

## 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
- 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年我国烘焙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 (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年烘焙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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!