行情况概述	210
二、发展趋势	211
第三节 广州市场分析	213
第四节 成都市场分析	218
第五节 河南饼干业品牌分析	220
一、市场现状	220
二、存在的问题	221
三、发挥资源优势	222
第六节 石家庄饼干市场	223
一、博通以差异化策略称雄中低档市场	223
二、坚持走高端还是降价变阵	224
三、木糖醇全麦饼干有价无市	224
第七节 西安焙烤市场	225
一、品种情况	225
二、产销售分析	226
三、街头焙烤分析	227
四、发展潜力巨大	228
第八节 五城市高校学生焙烤品牌态度调查分析	229
一、市场规模	231
二、消费行为	232
三、品牌认知	235
四、品牌态度分析	238

## 五、品牌形象比较 240

### 第三部分 竞争格局分析

#### 第五章 行业竞争状况分析 245

##### 第一节 焙烤食品行业竞争力分析 245

###### 一、行业技术发展趋势 245

###### 二、焙烤企业核心竞争力 246

##### 第二节 焙烤食品行业主要企业竞争力 250

###### 一、最具代表性的饼干新品 252

###### 二、面包品种日新月异市场竞争 256

#### 第六章 主要企业发展概况分析 260

##### 第一节 福建达利食品集团有限公司 260

###### 一、达利简介 260

###### 二、蛋黄派标准实施条件下的达利 260

##### 第二节 开平市嘉士利食品有限公司 261

###### 一、嘉士利概况 261

###### 二、嘉士利产销情况 262

###### 三、嘉士利成长分析 262

##### 第三节 青岛食品股份有限公司 264

##### 第四节 好利来实业发展有限公司 265

###### 一、基本概况 265

###### 二、好利来管理精髓分析 266

##### 第五节 北京稻香村食品集团公司 268

###### 一、基本概况 268

###### 二、公司动态 269

##### 第六节 上海达能饼干食品有限公司 271

###### 一、基本概况 271

###### 二、达能的 品牌分析 271

##### 第七节 上海克莉丝汀食品有限公司 276

###### 一、基本概况 276

###### 二、克莉丝汀市场满意度 277

第八节 徐福记国际集团	278
一、徐福记战略分析	278
二、徐福记的终端直营分析	280
第九节 广州酒家企业集团利口福食品有限公司	283
一、基本概况	283
二、公司动态	284
第十节 上好佳(中国)有限公司	287
一、基本概况	287
二、上好佳休闲食品市场	288

#### 第四部分 行业发展趋势

第七章 中国焙烤食品行业与WTO	289
第一节 WTO对我国焙烤食品业的影响	289
一、外资的进入	289
二、关税的变化	290
第二节 WTO对焙烤食品行业的影响因素	291
一、不利因素	291
二、有利因素	292

第八章 行业产业政策解读	294
第一节 焙烤食品行业产业政策分析	294
一、焙烤食品业将全面实施标准化管理	294
二、新月饼国标	295
三、广东《焙烤食品生产规范》	296
四、欧盟针对饼干等食品起草新法案	297
第二节 焙烤食品行业产业发展规划	298
一、行业调整及发展思路	298
二、开发农村焙烤市场	299

第九章 烘焙食品行业营销策略	301
第一节 超市渠道中的烘焙产品营销策略	301
一、连锁超市烘焙部门的主要经营方式	301



二、连锁超市烘焙部门经营的瓶颈	302
三、专业化分工合作仍是超市烘焙经营的基本策略	303
四、原料供应商超市渠道的营销诀窍	304
第二节 焙烤企业零售"终端营销"攻略	305
一、焙烤部门在连锁超市中的地位	305
二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题	305
三、焙烤企业的终端营销策略	306
第十章 行业发展前景预测	308
第一节 国内焙烤食品行业发展趋势	308
一、生产经营规模以产品大类特点来区分	308
二、企业生产经营管理观念改变	308
三、竞争会日趋激烈，市场中高档产品容量不断增长	309
四、注重产品质量，产品生产标准化	309
五、产品生产研发相关行业专业化协作程度提高	309
第二节 烘焙食品产品趋势	310
一、安全、卫生是最基本的发展趋势	310
二、注意营养价值和营养平衡	311
三、全谷物烘焙食品的开发	312
四、功能性烘焙食品配料发展迅速	312
五、低能量、无糖烘焙食品的开发	314
六、烘焙食品创新多元化	315
第三节 焙烤食品行业新机遇	316
第四节 饼干业发展策略	319
一、竞争要讲求策略	320
二、要有新的增长点	321
三、关键是找准自身特色	322

## 图表目录

图表：美国甜焙烤食品零售额	10
图表：2005年糕点、饼干产量增长示意图	21
图表：2006年1-8月糕点饼干累计完成产量	21

- 图表：2006年1-8月糕点饼干产量累计同比增幅 22
- 图表：2006年中国焙烤食品名牌产品名单 22
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计产成品 25
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计产成品比去年同期增长 26
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计产品销售收入 27
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计产品销售收入比去年同期增长 28
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计工业总产值 29
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计工业总产值比去年同期增长 30
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计企业单位数 31
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计全部从业人员平均人数 32
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计全部从业人员平均人数比去年同期增长 33
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计资产总计 34
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计流动资产平均余额 35
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计固定资产净值平均余额 36
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计资产总计比去年同期增长 37
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计流动资产平均余额比去年同期增长 38
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计固定资产净值平均余额比去年同期增长 39
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计负债合计 40
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计负债合计比去年同期增长 41
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造资本负债率 42
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计利润总额 43
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造去年本月止累计利润总额 44
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计亏损企业单位数 45
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计亏损企业亏损总额 46
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造累计亏损企业亏损总额比去年同期增长 47
- 图表：2006年1-10月各省市糕点、面包制造资金利润率 48
- 图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计产成品 49
- 图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计产成品比去年同期增长 50
- 图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计产品销售收入 51
- 图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计产品销售收入比去年同期增长 52
- 图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计工业总产值 53
- 图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计工业总产值比去年同期增长 54

图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计企业单位数	55
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计全部从业人员平均人数	56
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计全部从业人员平均人数比去年同期增长	57
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计资产总计	58
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计流动资产平均余额	59
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计固定资产净值平均余额	60
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计资产总计比去年同期增长	61
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计流动资产平均余额比去年同期增长	62
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计负债合计	63
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计负债合计比去年同期增长	64
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造资本负债率	65
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计利润总额	66
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造去年本月止累计利润总额	67
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计亏损企业单位数	68
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计亏损企业亏损总额	69
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造累计亏损企业亏损总额比去年同期增长	70
图表：2006年1-10月各省市饼干及其他焙烤食品制造资金利润率	71
图表：2006年1月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	72
图表：2006年2月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	72
图表：2006年3月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	72
图表：2006年4月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	73
图表：2006年5月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	73
图表：2006年6月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	73
图表：2006年7月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	73
图表：2006年8月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	74
图表：2006年9月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	74
图表：2006年10月面包、糕点、饼干等焙烤食品进口数据	74
图表：2006年1月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	75
图表：2006年2月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	75

图表：2006年3月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	75
图表：2006年4月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	76
图表：2006年5月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	76
图表：2006年6月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	76
图表：2006年7月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	77
图表：2006年8月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	77
图表：2006年9月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	77
图表：2006年10月面包、糕点、饼干等焙烤食品出口数据	78
图表：法式面包材料选择	82
图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表	85
图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较	86
图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较	87
图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较	87
图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况	88
图表：影响面包消费者购买的因素比较	89
图表：2005年2-12月饼干产品产量全国合计	94
图表：2005年2-12月饼干产品产量北京合计	94
图表：2005年2-12月饼干产品产量天津合计	95
图表：2005年2-12月饼干产品产量河北合计	95
图表：2005年2-12月饼干产品产量山西合计	96
图表：2005年2-12月饼干产品产量辽宁合计	96
图表：2005年2-12月饼干产品产量吉林合计	96
图表：2005年2-12月饼干产品产量黑龙江合计	97
图表：2005年2-12月饼干产品产量上海合计	97
图表：2005年2-12月饼干产品产量江苏合计	98
图表：2005年2-12月饼干产品产量浙江合计	98
图表：2005年2-12月饼干产品产量安徽合计	99
图表：2005年2-12月饼干产品产量福建合计	99
图表：2005年2-12月饼干产品产量江西合计	100
图表：2005年2-12月饼干产品产量山东合计	100
图表：2005年2-12月饼干产品产量河南合计	100
图表：2005年2-12月饼干产品产量湖北合计	101

图表：2005年2-12月饼干产品产量湖南合计	101
图表：2005年2-12月饼干产品产量广东合计	102
图表：2005年2-12月饼干产品产量广西合计	102
图表：2005年2-12月饼干产品产量四川合计	103
图表：2005年2-12月饼干产品产量云南合计	103
图表：2005年2-12月饼干产品产量陕西合计	104
图表：2005年2-12月饼干产品产量内蒙古合计	104
图表：2006年2-10月饼干产品产量全国合计	105
图表：2006年2-10月饼干产品产量北京合计	105
图表：2006年2-10月饼干产品产量天津合计	105
图表：2006年2-10月饼干产品产量河北合计	106
图表：2006年2-10月饼干产品产量辽宁合计	106
图表：2006年2-10月饼干产品产量吉林合计	107
图表：2006年2-10月饼干产品产量黑龙江合计	107
图表：2006年2-10月饼干产品产量上海合计	107
图表：2006年2-10月饼干产品产量江苏合计	108
图表：2006年2-10月饼干产品产量浙江合计	108
图表：2006年2-10月饼干产品产量安徽合计	109
图表：2006年2-10月饼干产品产量福建合计	109
图表：2006年2-10月饼干产品产量江西合计	109
图表：2006年2-10月饼干产品产量山东合计	110
图表：2006年2-10月饼干产品产量河南合计	110
图表：2006年2-10月饼干产品产量湖北合计	111
图表：2006年2-10月饼干产品产量湖南合计	111
图表：2006年2-10月饼干产品产量广东合计	111
图表：2006年2-10月饼干产品产量广西合计	112
图表：2006年2-10月饼干产品产量四川合计	112
图表：2006年2-10月饼干产品产量云南合计	113
图表：2006年2-10月饼干产品产量陕西合计	113
图表：2006年2-10月饼干产品产量内蒙古合计	113
图表：2006年2月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	114
图表：2006年3月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	114

图表：2006年4月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	115
图表：2006年5月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	115
图表：2006年6月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	115
图表：2006年7月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	116
图表：2006年8月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	116
图表：2006年9月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	117
图表：2006年10月饼干及其他焙烤食品制造收入前10家企业	117
图表：人们最常食用饼干的场合	119
图表：最常食用的饼干种类	119
图表：全球饼干平均售价	138
图表：全球饼干的人均消费量	139
图表：月饼的主要来源	153
图表：月饼市场中的突出问题	153
图表：对月饼质量不满意的主要原因	154
图表：对过度包装的看法	155
图表：对规范月饼市场的建议	155
图表：2005年2-12月糕点产品产量全国合计	176
图表：2005年2-12月糕点产品产量北京合计	176
图表：2005年2-12月糕点产品产量天津合计	177
图表：2005年2-12月糕点产品产量河北合计	177
图表：2005年2-12月糕点产品产量山西合计	178
图表：2005年2-12月糕点产品产量辽宁合计	178
图表：2005年2-12月糕点产品产量吉林合计	179
图表：2005年2-12月糕点产品产量黑龙江合计	179
图表：2005年2-12月糕点产品产量上海合计	180
图表：2005年2-12月糕点产品产量江苏合计	180
图表：2005年2-12月糕点产品产量浙江合计	180
图表：2005年2-12月糕点产品产量安徽合计	181
图表：2005年2-12月糕点产品产量福建合计	181
图表：2005年2-12月糕点产品产量江西合计	182
图表：2005年2-12月糕点产品产量山东合计	182
图表：2005年2-12月糕点产品产量河南合计	183

图表：2005年2-12月糕点产品产量湖北合计	183
图表：2005年2-12月糕点产品产量湖南合计	184
图表：2005年2-12月糕点产品产量广东合计	184
图表：2005年2-12月糕点产品产量广西合计	184
图表：2005年2-12月糕点产品产量海南合计	185
图表：2005年2-12月糕点产品产量重庆合计	185
图表：2005年2-12月糕点产品产量四川合计	186
图表：2005年2-12月糕点产品产量贵州合计	186
图表：2005年2-12月糕点产品产量云南合计	187
图表：2005年2-12月糕点产品产量陕西合计	187
图表：2005年2-12月糕点产品产量甘肃合计	188
图表：2005年2-12月糕点产品产量新疆合计	188
图表：2005年2-12月糕点产品产量宁夏合计	188
图表：2005年2-12月糕点产品产量内蒙古合计	189
图表：2006年2-10月糕点产品产量全国合计	189
图表：2006年2-10月糕点产品产量北京合计	190
图表：2006年2-10月糕点产品产量天津合计	190
图表：2006年2-10月糕点产品产量河北合计	191
图表：2006年2-10月糕点产品产量山西合计	191
图表：2006年2-10月糕点产品产量辽宁合计	191
图表：2006年2-10月糕点产品产量吉林合计	192
图表：2006年2-10月糕点产品产量黑龙江合计	192
图表：2006年2-10月糕点产品产量上海合计	193
图表：2006年2-10月糕点产品产量江苏合计	193
图表：2006年2-10月糕点产品产量浙江合计	193
图表：2006年2-10月糕点产品产量安徽合计	194
图表：2006年2-10月糕点产品产量福建合计	194
图表：2006年2-10月糕点产品产量江西合计	195
图表：2006年2-10月糕点产品产量山东合计	195
图表：2006年2-10月糕点产品产量河南合计	195
图表：2006年2-10月糕点产品产量湖北合计	196
图表：2006年2-10月糕点产品产量湖南合计	196

图表：2006年2-10月糕点产品产量广东合计	197
图表：2006年2-10月糕点产品产量广西合计	197
图表：2006年2-10月糕点产品产量海南合计	197
图表：2006年2-10月糕点产品产量重庆合计	198
图表：2006年2-10月糕点产品产量四川合计	198
图表：2006年2-10月糕点产品产量贵州合计	199
图表：2006年2-10月糕点产品产量云南合计	199
图表：2006年2-10月糕点产品产量陕西合计	199
图表：2006年2-10月糕点产品产量新疆合计	200
图表：2006年2-10月糕点产品产量宁夏合计	200
图表：2006年2-10月糕点产品产量内蒙古合计	201
图表：2006年2月糕点、面包制造收入前10家企业	201
图表：2006年3月糕点、面包制造收入前10家企业	201
图表：2006年4月糕点、面包制造收入前10家企业	202
图表：2006年5月糕点、面包制造收入前10家企业	202
图表：2006年6月糕点、面包制造收入前10家企业	203
图表：2006年7月糕点、面包制造收入前10家企业	203
图表：2006年8月糕点、面包制造收入前10家企业	203
图表：2006年9月糕点、面包制造收入前10家企业	204
图表：2006年10月糕点、面包制造收入前10家企业	204
图表：广州饼干样品各项指标合格的品牌	214
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	229
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	230
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	230
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌态度调研涉及品牌	231
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌市场规模	231
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买频次	232
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买周期	232
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买影响因素	233
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买产品类型	234
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买价格	234
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌购买地点	235



图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌未提示第一提及率	236
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌未提示累计提及率	236
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌未提示加权提及率	237
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌提示后累计提及率	238
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌渗透率	239
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌喜爱度	239
图表：五城市高校学生饼干/派/糕点品牌预购率	240
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	241
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	241
图表：五城市高校学生对饼干/派/糕点品牌产品营养评价	242
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	243
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	243
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	244
图表：国内焙烤市场的竞争情况	246
图表：焙烤行业中，网络商业营销的情况	249
图表：广州酒家利口福公司2005-2006年度年货/休闲小食产品价格目表	286
图表：供应商专营店终端方式对比	307

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44387.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。