

2021年中国烘焙市场分析报告- 市场现状调查与发展战略规划

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《2021年中国烘焙市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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/536171536171.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

烘焙食品是以面粉和酵母为基本原料，添加盐、糖、油脂、乳品、鸡蛋、水和添加剂等，经过一系列复杂的工艺手段烘焙而成的方便食品。烘焙食品通常作为点心食用而非正餐食用，其类别主要包括面包、糕点、蛋糕和混合甜点四大类。

近年来，随着人们生活节奏加快以及西方饮食文化的渗透，烘焙食品逐渐在早餐市场中崭露头角，市场规模也进一步增大，2020年我国烘焙食品市场规模约2657亿元。

2015-2020年我国烘焙食品行业市场规模 数据来源：公开资料

一、供应商的议价能力

烘焙行业的上游供应商主要包括农产品厂商、器材厂商、场地供应者以及水电等公用企业，其中，最基础的供应商为玉米、大米、鸡蛋等农产品供应商，近年来，我国农产品的价格上涨，呈供不应求的形势，因此，农产品供应商的议价能力较强。

烘焙企业生产成本构成

成本要素

释义

直接原材料成本

所有配方中所需要的原材料如面粉、油脂、糖、奶粉、盐、改良剂及其他的添加物等

间接原材料成本

包括烤盘所用的衬纸、装烘焙品所用的塑料箱、称量容器等

人工成本

直接人工成本：是指烘焙师傅；间接人工成本：是指管理人员、销售人员、清洁人员等

设备及厂房的折旧

是指在投资开始属于不动产的厂房及设备，经过常年的使用和运作，其原有的价值会逐年递减

场地租金

是指租赁生产场地所固定的支出

包装材料

是指包装烘焙品所使用的材料

能耗

是指生产红备品所消耗的水、电、燃气等资料来源：公开资料

二、购买者的议价能力

烘焙食品基本属于终端消费，是人们日常生活、休闲的重要食物，近年来中国烘焙食品人均消费量逐年增长。但由于烘焙食品保质期较长，存储自由度较大，产品辐射人群广，顾客讨价还价能力较弱。

2013-2019年我国人均烘焙食品消费量 数据来源：公开资料

三、新进入者的威胁

一方面，进入我国烘焙食品行业所需的初始资本投入相对较低，不仅其他食品企业或非食品企业对烘焙食品市场有所投资，一些新成立的公司也可以进入这一行业，烘焙食品行业相关注册量在2015年开始快速增长。但另一方面，随着近年来我国各方更加关注食品安全，加大了对食品行业的监察力度及提高了行业的准入资质门槛，加上我国现今的烘焙食品行业具有一定的规模经济，在产品规格、性能上的差异虽不大，但在无形差异上，现有龙头企业已在消费者心中树立良好的品牌形象，因此新进入者将面临进入障碍及更强品牌的障碍。

2010-2019年我国烘焙相关企业新增注册量变化 数据来源：企查查

烘焙食品行业主要壁垒

壁垒

特征

市场准入资格壁垒

《中华人民共和国食品安全法》、《食品生产许可管理办法》以及《食品经营许可管理办法》等法律法规文件规定：在中华人民共和国境内，从事食品生产活动，应当依法取得食品生产许可；从事食品销售和餐饮活动，应当依法取得食品经营许可；国家市场监督管理总局及下属各局负责食品生产许可证、食品经营许可证的制定、印制和发放工作。根据上述规定，进入本行业的企业需取得食品生产、经营许可证书等资质。随着国家对食品质量要求的日趋严格，行业市场准入要求也日趋规范化和进一步提高，食品生产、经营许可资质等市场准入资格成为进入本行业的重要壁垒

食品质量安全控制壁垒

食品安全直接关系到消费者的饮食健康问题，我国政府对食品安全的监管力度逐渐加强。作为食品制造业的烘焙食品原料行业已列为国家重点监管行业，本行业内企业需要获得生产许可证书及相关证照方可经营，且须接受持续的监督管理和日常检查。随着《食品安全法》以及食品安全国家标准的制定和实施，对烘焙食品原料生产企业工艺技术门槛要求提高；同时，消费者对食品安全及质量要求的提高，也对企业提出了更高的要求，要求企业不断进行技术改造，提升质量管理能力，因此，食品质量安全控制已成为进入该行业的主要障碍之一

品牌壁垒

烘焙食品原料行业正在经历从价格竞争到品牌竞争的过渡，随着生活水平的不断提高，健康饮食的观念已经深入人心，消费者将更加看重食品安全和营养价值，在市场产品同质化的背景下，品牌无疑成为食品安全的重要代名词。随着人们生活水平的提高，消费者以及烘焙食品加工销售企业通常会青睐知名度高、品牌信誉好的烘焙食品原料产品。对于烘焙食品原料行业，品牌的确立和市场知名度的提升需要长期的时间和资金的积累，而已经形成品牌知名度的企业将在发展中获取更多的机会

技术和经验壁垒

烘焙食品原料行业具有品种繁多、工艺要求高、产品周期短、更新换代快等特点，目前行业内知名企业均拥有较强的研发团队，拥有成熟的专利和非专利技术，并能够根据市场需求研发、创新并生产出多品项产品，保持客户对公司产品的新鲜感。行业新进入企业因缺乏研发实力，且建立一支成熟的研发团队需较长的时间，保持产品的持续更新换代有较大难度，研发能力等技术问题成为进入本行业的重要壁垒

销售渠道建设和管理能力壁垒

烘焙食品原料属于消费品，销售渠道不仅是企业实现销售收入的终端，也是将产品信息传递给消费者的直接途径。烘焙食品原料行业内的企业主要通过销售网络进行销售，拥有全国性的销售网络有利于企业在商品流通、营销推广、销售信息采集、成本控制、信息系统建设等方面形成优势，而这些方面的优势又有利于销售网络的进一步扩张，形成良性循环。目前，行业内知名企业已经建立了区域性或全国性的销售网络，并通过对销售网络日常管理和终端营销人员有效实施企业营销策略。新进入企业需要投入大量资金和人力，招募营销人员，建立销售网络。销售渠道成为进入本行业的重要壁垒

终端产品的研发和服务壁垒

随着行业竞争的加剧，部分烘焙食品原料生产企业通过向烘焙食品加工销售企业提供终端产品配方和技术来带动原料销售。但我国没有真正的焙烤专业高等院校，职业技术学校也非常少且不规范，行业内应用技术人员的培训仍延续“师傅带徒弟”的模式进行。高端烘焙技术人员往往来自于台湾、日本、欧洲，聘请费用较高，因此烘焙食品原料生产企业想建立一支能满足全国市场的庞大的技术研发和服务队伍非常困难资料来源：公开资料

四、替代品的威胁

烘焙食品作为食品的一类，面临的替代品不下百千种。在休闲食品市场方面，其本身就包含大量的种类，包括蜜饯、巧克力、肉干等，再加上近年来各种新产品的不断涌入市场，对烘焙食品造成较大的威胁，此外，面包、糕点、饼干等烘焙食品彼此之间也会相互成为对方的替代品，市场竞争激烈。

五、同业竞争者的竞争程度

近年来，我国烘焙食品行业迅速成长，外资品牌的进入唤醒了国内烘焙市场，国内一批厂商品牌快速崛起，并借助本土化的优势成为国内烘焙市场的主导力量。由于品牌众多，市场集中度高度分散，2019年CR5市占率仅为10.6%。

2019年我国烘焙行业企业竞争格局 数据来源：公开资料（TC）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国烘焙市场分析报告-市场现状调查与发展战略规划》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国烘焙行业发展概述

第一节 烘焙行业发展情况概述

- 一、烘焙行业相关定义
- 二、烘焙行业基本情况介绍
- 三、烘焙行业发展特点分析
- 四、烘焙行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、烘焙行业需求主体分析

第二节 中国烘焙行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、烘焙行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国烘焙行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国烘焙行业生命周期分析

一、烘焙行业生命周期理论概述

二、烘焙行业所属的生命周期分析

第四节 烘焙行业经济指标分析

一、烘焙行业的赢利性分析

二、烘焙行业的经济周期分析

三、烘焙行业附加值的提升空间分析

第五节 中国烘焙行业进入壁垒分析

一、烘焙行业资金壁垒分析

二、烘焙行业技术壁垒分析

三、烘焙行业人才壁垒分析

四、烘焙行业品牌壁垒分析

五、烘焙行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球烘焙行业市场发展现状分析

第一节 全球烘焙行业发展历程回顾

第二节 全球烘焙行业市场区域分布情况

第三节 亚洲烘焙行业地区市场分析

一、亚洲烘焙行业市场现状分析

二、亚洲烘焙行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲烘焙行业市场前景分析

第四节 北美烘焙行业地区市场分析

一、北美烘焙行业市场现状分析

二、北美烘焙行业市场规模与市场需求分析

三、北美烘焙行业市场前景分析

第五节 欧洲烘焙行业地区市场分析

一、欧洲烘焙行业市场现状分析

二、欧洲烘焙行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲烘焙行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界烘焙行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球烘焙行业市场规模预测

第三章 中国烘焙产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品烘焙总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国烘焙行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国烘焙产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国烘焙行业运行情况

第一节 中国烘焙行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国烘焙行业市场规模分析

第三节 中国烘焙行业供应情况分析

第四节 中国烘焙行业需求情况分析

第五节 我国烘焙行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国烘焙行业供需平衡分析

第七节 中国烘焙行业发展趋势分析

第五章 中国烘焙所属行业运行数据监测

第一节 中国烘焙所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国烘焙所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国烘焙所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国烘焙市场格局分析

第一节 中国烘焙行业竞争现状分析

一、中国烘焙行业竞争情况分析

二、中国烘焙行业主要品牌分析

第二节 中国烘焙行业集中度分析

一、中国烘焙行业市场集中度影响因素分析

二、中国烘焙行业市场集中度分析

第三节 中国烘焙行业存在的问题

第四节 中国烘焙行业解决问题的策略分析

第五节 中国烘焙行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国烘焙行业需求特点与动态分析

第一节 中国烘焙行业消费市场动态情况

第二节 中国烘焙行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 烘焙行业成本结构分析

第四节 烘焙行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国烘焙行业价格现状分析

第六节 中国烘焙行业平均价格走势预测

一、中国烘焙行业价格影响因素

二、中国烘焙行业平均价格走势预测

三、中国烘焙行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国烘焙行业区域市场现状分析

第一节 中国烘焙行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区烘焙市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区烘焙市场规模分析

四、华东地区烘焙市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区烘焙市场规模分析

四、华中地区烘焙市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区烘焙市场规模分析

四、华南地区烘焙市场规模预测

第九章 2017-2020年中国烘焙行业竞争情况

第一节 中国烘焙行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国烘焙行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国烘焙行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 烘焙行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国烘焙行业发展前景分析与预测

第一节 中国烘焙行业未来发展前景分析

一、烘焙行业国内投资环境分析

二、中国烘焙行业市场机会分析

三、中国烘焙行业投资增速预测

第二节 中国烘焙行业未来发展趋势预测

第三节 中国烘焙行业市场发展预测

一、中国烘焙行业市场规模预测

二、中国烘焙行业市场规模增速预测

三、中国烘焙行业产值规模预测

四、中国烘焙行业产值增速预测

五、中国烘焙行业供需情况预测

第四节 中国烘焙行业盈利走势预测

一、中国烘焙行业毛利润同比增速预测

二、中国烘焙行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国烘焙行业投资风险与营销分析

第一节 烘焙行业投资风险分析

一、烘焙行业政策风险分析

二、烘焙行业技术风险分析

三、烘焙行业竞争风险分析

四、烘焙行业其他风险分析

第二节 烘焙行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国烘焙行业发展战略及规划建议

第一节 中国烘焙行业品牌战略分析

- 一、烘焙企业品牌的重要性
- 二、烘焙企业实施品牌战略的意义
- 三、烘焙企业品牌的现状分析
- 四、烘焙企业的品牌战略
- 五、烘焙品牌战略管理的策略

第二节 中国烘焙行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国烘焙行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 烘焙行业竞争力提升策略

- 一、烘焙行业产品差异性策略
- 二、烘焙行业个性化服务策略
- 三、烘焙行业的促销宣传策略
- 四、烘焙行业信息智能化策略
- 五、烘焙行业品牌化建设策略
- 六、烘焙行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国烘焙行业发展策略及投资建议

第一节 中国烘焙行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国烘焙行业营销渠道策略

一、烘焙行业渠道选择策略

二、烘焙行业营销策略

第三节 中国烘焙行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国烘焙行业重点投资区域分析

二、中国烘焙行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/536171536171.html>