

2011-2015年中国月饼市场 全景评估及行业前景预测报告

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

《2011-2015年中国月饼市场全景评估及行业前景预测报告》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/R0704/201105/19-75020.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

古代月饼被作为祭品于中秋节所食，由于时间的推移，月饼已经异化成中秋节食品和礼品。中秋节吃月饼的习俗于唐朝出现。北宋之时，该种饼被称为“宫饼”，在宫廷内流行，但也流传到民间，当时俗称“小饼”和“月团”。后来演变成圆形，寓意团圆美好。月饼通常是指人们在中秋节这个特定节日里吃的饼，通常为圆形。

中国产业研究报告网发布的《2011-2015年中国月饼市场全景评估及行业前景预测报告》共十章。首先介绍了焙烤食品产业整体运行形势、中国月饼市场运行环境等，接着分析了中国月饼产业运行的现状，然后介绍了中国月饼市场竞争格局。随后，报告对中国月饼做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国月饼市场发展趋势与投资预测。您若想对月饼产业有个系统的了解或者想投资月饼行业，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。

第一章 2010-2011年焙烤食品产业整体运行形势分析

第一节 烘焙食品相关概述

一、烘焙食品在饮食行业的地位

二、烘焙食品的制作工艺

第二节 国际焙烤食品市场综述

一、欧洲焙烤食品市场特点分析

二、美国烘焙食品市场发展状况

三、新加坡焙烤食品发展状况

四、俄罗斯焙烤食品行业日益兴盛

五、国际烘焙食品趋势分析

第三节 2010-2011年中国焙烤食品行业运行总况

一、中国焙烤食品行业总体发展态势良好

二、中国焙烤食品业展会形成三足鼎立

三、中国低能量焙烤食品的开发分析

四、中国焙烤食品行业新概念快速涌现

五、中国传统焙烤食品行业发展分析

六、中国部分地区焙烤食品运行分析

第四节 焙烤食品行业的竞争态势解析

- 一、中国焙烤食品市场中外品牌竞争激烈
- 二、中国焙烤食品行业尚处于初级竞争阶段
- 三、提升中国焙烤食品企业竞争力的策略

第五节 超市渠道中的焙烤食品营销分析

- 一、中国焙烤食品行业超市经营逐渐流行
- 二、连锁超市焙烤食品部门的主要经营方式
- 三、连锁超市焙烤食品部门经营瓶颈
- 四、超市焙烤食品部门经营仍应该坚持专业化分工合作

第六节 2010-2011年中国焙烤食品行业的问题及发展策略

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

第二章 2010-2011年中国月饼市场运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国焙烤食品产业运行政策法规环境分析

- 一、焙烤食品业将全面实施标准化管理
- 二、新月饼国标15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

第三节 2010-2011年中国月饼市场社会环境分析

- 一、团圆节吃饼是一文化习俗
- 二、居民消费观念
- 三、中国人口规模及结构分析

第三章 2008-2010年中国月饼加工所属行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国月饼加工所属行业总体数据分析

- 一、2008年中国月饼加工所属行业全部企业数据分析

二、2009年中国月饼加工所属行业全部企业数据分析

三、2010年中国月饼加工所属行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国月饼加工所属行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国月饼加工所属行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国月饼加工所属行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国月饼加工所属行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国月饼加工所属行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国月饼加工所属行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国月饼加工所属行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国月饼加工所属行业不同所有制企业数据分析

第四章 2010-2011年中国月饼产业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国月饼产业发展概况分析

一、国内月饼包装的发展阶段

二、中国月饼产业发展规模分析

三、中国月饼产业品牌发展状况分析

第二节 2010-2011年月饼行业存在的问题

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、月饼行业走入过度包装的误区

第三节 2010-2011年中国月饼产业发展对策分析

第五章 2010-2011年中国月饼市场运行走势分析

第一节 2010-2011年月饼市场运行状况分析

一、月饼市场运行特点体质

二、月饼行业发展势头良好

三、月饼市场简包装更获利

四、月饼厂家积极备战09年中秋

第二节 2010-2011年月饼市场消费市场剖析

一、消费者对月饼的认可及口味喜好分析

二、月饼消费回归理性

三、无糖月饼抢滩中秋市场

四、餐饮业月饼市场发展状况

第三节 2010-2011年广式月饼市场发展分析

一、广式月饼的由来及特点

二、广式月饼称雄国内市场

三、广式月饼新品牌市场拓展策略

四、广式月饼仍占月饼市场主流

第四节 2010-2011年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

第六章 2010-2011年中国月饼市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国月饼市场竞争总况

一、中秋月饼市场竞争激烈

二、中秋月饼竞争欲打文化牌

三、月饼市场竞争中渐显四大亮点

第二节 2010-2011年中国月饼市场竞争力分析

一、月饼大战 消费者青睐“新口味”

二、月饼品牌竞争力分析

三、月饼价格竞争分析

第三节 2011-2015年中国月饼产业竞争趋势预测分析

第七章 2010-2011年中国月饼重点企业财务状况及竞争力比较分析

第一节 北京好利来工贸有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 深圳市安琪食品有限公司（安琪月饼）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 上海杏花楼食品有限公司（杏花楼月饼）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 上海元祖梦果子有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 沈阳市稻香村食品厂

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 北京美心食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 沈阳米旗食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八章 2010-2011年中国月饼原料及辅料行业动态分析

第一节 小麦粉（面粉）行业

一、面粉的种类、性能及焙烤食品对面粉的要求

二、中国面粉行业的发展状况

三、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、国内面粉行业的发展趋势分析

第二节 油脂市场

一、2010年国内油脂市场价格分析

二、焙烤油脂的定义及分类

三、功能性油脂在烘焙食品中的应用

四、焙烤油脂市场发展空间大

第三节 添加剂行业

一、中国食品添加剂行业发展回顾

二、食品添加剂行业发展态势良好

三、中国食品添加剂行业技术进步迅速

四、抗氧化剂在烘焙食品中的应用开发现状

五、鲜酵母成烘焙行业中受欢迎度高的原料

六、三种代糖配料在焙烤食品中的应用

第九章 2010-2011年中国月饼包装现状与发展分析

第一节 2010-2011年中国月饼包装现状分析

- 一、月饼包装现状分析
- 二、浅谈月饼包装设计现状
- 三、月饼包装的理性回归
- 四、国内月饼包装的设计存在局限性

第二节 2010-2011年中国月饼包装发展策略

- 一、月饼包装如何提高竞争力
- 二、月饼包装需要推陈出新
- 三、月饼包装如何打出品牌
- 四、月饼包装需要推陈出新

第三节 2011-2015年中国月饼包装发展趋势

- 一、月饼包装应着眼实用
- 二、月饼包装多元化发展趋势探析

第十章 2011-2015年中国月饼市场发展趋势与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国焙烤食品发展前景及趋势预测分析

- 一、中国焙烤市场前景看好
- 二、焙烤食品业的发展趋势分析
- 三、焙烤食品产品开发方向预测

第二节 2011-2015年中国月饼市场前景预测分析

- 一、新口味月饼市场前景分析
- 二、无糖月饼市场潜力分析
- 三、月饼市场趋势探讨

第三节 2011-2015年中国月饼市场发展前景预测分析

- 一、月饼市场供给情况预测分析
- 二、月饼市场需求情况预测分析

第四节 2011-2015年中国月饼行业投资机会分析

- 一、健康月饼迎来发展契机
- 二、长假新方案使月饼市场发展利好
- 三、月饼包装市场投资潜力分析

第五节 2011-2015年中国月饼行业投资风险分析

第六节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：北京好利来工贸有限公司主要经济指标走势图

图表：北京好利来工贸有限公司经营收入走势图

图表：北京好利来工贸有限公司盈利指标走势图

图表：北京好利来工贸有限公司负债情况图

图表：北京好利来工贸有限公司负债指标走势图

图表：北京好利来工贸有限公司运营能力指标走势图

图表：北京好利来工贸有限公司成长能力指标走势图

图表：深圳市安琪食品有限公司主要经济指标走势图

图表：深圳市安琪食品有限公司经营收入走势图

图表：深圳市安琪食品有限公司盈利指标走势图

图表：深圳市安琪食品有限公司负债情况图

图表：深圳市安琪食品有限公司负债指标走势图

图表：深圳市安琪食品有限公司运营能力指标走势图

图表：深圳市安琪食品有限公司成长能力指标走势图

图表：上海杏花楼食品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海杏花楼食品有限公司经营收入走势图

图表：上海杏花楼食品有限公司盈利指标走势图

图表：上海杏花楼食品有限公司负债情况图

图表：上海杏花楼食品有限公司负债指标走势图

图表：上海杏花楼食品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海杏花楼食品有限公司成长能力指标走势图

图表：上海元祖梦果子有限公司主要经济指标走势图

图表：上海元祖梦果子有限公司经营收入走势图

图表：上海元祖梦果子有限公司盈利指标走势图
图表：上海元祖梦果子有限公司负债情况图
图表：上海元祖梦果子有限公司负债指标走势图
图表：上海元祖梦果子有限公司运营能力指标走势图
图表：上海元祖梦果子有限公司成长能力指标走势图
图表：沈阳市稻香村食品厂主要经济指标走势图
图表：沈阳市稻香村食品厂经营收入走势图
图表：沈阳市稻香村食品厂盈利指标走势图
图表：沈阳市稻香村食品厂负债情况图
图表：沈阳市稻香村食品厂负债指标走势图
图表：沈阳市稻香村食品厂运营能力指标走势图
图表：沈阳市稻香村食品厂成长能力指标走势图
图表：北京美心食品有限公司主要经济指标走势图
图表：北京美心食品有限公司经营收入走势图
图表：北京美心食品有限公司盈利指标走势图
图表：北京美心食品有限公司负债情况图
图表：北京美心食品有限公司负债指标走势图
图表：北京美心食品有限公司运营能力指标走势图
图表：北京美心食品有限公司成长能力指标走势图
图表：沈阳米旗食品有限公司主要经济指标走势图
图表：沈阳米旗食品有限公司经营收入走势图
图表：沈阳米旗食品有限公司盈利指标走势图
图表：沈阳米旗食品有限公司负债情况图
图表：沈阳米旗食品有限公司负债指标走势图
图表：沈阳米旗食品有限公司运营能力指标走势图
图表：沈阳米旗食品有限公司成长能力指标走势图

通过《2011-2015年中国月饼市场全景评估及行业前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201105/19-75020.html>