



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国焙烤食品行业市场分 析及发展趋势预测研究报告（2 007年第二版

一、调研说明

《2007年中国焙烤食品行业市场分析及发展趋势预测报告（2007年第二版）》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/56104.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

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年美国甜焙烤食品零售额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月焙烤食品制造收入前十家企业45

图表：2007年5月焙烤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：国内烘焙市场的竞争情况217
图表：烘焙行业中，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
B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/56104.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。