2015-2020年中国烘焙食品行业品牌竞争与消费需求投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

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）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）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

1.3.2 行业产业环境分析

（1）我国食品行业进出口情况

（2）食品工业经济运营分析

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
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 各地区烘焙食品行业供给情况分析
2.3.3 烘焙食品行业需求情况分析
2.3.4 各地区烘焙食品行业需求情况分析
2.3.5 烘焙食品行业产销率分析
2.4 烘焙食品行业进出口分析
2.4.1 烘焙食品行业出口情况
（1）2014年行业出口总体情况
（2）2014年行业出口产品结构
2.4.2 烘焙食品行业进口情况分析
（1）2014年行业进口总体情况
（2）2014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
（2）小麦市场分析
（3）稻米市场分析
（4）马铃薯市场分析
（5）食用植物油供需及价格走势分析
（6）鸡蛋市场分析
（7）奶业市场分析
3.2.2 辅料市场分析
（1）食糖市场分析
（2）食盐市场分析
（3）调味品市场分析
（4）食品添加剂市场分析
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 典型国家烘焙食品市场竞争
4.2.1 美国
4.2.2 德国
4.2.3 日本
4.2.4 巴西
4.2.5 俄罗斯
4.3 跨国公司在华市场投资布局
4.3.1 墨西哥宾堡集团
4.3.2 美国卡夫食品国际公司
4.3.3 美国百事食品公司
4.3.4 菲律宾晨光公司
4.3.5 韩国好丽友公司
4.3.6 美国通用磨坊食品公司

4.3.7 日本格力高集团
4.4 行业国内市场竞争状况分析
4.4.1 烘焙食品行业市场规模分析
4.4.2 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
4.4.3 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
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
（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
5.1.4 糕点、面包行业品牌化运营分析
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
（2）烘焙坊产品消费者调研
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
（2）烘焙坊模式成功案例
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
（2）饼干地区普及率
（3）饼干品牌表现及价值分析
（4）饼干品牌营销及广告表现
（5）饼干消费者调研
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
（3）烘焙膨化食品发展趋势
5.2.4 康师傅差异化发展案例
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
（2）网络销售渠道
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
（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
（2）克莉丝汀营销分析
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
（2）达利食品营销分析
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
（1）北京市烘焙食品行业产销情况分析
（2）天津市烘焙食品行业产销情况分析
（3）河北省烘焙食品行业产销情况分析
（4）山西省烘焙食品行业产销情况分析
（5）内蒙古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
（1）辽宁省烘焙食品行业产销情况分析
（2）吉林省烘焙食品行业产销情况分析
（3）黑龙江省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
（1）上海市烘焙食品行业产销情况分析
（2）江苏省烘焙食品行业产销情况分析
（3）浙江省烘焙食品行业产销情况分析
（4）山东省烘焙食品行业产销情况分析
（5）福建省烘焙食品行业产销情况分析
（6）江西省烘焙食品行业产销情况分析
（7）安徽省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
（1）湖南省烘焙食品行业产销情况分析
（2）湖北省烘焙食品行业产销情况分析
（3）河南省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
（1）广东省烘焙食品行业产销情况分析
（2）广西烘焙食品行业产销情况分析
（3）海南省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
（1）四川省烘焙食品行业产销情况分析
（2）贵州省烘焙食品行业产销情况分析
（3）重庆市烘焙食品行业产销情况分析
（4）云南省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
（1）陕西省烘焙食品行业产销情况分析
（2）宁夏烘焙食品行业产销情况分析
（3）甘肃省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 烘焙食品行业重点企业个案分析
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 漯河临颍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
8.2.11 福建福马食品集团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
8.2.12 福建达利食品集团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
8.2.13 济南达利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
8.2.14 乐天（中国）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
8.2.15 湖北达利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
8.2.16 纳贝斯克食品（苏州）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
8.2.17 华嘉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
8.2.18 福建省晋江福源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
8.2.19 杭州顶园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
8.2.20 上海江崎格力高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
8.2.21 天津顶园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
8.2.22 叶县永昌饼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
8.2.23 广东嘉士利食品集团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
8.2.24 广东旺通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
8.2.25 漯河晋江福源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
8.2.26 成都达利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
8.2.27 东莞锦泰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
8.2.28 湖南沐林现代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
8.2.29 家乐氏（青岛）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
8.2.30 青岛食品股份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
8.2.31 四川米老头食品工业集团股份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
8.2.32 东莞徐记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
8.2.33 沈阳市晋江福源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
8.2.34 上海元祖梦果子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
8.2.35 通用磨坊食品（南京）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

图表目录

图表1：烘焙食品分类
图表2：中国企业的市场主体分类
图表3：中国不同所有制性质企业的划分
图表4：焙烤食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
图表5：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6：饼干添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
图表7：糕点添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
图表8：糕点上彩装食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
图表9：面包添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
图表10：我国食品行业相关政策法规汇总
图表11：我国食品行业相关发展规划汇总
图表12：2005-2014年中国国内生产总值走势图（单位：亿元，%）
图表13：2008-2014年社会消费品零售总额变化情况（单位：亿元，%）
图表14：2007-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图（单位：元，%）
图表15：2007-2014年中国城镇居民人均可支配收入及增长趋势图（单位：元，%）
图表16：2007-2014年GDP增速与烘焙食品工业产值增速对比（单位：%）
图表17：2011-2014年中国宏观经济主要指标（单位：%）
图表18：2012-2014年我国分季度食品进出口情况（单位：亿美元）
图表19：2008-2014年食品类出口额年度变化图（单位：亿美元）
图表20：2008-2014年食品制造业城镇固定资产投资额及其增长速度变化图（单位：亿元，%）
图表21：2008-2014年烘焙食品行业产值与食品制造业产值对比（单位：亿元，%）
图表22：2007-2014年城镇人均可支配收入增长与烘焙食品行业销售规模增长对比（单位：%）
图表23：2007-2014年城镇和农村恩格尔系数分布图（单位：%）
图表24：2013-2014年全国居民消费价格指数涨跌幅情况（单位：%）
图表25：2005-2014年中国城市化水平（单位：%）
图表26：2001-2014年烘焙技术相关专利申请数量变化图（单位：个）
图表27：2001-2014年烘焙技术相关专利公开数量变化图（单位：个）
图表28：截至2014年我国烘培技术相关专利申请人专利申请数（单位：个）
图表29：2012-2014年中国烘焙食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）
图表30：2012-2014年中国烘焙食品行业盈利能力分析（单位：%）
图表31：2012-2014年中国烘焙食品行业运营能力分析（单位：次）
图表32：2012-2014年中国烘焙食品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表33：2012-2014年中国烘焙食品行业发展能力分析（单位：%）
图表34：2014年不同性质企业数量分布图（单位：%）
图表35：2012-2014年国有烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表36：2012-2014年集体烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表37：2012-2014年股份合作烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表38：2012-2014年股份制烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表39：2012-2014年私营烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表40：2012-2014年外商和港澳台投资烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表41：2012-2014年其他性质烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）
图表42：2011-2014年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）
图表43：2011-2014年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
图表44：2011-2014年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
图表45：2011-2014年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）
图表46：2008-2014年中国烘焙食品行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%）
图表47：2009-2014年中国烘焙食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表48：2012-2014年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表49：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）
图表50：2008-2014年中国烘焙食品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表51：2012-2014年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表52：2014年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
图表53：2004-2014年中国烘焙食品行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表54：2007-2014年中国主要烘焙食品出口额走势图（单位：万美元）
图表55：2012-2014年中国烘焙食品行业主要出口产品结构表（单位：千克，万美元）

图表56：2014年中国主要烘焙食品行业出口产品金额占比图（单位：%）
图表57：2007-2014年中国主要烘焙食品进口额走势图（单位：万美元）
图表58：2012-2014年中国烘焙食品行业主要进口产品结构表（单位：千克，万美元）
图表59：2014年中国主要烘焙食品行业进口产品金额占比图（单位：%）
图表60：烘焙食品行业产业链结构图
图表61：2012-2014年全国玉米供需平衡表（单位：亿斤）
图表62：2013-2014年全国玉米收购价格指数变化
图表63：2007-2014年中国小麦种植面积情况（单位：万公顷）
图表64：2007-2014年中国小麦产量情况（单位：万吨）
图表65：2011-2014年中国小麦供需平衡情况（单位：亿斤）
图表66：2013-2014年中国小麦期货价格走势情况（单位：元/吨）
图表67：2007-2014年国内稻谷种植面积情况（单位：万公顷）
图表68：2007-2014年国内稻谷产量变动情况（单位：万吨）
图表69：2011-2014年国内稻谷供需平衡情况（单位：亿斤）
图表70：2009-2014年国内稻米价格指数变动情况（单位：元/吨）
图表71：2010-2014年我国马铃薯批发价格走势（单位：元/公斤）
图表72：2007-2014年中国食用植物油产量情况（单位：万吨）
图表73：2011-2014年中国食用植物油供需平衡情况（单位：亿斤）
图表74：2010-2014年中国植物油平均价格走势情况（单位：元/吨）
图表75：2014-2015年我国鸡蛋市场价格走势（单位：元/公斤）
图表76：2014年我国奶粉月度进口数量情况（单位：吨）
图表77：2014年我国奶粉月度进口价格情况（单位：元/kg）
图表78：2013-2014年我国生鲜乳品收购价格（单位：元/kg）
图表79：2005-2014年我国食糖产量情况（单位：万吨）
图表80：2013/2014制糖期全国食糖产销进度情况（单位：万吨）
图表81：2008-2014年CSI国内食糖现货价格指数图（单位：元/吨）
图表82：2011-2014年我国食糖月度累计进出口量（单位：吨）
图表83：2011-2014年我国食糖分月进口情况（单位：千吨）
图表84：2014年我国原盐分省市产量情况（单位：万吨，%）
图表85：2013-2014年全国食盐价格指数图（单位：%）
图表86：2008-2014年中国调味品工业产值情况（单位：亿元）
图表87：2012-2014年调味品价格情况情况（单位：元/公斤）
图表88：2008-2014年食品添加剂总产量（单位：万吨）
图表89：2008-2014年烘培食品行业销售收入及增长率变动图（单位：亿元，%）
图表90：我国烘焙食品行业对上游供应商的议价能力分析
图表91：我国烘焙食品行业对下游客户议价能力分析
图表92：2012-2014年糕点、面包行业主要经济指标（单位：家，万元，%）
图表93：2008-2014年糕点、面包行业工业总产值走势（单位：亿元，%）
图表94：2008-2014年糕点、面包行业销售收入走势（单位：亿元，%）
图表95：2008-2014年糕点、面包行业利润总额走势（单位：亿元，%）
图表96：2014年我国月饼品种占比情况（单位：%）
图表97：世界各地面包人均消费量（单位：千克/年）
图表98：烘焙坊模式演进历程
图表99：法式小面包消费者品牌偏好（单位：%）
图表100：法式小面包消费者口味偏好（单位：%）
图表101：法式小面包消费者价格偏好（单位：%）
图表102：法式小面包消费者促销方式偏好（单位：%）
图表103：法式小面包消费行为影响因素（单位：%）
图表104：法式小面包消费者回购影响因素（单位：%）
图表105：烘焙坊产品消费者品牌偏好（单位：%）
图表106：烘焙坊产品消费者产品类型偏好（单位：%）
图表107：烘焙坊产品消费者价格偏好（单位：%）
图表108：烘焙坊产品消费者购买因素（单位：%）
图表109：烘焙坊产品消费者品牌选择因素（单位：%）
图表110：2012-2014年饼干及其他烘焙食品行业主要经济指标（单位：家，万元）
图表111：2008-2014年饼干及其他烘焙食品行业工业总产值情况（单位：亿元）
图表112：2008-2014年饼干及其他烘焙食品行业销售收入走势（单位：亿元，%）
图表113：2008-2014年饼干及其他烘焙食品行业利润总额走势（单位：亿元，%）
图表114：2007-2014年中国饼干产量走势图（单位：万吨）

图表115：饼干地区普及率（单位：%）
图表116：饼干品牌知晓度（单位：%）
图表117：饼干品牌知晓度情况
图表118：品牌饼干广告到达率（单位：%）
图表119：品牌饼干广告到达途径（单位：%）
图表120：品牌饼干广告到达途径线性图（单位：%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！