

2022-2028年中国烘焙食品 市场深度评估与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国烘焙食品市场深度评估与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202206/301391.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

烘焙食品它是以面粉、酵母、食盐、砂糖和水为基本原料，添加适量油脂、乳品、鸡蛋、添加剂等，经一系列复杂的工艺手段烘焙而成的方便食品。它不仅具有丰富的营养，而且品类繁多，形色俱佳，应时适口，可以在饭前或饭后作为茶点品味，又能作为主食，还可以作为馈赠之礼品。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国烘焙食品市场深度评估与投资潜力分析报告》共九章。首先介绍了烘焙食品行业市场发展环境、烘焙食品整体运行态势等，接着分析了烘焙食品行业市场运行的现状，然后介绍了烘焙食品市场竞争格局。随后，报告对烘焙食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了烘焙食品行业发展趋势与投资预测。您若想对烘焙食品产业有个系统的了解或者想投资烘焙食品行业，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1章：烘焙食品行业PEST模型分析

1.1 烘焙食品行业定义及统计标准

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业统计部门和统计口径

1.1.4 行业统计方法

1.1.5 行业数据种类

1.2 行业政策环境分析（P）

1.2.1 行业相关标准

- （1）食品添加剂使用卫生标准——焙烤食品
- （2）食品添加剂使用卫生标准——焙烤食品馅料及表面用挂浆
- （3）食品添加剂使用卫生标准——饼干
- （4）食品添加剂使用卫生标准——糕点上彩装
- （5）食品添加剂使用卫生标准——面包

1.2.2 行业政策法规

1.2.3 行业发展规划

1.3 行业经济环境分析（E）

1.3.1 国内宏观经济分析

（1）国内宏观经济主要指标分析

1) 国内生产总值状况

2) 社会消费品零售总额

3) 国内居民收入状况

1、农村居民收入情况

2、城市居民收入情况

（2）GDP增速与行业产值走势对比分析

（3）国内宏观经济发展趋势

1) 有利因素

2) 不利因素

1、是外部经济环境依然复杂严峻，全球经济增长动力依然疲弱

2、世界货币政策走向加大了世界经济的波动风险

3、国内金融体系风险依然存在

3) 对行业发展前景的影响

1.3.2 行业产业环境分析

（1）我国食品所属行业进出口情况

（2）食品工业经济运营分析

1) 食品工业发展概况

2) 食品制造业投资分析

3) 烘焙食品行业在食品制造业地位分析

1.4 行业社会环境分析（S）

1.4.1 行业消费环境分析

（1）人均可支配收入与行业销售规模对比分析

（2）城乡恩格尔系数分析

（3）居民消费价格指数分析

（4）城市化进程分析

1.4.2 消费者食品消费需求趋势

1.5 行业技术环境分析（T）

1.5.1 烘焙技术专利申请数分析

1.5.2 烘焙技术专利申请人分析

第2章：烘焙食品行业经济指标分析

2.1 烘焙食品行业财务指标分析

2.1.1 规模指标分析

2.1.2 盈利能力分析

2.1.3 运营能力分析

2.1.4 偿债能力分析

2.1.5 发展能力分析

2.2 烘焙食品行业经济指标分析

2.2.1 国有企业

2.2.2 集体企业

2.2.3 股份合作企业

2.2.4 股份制企业

2.2.5 私营企业

2.2.6 外商和港澳台投资企业

2.2.7 其他性质企业

2.2.8 不同性质企业主要经济指标历年的比重变化情况分析

(1) 不同性质企业数量变化情况

(2) 不同性质企业资产变化情况

(3) 不同性质企业销售收入变化情况

(4) 不同性质企业利润总额变化情况

2.3 烘焙食品行业供需平衡分析

2.3.1 烘焙食品行业供给情况分析

(1) 总产值分析

(2) 产成品分析

2.3.2 各地区烘焙食品所属行业供给情况分析

2.3.3 烘焙食品所属行业需求情况分析

2.3.4 各地区烘焙食品所属行业需求情况分析

2.3.5 烘焙食品所属行业产销率分析

2.4 烘焙食品所属行业进出口分析

2.4.1 烘焙食品所属行业出口情况

(1) 2020年行业出口总体情况

(2) 2020年行业出口产品结构

2.4.2 烘焙食品所属行业进口情况分析

(1) 2020年行业进口总体情况

(2) 2020年行业进口产品结构

第3章：烘焙食品行业产业链分析

3.1 烘焙食品行业产业链简介

3.2 烘焙食品行业产业链上游分析

3.2.1 基础原料市场分析

(1) 玉米市场分析

1) 玉米供需情况分析

2) 玉米价格走势分析

(2) 小麦市场分析

1) 小麦产量与进出口

2) 小麦价格走势分析

(3) 稻米市场分析

1) 稻米产量情况分析

2) 稻米价格走势分析

(4) 马铃薯市场分析

1) 马铃薯供需情况分析

2) 马铃薯价格走势分析

(5) 食用植物油供需及价格走势分析

1) 食用植物油供需分析

2) 食用植物油价格走势

(6) 鸡蛋市场分析

1) 鸡蛋供需情况分析

2) 鸡蛋价格走势分析

(7) 奶业市场分析

1) 奶产品供需情况分析

2) 奶产品价格走势分析

3.2.2 辅料市场分析

(1) 食糖市场分析

1) 食糖供需情况分析

2) 食糖价格走势分析

3) 食糖进出口分析

(2) 食盐市场分析

1) 食盐供需情况分析

2) 食盐价格走势分析

(3) 调味品市场分析

1) 调味品产值变动情况

2) 调味品市场价格走势

(4) 食品添加剂市场分析

1) 食品添加剂行业规模

2) 食品添加剂主要产品市场

3.2.3 产业链上游对行业的影响分析

3.3 烘焙食品行业产业链下游消费需求分析

3.3.1 行业消费需求特征

(1) 行业主要消费人群

(2) 行业消费心理特征

3.3.2 行业消费需求趋势

第4章：烘焙食品行业市场竞争状况分析

4.1 国际市场发展状况分析

4.1.1 国际烘焙食品市场现状

4.1.2 国际烘焙食品市场发展趋势分析

4.1.3 国际烘焙市场对我国烘焙市场的影响

4.2 跨国公司在华市场投资布局

4.2.1 墨西哥宾堡集团

4.2.2 美国卡夫食品国际公司

4.2.3 美国百事食品公司

4.2.4 菲律宾晨光公司

4.2.5 韩国好丽友公司

4.2.6 美国通用磨坊食品公司

4.2.7 日本格力高集团

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 烘焙食品行业市场规模分析

4.3.2 烘焙食品行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业新进入者威胁分析

(5) 行业竞争现状分析

4.3.3 烘焙食品行业竞争演变

(1) “价格战”转向品牌竞争

(2) 低端市场竞争转向高端市场竞争

4.4 行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1 不同经济类型企业特征情况

4.4.2 行业经济类型集中度分析

第5章：烘焙食品细分行业市场分析

5.1 糕点、面包行业市场分析

5.1.1 糕点、面包行业运营情况分析

(1) 糕点、面包行业发展规模分析

(2) 糕点、面包行业市场供给情况

(3) 糕点、面包行业市场的需求情况

(4) 糕点、面包行业经营效益分析

5.1.2 糕点、面包行业产品市场分析

(1) 糕点市场分析

1) 月饼市场分析

2) 蛋糕市场分析

3) 蛋黄派市场分析

(2) 面包市场分析

5.1.3 糕点、面包行业经营模式分析

(1) 工业生产模式

(2) 烘焙坊模式

- 1) 烘焙坊模式演变
- 2) 烘焙坊模式类型及效应分析
 - 1、单一型模式及效应分析
 - 2、复合型模式及效应分析
- 5.1.4 糕点、面包行业品牌化运营分析
 - (1) 现状和趋势决定品牌化运营是唯一出路
 - (2) 品牌化运营以价值、模式系统为中心
 - (3) 品牌化运营以产业运营为支撑
- 5.1.5 糕点、面包行业消费者调研分析
 - (1) 法式小面包消费者调研
 - 1) 消费者偏好分析
 - 2) 消费者购买行为分析
 - (2) 烘焙坊产品消费者调研
 - 1) 消费者偏好分析
 - 2) 消费者选择因素分析
- 5.1.6 糕点、面包品牌成功案例分析
 - (1) 盼盼法式小面包成功案例
 - 1) 产品定位
 - 2) 产品推广模式
 - 3) 关键成功因素
 - (2) 烘焙坊模式成功案例
 - 1) 面包新语 (BreadTalk)
 - 1、品牌及其影响
 - 2、商业模式分析
 - 3、关键成功因素
 - 2) 85度C
 - 1、品牌及其影响
 - 2、经营策略分析
 - 3、关键成功因素
- 5.2 饼干及其他烘焙食品行业市场分析
 - 5.2.1 饼干及其他烘焙食品行业运营情况分析
 - (1) 饼干及其他烘焙食品行业发展规模分析

- (2) 饼干及其他烘焙食品行业市场供给情况
- (3) 饼干及其他烘焙食品行业市场的需求情况
- (4) 饼干及其他烘焙食品行业经营效益分析

5.2.2 饼干市场调研分析

(1) 饼干市场规模

- 1) 生产规模
- 2) 消费规模

(2) 饼干地区普及率

(3) 饼干品牌表现及价值分析

- 1) 品牌知晓度
- 2) 品牌形象
- 3) 品牌价值综合分析

(4) 饼干品牌营销及广告表现

- 1) 广告到达率
- 2) 广告到达途径
- 3) 广告有效性
- 4) 广告效果综合分析

(5) 饼干消费者调研

- 1) 消费者购买考虑因素
- 2) 消费者购买频率
- 3) 消费者购买场所
- 4) 消费者品牌忠诚度

5.2.3 烘焙膨化食品市场分析

(1) 烘焙膨化食品市场集中度

(2) 薯片市场调研分析

- 1) 薯片地区普及率
- 2) 薯片品牌表现及价值分析
- 1、品牌知晓度
- 2、品牌形象
- 3、品牌价值综合分析

3) 薯片品牌营销及广告表现

- 1、广告到达率

2、广告到达途径

3、广告有效性

4、广告效果综合分析

4) 薯片消费者调研

1、消费者购买考虑因素

2、消费者购买频率

3、消费者购买场所

4、消费者品牌忠诚度

(3) 烘焙膨化食品发展趋势

5.2.4 康师傅差异化发展案例

(1) 产品差异化

(2) 价格差异化

(3) 包装差异化

(4) 渠道差异化

第6章：烘焙食品行业市场营销分析

6.1 烘焙食品行业销售渠道分析

6.1.1 烘焙食品行业销售渠道结构

6.1.2 烘焙食品主要销售渠道

(1) 传统销售渠道

1) 商超渠道

1、商超渠道销售模式及对比

2、连锁超市对烘焙食品经营影响

2) 专卖连锁

1、专卖连锁模式

2、专卖连锁店异业联合营销

(2) 网络销售渠道

1) 食品业电子商务应用分析

2) 烘焙坊网络销售分析

1、烘焙坊网络销售现状

2、烘焙坊网络销售线上线下配合分析

3、好利来网络销售案例

6.2 烘焙食品行业营销策略分析

6.2.1 烘焙食品基本营销策略

- (1) 产品策略
- (2) 价格策略
- (3) 服务策略
- (4) 促销策略

6.2.2 烘焙食品节日营销策略

- (1) 节日营销的概念
- (2) 节日的消费特点
- (3) 节日营销的要点
 - 1) 明确目标
 - 2) 突出促销主题
 - 3) 关注促销形式
 - 4) 产品卖点节日化
 - 5) 促销方案要科学
- (4) 月饼的体验营销

6.3 烘焙食品行业营销案例分析

6.3.1 糕点、面包行业营销案例分析

- (1) 元祖食品营销分析
 - 1) 营销背景
 - 2) 营销策略
 - 3) 营销效果
 - 4) 元祖雪月饼营销案例
- (2) 克莉丝汀营销分析
 - 1) 品牌发展
 - 2) 营销策略

6.3.2 饼干及其他烘焙食品行业营销案例分析

- (1) 卡夫饼干营销分析
 - 1) 品牌介绍
 - 2) 营销背景
 - 3) 营销策略
 - 4) 营销效果

(2) 达利食品营销分析

1) 品牌介绍

2) 营销策略

第7章：烘焙食品行业重点区域分析

7.1 烘焙食品行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 行业重点区域产销情况分析

7.2.1 华北地区烘焙食品行业产销情况分析

7.2.2 东北地区烘焙食品行业产销情况分析

7.2.3 华东地区烘焙食品行业产销情况分析

7.2.4 华中地区烘焙食品行业产销情况分析

7.2.5 华南地区烘焙食品行业产销情况分析

7.2.6 西南地区烘焙食品行业产销情况分析

7.2.7 西北地区烘焙食品行业产销情况分析

第8章：烘焙食品行业主要企业经营分析

8.1 烘焙食品企业发展总体状况分析

8.1.1 销售收入状况

8.1.2 利润总额状况

8.1.3 企业产品品牌汇总

8.2 烘焙食品行业领先企业个案分析

8.2.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.2 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.3 上好佳（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.4 百事食品（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.5 好丽友食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.6 青援食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.7 安阳市健丰食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.8 蜡笔小新（福建）食品工业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.9 上海克莉丝汀食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.10 漯河市恒达食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业优势与劣势分析

第9章：烘焙食品行业投资与前景分析（）

9.1 烘焙食品行业投资风险

9.1.1 烘焙食品行业政策风险

9.1.2 烘焙食品行业技术风险

9.1.3 烘焙食品行业供求风险

9.1.4 烘焙食品行业宏观经济波动风险

9.1.5 烘焙食品行业关联产业风险

9.1.6 烘焙食品行业产品结构风险

9.1.7 烘焙食品企业生产规模风险

9.2 烘焙食品行业投资特性分析

9.2.1 烘焙食品行业投资影响因素分析

9.2.2 烘焙食品行业盈利影响因素分析

9.3 烘焙食品行业市场前景预测

9.3.1 烘焙食品市场发展趋势分析

9.3.2 烘焙食品市场发展前景预测

(1) 糕点、面包需求前景预测

(2) 饼干及其他烘焙膨化食品需求前景预测

9.4 烘焙食品行业投资建议

9.4.1 烘焙食品行业投资现状分析

9.4.2 烘焙食品行业投资建议

部分图表目录：

图表：烘焙食品分类

图表：中国企业的市场主体分类

图表：中国不同所有制性质企业的划分

图表：焙烤食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表：焙烤食品馅料及表面用挂浆添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表：饼干添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表：糕点添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表：糕点上彩装食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表：面包添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）

图表：我国食品行业相关政策法规汇总

图表：我国食品行业相关政策法规汇总

更多图表见正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/301391.html>