

2021-2027年中国焙烤食品 市场研究与投资策略报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国焙烤食品市场研究与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202108/30-424887.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

焙烤食品泛指面食制品中采用焙烤工艺的一大类产品。焙烤食品是以小麦等谷物粉料为基本原料，通过发面、高温焙烤过程而熟化的一大类食品，又称烘烤食品。由于焙烤食品中大部分产品都是以面粉配加不同比例的糖料制成，故又有面糖食品之称。

目前我国烘焙行业中，面包所占比重最高，约为44%;其次是饼干及其他烘焙食品，占比约39%;蛋糕占比17%。我国烘焙行业产品结构占比

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国焙烤食品市场研究与投资策略报告》共九章。首先介绍了焙烤食品行业市场发展环境、焙烤食品整体运行态势等，接着分析了焙烤食品行业市场运行的现状，然后介绍了焙烤食品市场竞争格局。随后，报告对焙烤食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了焙烤食品行业发展趋势与投资预测。您若想对焙烤食品产业有个系统的了解或者想投资焙烤食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 行业发展概况

第一章 中国焙烤食品市场发展概述

第一节 中国焙烤食品发展概况

一、中国焙烤食品市场发展概述

二、中国焙烤食品行业发展特点分析

三、中国焙烤食品所属行业经济运行状况分析

第二节 中国焙烤食品行业发展趋势分析

一、生产经营规模以产品大类特点来区分

二、企业生产经营管理观念改变

三、市场竞争会日趋激烈，市场中高档产品容量不断增长

四、注重产品质量，产品生产标准化

五、传统产品、工艺与现代技术相结合

第三节 国外焙烤食品发展概况

- 一、美国低碳水化合物焙烤食品迅猛增长
- 二、美国焙烤食品专用混合粉市场现状
- 三、德、法焙烤业发展现状与趋势扫描
- 四、英国市场

第四节 休闲食品

- 一、我国“休闲食品”行业发展现状及其趋势
- 二、国内生产企业奋力拉进与国外差距
- 三、国外休闲食品市场中的健康和功能性产品趋势

第五节 油脂天然抗氧化剂在焙烤食品中的应用

- 一、应用陈述
- 二、焙烤食品防腐抗陈化新方法
- 三、乳清及乳糖制品在焙烤食品中的应用

第二部分 市场现状分析

第二章 中国焙烤食品行业主要细分市场分析

第一节 饼干市场发展分析

全球烘焙产品市场稳步增长，2016年规模3265亿美元，其中欧美国家占主导地位，规模占比大但增速较低；中国烘焙市场已初具规模，2018年预计约2100亿人民币，市场增速维持在10%以上。烘焙食品品类集中，主要为面包、蛋糕和糕点，其中蛋糕占比最大。中国烘焙食品行业集中度低，CR3不到10%，CR5不到15%，手工作坊占比极高，目前主要以长保（达利、好丽友）和短保（桃李）为主。烘焙食品细分结构

数据来源：公开资料整理

- 一、市场现状
- 二、饼干业的发展方向
- 三、饼干市场发展热点
- 四、中国“饼干”市场发展潜力
- 五、饼干市场前景

第二节 面包市场发展分析

- 一、市场概述
- 二、面包品质改良剂的主要作用及发展趋势

第三节 月饼市场发展分析

- 一、月饼市场扫描

二、我国月饼市场经营秩序

三、月饼行业利润

四、月饼市场消费状况

五、月饼生产与销售

第四节 糕点市场发展分析

一、糕点分类

二、市场概述

三、市场特点分析

四、发展趋势分析

第五节 国外饼干及面包市场

一、韩国蔬菜味饼干地位逐渐上升市场竞争加剧

二、欧洲饼干市场看好

三、德国功能面包市场发展迅速

四、美国糖果糕点

第六节 中国焙烤食品消费需求分析

一、消费容量分析

二、消费需求特征分析

三、消费需求新变化

四、消费者分析

第三章 中国焙烤食品行业重点区域市场分析

第一节 北京市场分析

第二节 上海市场分析

一、行业运行情况概述

二、发展趋势

三、上海市休闲食品市场蕴含巨大商机

第三节 广州市场分析

第四节 成都市场分析

第五节 河南饼干业品牌分析

一、市场现状

二、行业的遗憾

三、发挥资源优势

第六节 石家庄饼干市场

- 一、博通以差异化策略称雄中低档市场
- 二、坚持走高端还是降价变阵
- 三、木糖醇全麦饼干有价无市

第七节 西安焙烤市场

- 一、品种丰富多彩
- 二、生产透明化销售连续化
- 三、街头焙烤让人欢喜让人忧
- 四、发展潜力巨大

第八节 西北焙烤业市场

第三部分 竞争格局分析

第四章 行业竞争状况分析

第一节 焙烤食品行业竞争力分析

- 一、行业技术发展趋势
- 二、焙烤企业核心竞争力

第二节 焙烤食品行业主要企业竞争力

- 一、最具代表性的饼干新品
- 二、饼干业亟待打通三大瓶颈
- 三、面包品种日新月异市场竞争

第三节 馍片产业发展现状及亟待解决的问题

- 一、生产工艺缺乏系统的理论研究
- 二、没有定型的馍片生产设备
- 三、烤馍片没有行业标准
- 四、竞争无序
- 五、技术和营销人才匮乏

第四节 焙烤行业食品配料发展趋势

第五章 主要企业发展概况分析

第一节 好利来实业发展有限公司

- 一、基本概况
- 二、好利来市场分析

第二节 北京稻香村食品集团公司

一、基本概况

二、公司动态

第三节 上海达能饼干食品有限公司

一、基本概况

二、达能的品牌探戈

第四节 上海克莉丝汀食品有限公司

一、基本概况

二、克莉丝汀市场满意度

第五节 广东嘉士利集团股份有限公司

一、基本概况

二、广东嘉士利产销情况

第六节 广州酒家企业集团利口福食品有限公司

一、基本概况

二、公司动态

第七节 上好佳(中国)有限公司

一、基本概况

二、上好佳休闲食品市场

第八节 成都佳禾集团企业公司

第九节 成都新成食品工业有限公司

第六章 中国焙烤食品行业与WTO

第一节 加入WTO对我国焙烤食品业的影响

一、外资的进入

二、关税的变化

第二节 WTO对焙烤食品行业的影响因素

一、不利因素

二、有利因素

第四部分 行业发展趋势

第七章 行业产业政策与需求

第一节 焙烤食品行业产业政策分析

- 一、焙烤食品业将全面实施标准化管理
- 二、新月饼国标12月出炉
- 三、广东《焙烤食品生产规范》
- 四、欧盟针对饼干等食品起草新法案

第二节 焙烤食品市场需求预测

- 一、主要产品需求
- 二、国内行业的技术发展方向
- 三、2019年焙烤食品糖制品增幅预测

第三节 焙烤食品行业产业发展规划

- 一、行业调整及发展思路
- 二、开发农村焙烤市场有机可寻

第四节 金色面包烘出来的黄金产业

- 一、消费人群庞大
- 二、在面包业如何出奇制胜
- 三、成功开家面包店

第八章 烘焙食品行业营销策略

第一节 超市渠道中的烘焙产品营销策略

- 一、连锁超市烘焙部门的主要经营方式
- 二、连锁超市烘焙部门经营的瓶颈
- 三、专业化分工合作仍应该是超市烘焙经营的基本策略
- 四、原料供应商超市渠道的营销七诀

第二节 焙烤企业零售“终端营销”攻略

- 一、焙烤部门在连锁超市中的地位
- 二、焙烤部门在连锁超市中的经营难题
- 三、焙烤企业的终端营销策略 214

第三节 面包的营销策略

- 一、老字号的威水史
- 二、销售渠道上再动脑筋
- 三、针对特定消费群体的广告新策略
- 四、定价策略显特色

第九章 行业发展前景预测

第一节 焙烤食品行业发展趋势预测

一、行业发展趋势及预测 ()

二、焙烤食品需求预测

第二节 饼干业发展策略

一、竞争要讲求策略

二、要有新的增长点

三、关键是找准自身特色

附录 中国名牌月饼名录

图表目录

图表：煎炸培根中添加不同地抗氧化剂对亚硝酸胺形成地抑制对照

图表：抗氧化剂推荐使用量（产品应用一览表）

图表：2019年饼干及其他焙烤食品制造累计产成品

图表：中国饼干产品种类

图表：月饼的主要来源比例

图表：月饼市场中的突出问题

图表：对月饼质量不满意的主要原因

图表：对月饼过度包装的看法

图表：对规范月饼市场的建议

图表：法式面包材料选择

图表：我国不同年龄的消费者对于月饼的喜好程度比较表

图表：我国消费者对月饼口味的偏好度比较

图表：我国月饼消费者购买月饼目的比较

图表：我国城市消费者对月饼价格的接受范围比较

图表：不同年龄的消费者对于中、西糕点爱好的比例情况

图表：影响面包消费者购买的因素比较

图表：部分快速消费品商品大类销售额比较

图表：个渠道休闲食品品牌入驻数据统计

图表：广州饼干样品各项指标合格的品牌

图表：国内焙烤市场的竞争情况

图表：焙烤行业中，网络商业营销的情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202108/30-424887.html>