

2009-2012年中国烘焙食品市场分析及投资发展趋势研究报告

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《2009-2012年中国烘焙食品市场分析及投资发展趋势研究报告》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/6619066190.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8500元 电子和纸介版: 8800

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

2009-2012年中国烘焙食品市场分析及投资发展趋势研究报告

第一章烘焙食品及烘焙食品保鲜的概述

一、烘焙食品的概述（一）定义和发展历程

（二）烘焙食品的特性

（三）主要烘焙食品生产工艺

二、烘焙食品保鲜概述

（一）烘焙食品保鲜概述与目的

（二）烘焙食品保鲜技术分析

（三）解决烘焙食品保鲜问题的方法途经

第二章 2009-2010年中国烘焙食品行业运行环境分析

一、2009-2010年中国经济发展环境

（一）2009-2010年上半年中国宏观经济运行情况

（二）中国经济复苏路径

（三）2009-2010年下半年宏观经济走势与预测

（四）2009-2010年下半年中央宏观经济政策预测-

将维持扩张二、2009-2010年中国烘焙食品行业政策环境分析

（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、2009-2010年中国烘焙食品行业运行技术环境分析

四、SWOT分析 第三章 2009-2010年全球烘焙食品市场运行动态分析

一、2009-2010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、2009-2010年国外部分国家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、2009-2010-2012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、2009-2010-2012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

第四章 2009-2010年中国烘焙食品行业运行状况分析

一、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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

五、2009-2010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六、2009-2010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

第五章2007-2009年焙烤食品制造行业运行情况

- 一、2007-2009年焙烤食品制造行业销售情况分析
- 二、2007-2009年焙烤食品制造行业负债情况分析
- 三、2007-2009年焙烤食品制造行业资产及变化趋势分析
- 四、2007-2009年焙烤食品制造行业利润及变化趋势分析
- 五、2007-2009年焙烤食品制造行业企业及变化趋势分析

第六章 焙烤食品制造行业企业分布以及主要市场分析

- 一、华东地区焙烤食品制造行业运行情况分析
 - (一) 经营能力分析
 - (二) 盈利能力分析
 - (三) 偿债能力分析
 - (四) 发展能力分析
- 二、华北地区焙烤食品制造行业运行情况分析
 - (一) 经营能力分析
 - (二) 盈利能力分析
 - (三) 偿债能力分析
 - (四) 发展能力分析
- 三、东北地区焙烤食品制造行业运行情况分析
 - (一) 经营能力分析
 - (二) 盈利能力分析
 - (三) 偿债能力分析
 - (四) 发展能力分析
- 四、华南地区焙烤食品制造行业运行情况分析

(一) 经营能力分析

(二) 盈利能力分析

(三) 偿债能力分析

(四) 发展能力分析

五、西南地区焙烤食品制造行业运行情况分析

(一) 经营能力分析

(二) 盈利能力分析

(三) 偿债能力分析

(四) 发展能力分析

六、西北地区焙烤食品制造行业运行情况分析

(一) 经营能力分析

(二) 盈利能力分析

(三) 偿债能力分析

(四) 发展能力分析

第七章 2009-2010年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——饼干

一、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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

第八章 2009-2010年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——面包

一、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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

第九章 2009-2010年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——糕点

一、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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

第十章 2009-2010年中国烘焙食品细分市场发展状况分析——月饼

一、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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、2009-2010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

第十一章 2009-2010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
- 二、上好佳（中国）有限公司
- 三、漯河临颖县亲亲食品有限公司
- 四、杭州顶园食品有限公司
- 五、安阳市健丰食品有限公司
- 六、好丽友食品有限公司
- 七、福建福马食品集团有限公司
- 八、乐天（中国）食品有限公司
- 九、上海达能饼干食品有限公司
- 十、济南达利食品有限公司

说明：重点制造厂商分析内容包括（一）企业概况

（二）企业经营状况分析

（三）企业竞争力分析

第十二章 2009-2010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）2009-2010年面粉及上游行业总体分析
- （四）中国面粉行业存在的主要问题
- （五）2009-2012年中国面粉行业的发展趋势分析

二、油脂市场

- （一）2009-2010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

第十三章 2009-2010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

第十四章 2009-2012年中国烘焙食品行业市场发展趋势分析

一、2009-2012年烘焙食品行业国际市场预测 (一) 烘焙食品行业产能预测 (二) 烘焙食品行业市场需求前景二、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

三、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

四、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

五、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

六、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

第十五章 2009-2012年中国烘焙食品行业市场机遇及发展策略分析一、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二、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三、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

四、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

第十六章 2009-2012年烘焙食品行业投资状况及策略分析 一、 烘焙食品行业投资环境

- (一) 政策环境 (二) 技术环境 (三) 市场环境 二、 烘焙食品行业投资状况分析 (一) 投资效益分析 (二) 投资趋势预测 三、 烘焙食品行业投资方向及建议 (一) 产业发展的空白点分析 (二) 投资回报率比较高的投资方向 (三) 新进入者应注意的障碍因素 四、 烘焙食品行业投资风险及控制策略分析 (一) 市场需求波动 (二) 新技术挑战

图表目录(部分)：

图表：2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表：2009年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2009年中国工业增加值增长率

图表：2005-2009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-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表：2009年1-9月中国外贸增长情况

图表：2009年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2009年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2009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：1992-2009年上半年我国GDP增速走势

图表：2001-2009年上半年我国工业增加值增速走势

图表：2005-2009年上半年我国投资、消费、出口增长走势

图表：1997-2009年上半年我国CPI、PPI走势图

图表：2005-2009年上半年我国进出口贸易走势图

图表：1996-2009年上半年我国货币供应量走势图

图表：2005-2009年上半年我国新增贷款及增速

图表：中国经济增长复苏路径

图表：2009年下半年CPI预测

图表：2009年宏观经济各项指标预测

图表：1979-2009年中国财政赤字率

图表：1998-2009年中国财政负债率

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/6619066190.html>