



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 07-2010方便食品投资价值及竞争力报告

# 一、调研说明

《07-2010方便食品投资价值及竞争力报告》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/56053.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

### 07-2010方便食品投资价值及竞争力报告

#### 报告目录

#### 第一部分方便食品行业运行情况8

##### 第一章中国方便食品行业企业概况8

###### 第一节企业性质分析9

###### 第二节企业规模分析10

###### 第三节企业区域分布11

##### 第二章2005-2007年中国方便食品行业生产情况12

###### 第一节中国方便食品行业总产量13

###### 第二节中国方便食品行业区域特征分析14

###### 第三节不同规模企业产量15

##### 第三章2005-2007年中国方便食品行业销售情况16

###### 第一节中国都制品行业销售规模变动轨迹17

###### 第二节中国方便食品区域特征分析18

###### 第三节中国方便食品行业中不同规模企业销售额19

##### 第四章方便食品进出口情况20

###### 第一节方便食品进出口总量21

###### 第二节方便食品进出口结构22

##### 第五章方便食品细分产品产销情况23

###### 第一节即食食品24

###### 第二节速冻食品25

###### 第三节干的或粉状方便食品26

###### 第四节罐头食品27

#### 第二部分行业竞争情况分析28

##### 第六章上游原料行业议价能力28

###### 第一节上游原材料供应量29

###### 一、2005-2007年方便食品主要原料产量30

###### 二、主要原材料区域分布31

###### 三、2005-2007年主要原材料进出口总量32

###### 第二节原材料价格33

一、近年我国方便食品主要原料产品的价格变动趋势34

二、不同地区方便食品主要原料产品价格35

第三节原材料供应商议价能力36

一、原材料价格上涨在一定程度上促使方便食品涨价37

二、中国方便食品主要原料产品的供求对比38

三、原材料行业与方便食品行业的议价能力39

第七章下游行业议价能力40

第一节方便食品消费总量分析41

一、2005-2007年方便食品消费总量42

二、重点地区消费量分析43

三、方便食品消费结构44

第二节方便食品消费影响因素45

一、产品质量因素46

二、产品价格因素47

三、渠道因素48

四、品牌因素49

第三节方便食品的渠道分析50

一、直销51

二、便利店52

三、批发商53

四、超市、大卖场54

五、出口贸易55

第四节下游议价能力综述（消费者、经销商）56

第八章方便食品厂商竞争分析57

第一节国内方便食品市场竞争主体58

一、直接面对消费者商铺59

二、中小方便食品加工企业60

三、方便食品加工集团61

第二节方便食品企业之间的竞争程度62

一、行业集中度63

二、产品差异化程度64

三、不同竞争主体的盈利对比65

四、重点地区方便食品竞争格局	66
五、不同种类产品竞争格局	67
第三节方便食品企业竞争因素分析	68
一、原料采购与制造	69
二、市场营销	70
三、品牌竞争	71
第四节方便食品企业竞争行为总结	72
第九章方便食品潜在进入者威胁	73
第一节方便食品行业进入壁垒	74
一、市场准入机制	75
二、市场竞争状况	76
三、渠道资源问题	77
第二节新进入者主要群体竞争力	78
一、直接面对消费者商铺	79
二、中小方便食品加工企业	80
三、方便食品加工集团	81
第三节新进入者将对市场的影响	82
一、具有局部性	83
二、竞争激烈程度	84
第十章方便食品替代产品的发展	85
第一节方便食品的替代品发展	86
第二节替代品发展对方便食品市场的影响	87
第三节针对替代品影响提出的改进策略	88
第三部分行业内重点企业分析	89
第十一章华龙日清	90
第一节公司基本概况	90
一、企业组织结构	90
二、企业业务结构	91
三、企业发展理念	92
第二节公司经营情况	93
一、2005-2007年公司产销情况	93
二、公司财务指标分析	94

### 第三节公司未来发展规划及发展前景分析95

#### 一、企业发展战略规划95

#### 二、企业发展前景96

### 第十二章统一集团97

#### 第一节公司基本概况97

##### 一、企业组织结构97

##### 二、企业业务结构98

##### 三、企业发展理念99

#### 第二节公司经营情况100

##### 一、2005-2007年公司产销情况100

##### 二、公司财务指标分析101

### 第三节公司未来发展规划及发展前景分析102

#### 一、企业发展战略规划102

#### 二、企业发展前景103

### 第十三章顶益国际104

#### 第一节公司基本概况104

##### 一、企业组织结构104

##### 二、企业业务结构105

##### 三、企业发展理念106

#### 第二节公司经营情况107

##### 一、2005-2007年公司产销情况107

##### 二、公司财务指标分析108

### 第三节公司未来发展规划及发展前景分析109

#### 一、企业发展战略规划109

#### 二、企业发展前景110

### 第十四章斯美特食品111

#### 第一节公司基本概况111

##### 一、企业组织结构111

##### 二、企业业务结构112

##### 三、企业发展理念113

#### 第二节公司经营情况114

##### 一、2005-2007年公司产销情况114

二、公司财务指标分析	115
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	116
一、企业发展战略规划	116
二、企业发展前景	117
第十五章河南思念	118
第一节公司基本概况	118
一、企业组织结构	118
二、企业业务结构	119
三、企业发展理念	120
第二节公司经营情况	121
一、2005-2007年公司产销情况	121
二、公司财务指标分析	122
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	123
一、企业发展战略规划	123
二、企业发展前景	124
第十六章龙大食品集团	125
第一节公司基本概况	125
一、企业组织结构	125
二、企业业务结构	126
三、企业发展理念	127
第二节公司经营情况	128
一、2005-2007年公司产销情况	128
二、公司财务指标分析	129
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	130
一、企业发展战略规划	130
二、企业发展前景	131
第十七章三全食品	132
第一节公司基本概况	132
一、企业组织结构	132
二、企业业务结构	133
三、企业发展理念	134
第二节公司经营情况	135

一、2005-2007年公司产销情况	135
二、公司财务指标分析	136
第三节公司未来发展规划及发展前景分析	137
一、企业发展战略规划	137
二、企业发展前景	138
第三部分行业发展前景分析	139
第十八章方便食品行业发展外部环境分析	140
第一节中国方便食品所处的政策环境	140
一、国家加强方便食品质量监管	141
二、国家支持方便食品品牌建设	142
三、中国方便食品贸易政策	143
第二节中国方便食品行业所处的经济环境	144
一、2008年中国经济走势	145
二、居民食品消费支出	146
第十九章方便食品行业发展趋势预测	147
第一节方便食品市场预测	147
一、2008-2010年中国方便食品生产规模预测	148
二、2008-2010年中国方便食品销售规模预测	149
三、方便食品产品结构预测	150
四、2008-2010年方便食品贸易情况	151
第二节方便食品行业发展趋势预测	152
一、方便食品消费需求动向	153
二、方便食品行业生命周期分析	154
三、方便食品制造技术动向	155
四、方便食品品牌发展趋势	156
五、方便食品行业竞争趋势分析	157
第二十章方便食品企业经营策略及报告总结	158
第一节方便食品企业经营策略	158
一、品牌策略	159
二、营销策略	160
三、产品策略	161
第二节报告总结	162



详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56053.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。