

2009年中国烘焙食品市场分析及发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国烘焙食品市场分析及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/3100231002.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 2008年中国烘焙食品行业运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国烘焙食品行业运行政策环境分析

- (一) 食品馅料国家标准分析
- (二) 饼干新国标政策分析
- (三) 烘焙食品业将全面实施标准化管理
- (四) 关于糕点行业实施市场准入(QS)有关规定

三、2008年中国烘焙食品行业运行技术环境分析

第二章 烘焙食品的概述

一、烘焙食品的定义和发展历程

- (一) 烘焙食品的定义
- (二) 烘焙食品发展历程

二、烘焙食品的特性

- (一) 具有相对的独立性
- (二) 具有较高的营养价值
- (三) 具有食用方便，便于携带的特点

三、主要烘焙食品生产工艺

- (一) 饼干的生产工艺简述
- (二) 面包的生产工艺简述

第三章 烘焙食品保鲜分析

一、烘焙食品保鲜概述与目的

- (一) 食品保鲜的定义
- (二) 烘焙食品保鲜概述
- (三) 保鲜的目的

二、烘焙食品保鲜技术分析

- (一) 必要性
- (二) 重要性
- (三) 紧迫性

三、解决烘焙食品保鲜问题的方法途经

- (一) 食品科学基本原理概述

- (二) 各种保鲜方法的利弊
- (三) 添加剂保鲜技术是目前最理想的保鲜方法
- (四) 食品添加剂技术
- (五) 防腐剂在烘焙食品保鲜中的应用
- (六) 抗氧化剂在烘焙食品保鲜中的应用
- (七) 品质改良剂与烘焙食品的保鲜

第四章 2008年全球烘焙食品市场运行动态分析

一、2008年全球烘焙食品市场简况

- (一) 欧洲烘焙食品市场概述
- (二) 美国烘焙食品市场发展状况
- (三) 新加坡烘焙食品发展状况
- (四) 俄罗斯烘焙食品行业日益兴盛
- (五) 全球烘焙食品发展的态势

二、2008年国外烘焙食品产业发展概况分析

- (一) 比利时
- (二) 保加利亚
- (三) 丹麦
- (四) 芬兰
- (五) 法国
- (六) 德国
- (七) 希腊
- (八) 意大利
- (九) 荷兰
- (十) 西班牙
- (十一) 土耳其
- (十二) 英国

三、2009-2012年全球食品添加剂市场的发展趋势分析

- (一) 天然产物受青睐
- (二) 安全、低热量、低吸收品种优势
- (三) 特定保健功能品种发展迅速

四、2009-2012年全球烘焙食品业发展趋势分析

- (一) 全球上烘焙食品行业的发展水平及技术发展趋势
- (二) 欧美发达国家面包业的流行趋势
- (三) F烘焙食品将成为烘焙业发展的主流
- (四) 健康食品是最有发展前景的未来食品

第五章 2008年中国烘焙食品行业运行状况分析

一、2008年中国烘焙食品行业分析

- (一) 中国烘焙食品行业发展简述
- (二) 中国烘焙食品行业总体发展态势良好
- (三) 中国烘焙食品业展会形成三足鼎立
- (四) 烘焙食品市场利润高门槛低
- (五) 农村烘焙市场有机可寻
- (六) 低能量健康烘焙食品市场前景广阔

二、2008年中国烘焙食品的市场特性分析

- (一) 竞争残酷，品牌是关键
- (二) 中高端市场成为争夺焦点
- (三) 生产趋于专业化、标准化

三、2008年中国部分地区烘焙食品行业发展状况分析

- (一) 上海烘焙行业运行状况
- (二) 河南烘焙行业蓄势待发
- (三) 西安烘焙市场发展状况
- (四) 海口烘焙食品市场竞争日益激烈

四、2008年中国烘焙食品行业的问题及发展策略分析

- (一) 烘焙食品行业发展遭遇同质危机
- (二) 烘焙食品业应走细分化道路
- (三) 烘焙食品企业零售终端销售策略

五、2008年中国烘焙食品行业的连锁超市经营状况分析

- (一) 烘焙部门在连锁超市中的地位
- (二) 烘焙部门在连锁超市中的经营难题
- (三) 连锁超市烘焙部门的主要经营方式
- (四) 连锁超市烘焙部门经营的瓶颈

六、2008年中国低能量烘焙食品发展分析

- (一) 低能量烘焙食品市场潜力巨大
- (二) 低能量烘焙食品技术开发
- (三) 低能量烘焙食品主要产品

第六章 2008年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——饼干

一、2008年中国饼干行业发展状况分析

- (一) 市场空间巨大外来品牌占主导
- (二) 中低档产品为主
- (三) 高档产品多外来品牌

- (四) 低脂健康产品成市场主流
- (五) 女性成为主要消费群体
- 二、2008年中国饼干市场情况分析
 - (一) 国内饼干市场发展概况
 - (二) 饼干市场消费特点分析
 - (三) 饼干市场流行产品分析
 - (四) 中国饼干市场竞争格局
- 三、2008年中国主要地区饼干市场发展
 - (一) 河南饼干业亟待打造中高端品牌
 - (二) 石家庄饼干市场发展状况
 - (三) 辽宁西部地区饼干市场概况
- 四、2008年中国功能型饼干市场分析
 - (一) 开发功能型饼干的原料选择
 - (二) 功能型饼干产品开发主流
 - (三) 功能型饼干市场发展的局限
 - (四) 开拓功能型饼干市场的策略
- 五、2008年中国饼干市场存在的问题及解决策略分析
 - (一) 饼干市场质量问题严重
 - (二) 国内饼干营销热衷概念炒作
 - (三) 中国饼干企业面临的挑战
 - (四) 中国饼干二线品牌企业发展思路

第七章 2008年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——面包

- 一、2008年全球面包业发展简述
 - (一) 欧洲面包种类及制作原料
 - (二) 法国面包产品简介
 - (三) 日本面包产业的发展历程
- 二、2008年中国面包市场整体状况分析
 - (一) 中国面包烘焙渐成黄金产业
 - (二) 外资在青岛面包市场的竞争加剧
 - (三) 不同经营型态面包店的盈利策略
- 三、2008年中国江西资溪打造面包产业集群
 - (一) 面包业成资溪支柱产业
 - (二) 资溪面包市场竞争力有待提高
 - (三) 资溪打造面包产业核心竞争力的策略

第八章 2008年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——糕点

一、2008年中国糕点市场概况分析

- (一) 中国糕点市场发展迅猛
- (二) 外资糕点品牌在中国市场急剧扩张
- (三) 国内外糕点行业对比分析

二、2008年中国主要地区糕点市场概述

- (一) 南京糕点市场消费步入高端化
- (二) 武汉糕点市场的口味之争
- (三) 昆明糕点市场竞争及发展趋势

三、2008年中国糕点行业存在的问题及策略分析

- (一) 糕点生产的质量问题及控制对策
- (二) 中式糕点行业期待升级
- (三) 中国糕点行业发展策略

四、2008年中国糕点业品牌化竞争分析

- (一) 传统糕点业转战西饼市场
- (二) 西饼市场竞争迅速进入白热化
- (三) 品牌及技术成生存关键

五、2008年中国糕点连锁市场竞争激烈

- (一) 新兴连锁店生意火
- (二) 外资品牌野心勃勃
- (三) 本土老字号压力沉重

第九章 2008年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——月饼

一、2008年中国月饼市场发展概况分析

- (一) 消费者对月饼的认可及口味喜好分析
- (二) 餐饮业月饼市场发展状况
- (三) 健康月饼迎来发展契机
- (四) 长假新方案使月饼市场发展利好
- (五) 月饼市场迎来健康发展新气象
- (六) 老字号与新锐派争芳斗妍

二、2008年我国月饼市场呈现三大特色

- (一) 传统月饼与个性化月饼共存
- (二) 低糖月饼专供特殊人群
- (三) 月饼打出文化品牌

三、2008年中国广式月饼市场发展分析

- (一) 广式月饼的由来及特点
- (二) 广式月饼发展历史追溯

- (三) 广式月饼称雄国内市场
- (四) 广式月饼新品牌市场拓展策略
- 四、2008年中国苏式月饼市场发展分析
 - (一) 苏式月饼的制作原料及特点
 - (二) 苏式月饼面临市场的全新挑战
 - (三) 苏式月饼出口的困难及改善状况
 - (四) 苏式月饼发展策略分析
- 五、2008年中国月饼包装行业发展状况
 - (一) 国内月饼包装的发展阶段
 - (二) 月饼行业走入过度包装的误区
 - (三) 月饼包装的注意事项及策略
- 六、2008年中国月饼行业存在的问题分析
 - (一) 月饼价格背离本身价值
 - (二) 月饼市场浪费现象严重
 - (三) 天价月饼转入网络销售
 - (四) 原材料价格上涨引领月饼涨价
- 第十章 2008年中国烘焙食品制造行业重点制造厂商分析
 - 一、百事食品(中国)有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况分析
 - (三) 企业竞争力分析
 - 二、上好佳(中国)有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况分析
 - (三) 企业竞争力分析
 - 三、漯河临颖县亲亲食品有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况分析
 - (三) 企业竞争力分析
 - 四、杭州顶园食品有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况分析
 - (三) 企业竞争力分析
 - 五、安阳市健丰食品有限公司
 - (一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

六、好丽友食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

七、福建福马食品集团有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

八、乐天(中国)食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

九、上海达能饼干食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

十、济南达利食品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第十一章 2008年中国烘焙食品原料行业发展状况分析

一、小麦粉(面粉)行业

(一) 面粉的种类、性能及烘焙食品对面粉的要求

(二) 中国面粉行业的发展状况

(三) 2008年面粉及上游行业总体分析

(四) 2007年小麦涨价致使面粉相关行业成本提高

(五) 中国面粉行业存在的主要问题

(六) 2009-2012年中国面粉行业的发展趋势分析

二、油脂市场

(一) 2008年国内油脂市场价格分析

(二) 烘焙油脂的定义及分类

(三) 功能性油脂在烘焙食品中的应用

(四) 烘焙油脂市场发展空间大

（五）2009-2012年中国油脂市场发展趋势分析

第十二章 2008年食品添加剂在烘焙食品中的应用情况分析

一、脱氢醋酸钠在烘焙食品中的应用

- （一）脱氢醋酸钠的主要特性
- （二）脱氢醋酸钠的生产方法
- （三）脱氢醋酸钠的质量指标
- （四）脱氢醋酸钠在烘焙食品中的应用

二、溴酸钾在烘焙食品应用的问题分析

三、油脂类、大豆类制品在烘焙食品中的应用

- （一）油脂类制品在烘焙食品中的应用
- （二）磷脂类制品在烘焙食品中的应用
- （三）蛋白类制品在烘焙食品中的应用
- （四）大豆副产品在烘焙食品中的应用

四、淀粉糖在烘焙食品中的使用分析

五、甜味剂和填充剂在低能量烘焙食品中的应用

- （一）甜味剂在低能量烘焙食品中的应用
- （二）填充剂在低能量烘焙食品中的应用
- （三）技术难题及解决办法

六、魔芋胶及甘露粉在烘焙食品中的应用

- （一）魔芋胶、甘露粉与低脂烘焙食品
- （二）魔芋胶、甘露粉与低热量烘焙食品
- （三）魔芋胶、甘露粉与高纤维烘焙食品

七、无糖烘焙原料在烘焙食品中的应用分析

第十三章 2009-2012年中国烘焙食品行业发展趋势及策略分析

一、2009-2012年中国烘焙食品发展前景及趋势分析

- （一）我国烘焙食品行业的技术发展趋势
- （二）我国烘焙食品行业发展趋势分析
- （三）纸包装在烘焙行业中的发展空间
- （四）“十一五”我国食品工业发展趋势

二、2009-2012年中国主要烘焙产品发展前景及趋势

- （一）中国饼干行业发展趋势分析
- （二）月饼行业发展方向分析
- （三）未来面包产品的发展趋势

三、2009-2012年中国烘焙食品市场竞争趋势分析

- （一）竞争残酷，品牌是关键

(二) 中高端市场成为争夺焦点

(三) 生产趋于专业化、标准化

四、2009-2012年中国烘焙食品产品消费趋势分析

(一) 健康卫生的注重

(二) 注重营养价值和营养平衡

(三) 全谷物烘焙食品的开发

(四) 功能性烘焙食品配料发展迅速

(五) 低能量、无糖烘焙食品的开发

(六) 烘焙食品创新多元化

五、2009-2012年中国连锁超市烘焙类食品的经营趋势分析

(一) 超市烘焙食品经营的起源和销售地位

(二) 东西方文化在超市烘焙类食品消费和经营上的差异

(三) 连锁超市经营模式转变带来的影响

六、2009-2012年中国烘焙食品市场机遇与挑战分析

(一) 生活节奏的加快促进面包在中国市场的销售

(二) 高端产品和新一代产品的发展

(三) 以健康优质生命为目标的烘焙食品的发展

(四) 在循序渐进中不断巩固

(五) 不断改进的零售方式和全球化渗透

七、2009-2012年超市渠道中的烘焙产品营销策略分析

(一) 专业化分工合作是超市烘焙经营的基本策略

(二) 烘焙企业的终端营销策略

八、2009-2012年中国月饼品牌的市场发展策略分析

(一) 诚信经营策略

(二) 品牌导航策略

(三) 文化营销策略

(四) 形象扮靓策略

(五) 通路扁平策略

九、2009-2012年中国二线品牌饼干企业发展策略分析

(一) 中国二线品牌饼干企业发展环境

(二) 中国二线品牌饼干企业发展策略

图表目录(部分)：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/3100231002.html>