

# 2020-2026年中国焙烤食品 行业分析与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国焙烤食品行业分析与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202004/160025.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

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。

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。虽然焙烤食品范围广泛，品种繁多，形态不一，风味各异，但主要包括面包、糕点、饼干等三大类产品。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国焙烤食品行业分析与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了焙烤食品相关概念及发展环境，接着分析了中国焙烤食品规模及消费需求，然后对中国焙烤食品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国焙烤食品面临的机遇及发展前景。您若想对中国焙烤食品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 行业发展概述

第一章 焙烤食品的概述

第一节 烘焙食品的定义和发展历程

一、烘焙食品的定义

二、焙烤食品的发展历程

第二节 焙烤食品的特性

一、相对的独立性

二、较高的营养价值

三、食用方便且便于携带

第三节 学习烘焙食品技术的方法

第二章 焙烤行业的环境分析

第一节 2019年国民经济发展情况

- 一、2019年国民经济发展情况
  - 二、2019年工业生产情况
  - 三、2019年全社会消费与投资状况分析
  - 四、2019年中国对外贸易进出口形势
  - 五、2019年中国经济增长分析预测
- 第二节 2019年我国焙烤业的政策环境分析
- 一、《食品馅料》新国标的实施
  - 二、《食品标识管理规定》的实施
  - 三、糕点月饼新政策
  - 四、国家饼干新政策
  - 五、2019年全国食品安全监管工作主要内容
  - 六、2019年食品添加剂国际新标准进程
  - 七、2019年我国食品添加剂需求量预测
  - 八、焙烤食品业将全面实施标准化管理

### 第三章 全球焙烤食品行业市场发展分析

#### 第一节 欧洲焙烤食品市场状况

- 一、比利时
- 二、保加利亚
- 三、丹麦
- 四、芬兰
- 五、法国
- 六、德国
- 七、希腊
- 八、意大利
- 九、荷兰
- 十、西班牙
- 十一、土耳其
- 十二、英国

#### 第二节 2019年部分国家焙烤食品发展情况

- 一、俄罗斯烘焙行业发展概况
- 二、浅谈日本烘焙品管制度

三、2019年俄罗斯面包及面包制品生产情况

四、2019年韩国健康饼干发展情况

五、美国烘焙产业产品趋势

第三节 国际市场焙烤食品添加剂发展状况

一、全球焙烤食品添加剂的种类

二、全球食品添加剂生产集中度状况

三、全球焙烤食品添加剂市场规模增长情况

四、全球焙烤食品添加剂行业的发展方向

第四节 国外焙烤食品业发展趋势

一、国际上烘焙食品行业的技术发展趋势

二、面包业的流行趋势

三、F烘焙食品将成为烘焙业发展的主流

四、健康食品是最有发展前景的未来食品

第二部分 我国行业发展分析

第四章 我国焙烤食品行业发展分析

第一节 2019年焙烤食品行业发展情况

一、2019年烘焙食品发展情况分析

二、2019年焙烤食品糖制品行业运行情况

三、我国烘焙食品的行业特征分析

四、我国的烘焙食品行业发展的机遇

五、我国焙烤食品行业现存的问题

六、烘焙业区域品牌面临的问题：

第二节 金融风暴对焙烤行业的影响

一、全球金融危机对烘焙业的影响

二、金融危机下烘焙业产值发展分析

三、金融危机难掩烘焙业发展机遇

第三节 2019年烘焙食品行业的区域经济发展情况

一、正确认识区域经济

二、烘焙食品工业面临新的发展机遇

三、提高烘焙食品行业在区域经济中的竞争力

四、抓好休闲食品生产及其便捷销售

## 五、连锁经营向农村市场延伸

### 第四节 黑色焙烤制品发展状况

#### 一、黑麦原料产品概述

#### 二、黑麦原料对烘焙品质的影响

#### 三、黑米及其焙烤制品的发展及前景

### 第五节 中国焙烤食品消费需求分析

#### 一、消费容量分析

#### 二、消费者品牌忠诚度分析

#### 三、消费者偏好分析

#### 四、影响消费者购买面包的因素分析

## 第五章 我国焙烤食品行业运行分析

### 第一节 2019年我国焙烤食品行业绩效分析

#### 一、2019年行业产销情况

#### 二、2019年行业规模

#### 三、2019年行业盈利能力

#### 四、2019年行业经营发展能力

#### 五、2019年行业偿债能力

### 第二节 2019年焙烤食品进出口市场分析

#### 一、2019年焙烤食品出口情况

#### 二、2019年焙烤食品进口情况

### 第三节 焙烤企业品牌化运营分析

#### 一、现状和趋势决定品牌化运营是唯一出路

#### 二、品牌化运营将以价值模式系统为中心

#### 三、品牌化运营需以产业运营为支撑

## 第六章 焙烤食品行业细分市场分析

### 第一节 面包市场发展分析

#### 一、2019年糕点、面包制造主要经济指标分析

#### 二、2019年法式小面包的竞争出路分析

#### 三、面包长保质期技术及面包工业的发展趋势

### 第二节 糕点市场发展分析

一、我国糕点市场发展概况

二、2019年糕点产量分析

三、我国糕点市场发展的特点

四、糕点连锁市场品牌发展格局

五、我国糕点业品牌化进程

第三节 饼干市场发展分析

一、2019年饼干产量分析

二、中国饼干市场消费状况解析

三、高端饼干产品市场发展现状

四、2019年跨国饼干企业加速本土化进程

五、2019年我国饼干业发展形势

第四节 月饼市场发展分析

一、2019年月饼产业的变化

二、2019年月饼产品质量情况

三、2019年月饼包装节约资源规范

四、月饼企业的多样化经营

五、未来月饼市场发展的趋势

第七章 行业原料及辅料行业运行态势

第一节 小麦粉（面粉）行业

一、2019年小麦粉产量分析

二、2019年“小麦粉馒头”国家标准实施

三、我国小麦粉生产集中度情况

四、2019年我国小麦市场发展形势

第二节 油脂市场

一、油脂在烘焙食品技术中的应用

二、2019年我国油脂市场发展分析

三、2019年油脂市场走势分析

四、2019年我国油脂市场走势预测

五、2019年油脂市场价格变化预测

六、2019年国内油脂市场主要影响因素

第三节 添加剂及配料的应用

- 一、食品添加剂行业发展分析
- 二、乳化剂在烘焙食品中的应用
- 三、鲜酵母在烘焙食品中的应用
- 四、脂肪酶在焙烤食品当中的应用
- 五、焙烤糖制食品新型功能性配料的应用
- 六、营养素在烘焙食品中的应用前景
- 七、烘焙专用奶粉在焙烤食品中的作用
- 八、2019年我国将调查进口核苷酸类食品添加剂
- 九、我国食品添加剂市场发展前景分析
- 十、大豆制品在焙烤食品中的应用展望

### 第三部分 行业竞争格局分析

#### 第八章 焙烤食品行业竞争格局

##### 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
- 三、未来烘焙业竞争趋势

##### 第二节 2019年焙烤食品细分市场竞争格局

- 一、2019年月饼市场竞争格局分析
- 二、2019年饼干业竞争格局分析
- 三、2019年糕点业竞争格局分析
- 四、2019年卡夫收购达能饼干情况
- 五、宾堡将跃升世界第一大烘焙企业
- 六、中国焙烤提升行业竞争力的关键

##### 第三节 中国烘焙食品市场竞争趋势

- 一、行业品牌竞争趋势
- 二、中高端市场竞争趋势
- 三、行业生产竞争趋势

#### 第九章 焙烤食品行业的主要企业分析

##### 第一节 卡夫食品（中国）有限公司

- 一、公司概况



二、公司品牌情况

三、公司竞争对手

四、2019年公司业绩

五、2019年公司发展形势

第二节 上海达能饼干食品有限公司

一、公司概况

二、品牌分析

第三节 福建达利食品集团有限公司

一、公司概况

二、2019年公司品牌动态

三、公司品牌战略分析

四、公司发展战略规划

第四节 徐福记国际集团

一、公司概况

二、公司的创新策略

三、2019年公司动态

第五节 好利来实业发展有限公司

一、公司概况

二、公司理念

三、公司发展战略

第六节 北京稻香村食品有限责任公司

一、公司概况

二、公司的选址策略

三、2019年公司发展动态

四、2019年公司发展规划

第七节 上好佳（中国）有限公司

一、公司概况

二、公司产品的研发

三、公司品牌战略

第八节 广东嘉士利集团股份有限公司

一、公司概况

二、嘉士利成长分析

### 三、2019年公司最新动态

## 第四部分 行业发展策略与趋势

### 第十章 焙烤食品行业的发展及营销策略

#### 第一节 焙烤食品行业产业发展策略

- 一、焙烤食品行业发展思路
- 二、烘焙食品业品牌战略分析
- 三、烘焙食品业文化战略分析
- 四、烘焙业产品差异化战略
- 五、强化烘焙产业管理的应用

#### 第二节 烘焙业直复营销新模式探析

- 一、烘焙业直复营销概述
- 二、烘焙业直复营销策略
- 三、烘焙业直复营销趋势

#### 第三节 现代烘焙业的经营形式及地点选择

- 一、单一式经营
- 二、复合式经营
- 三、经营方式选择策略
- 四、浅谈烘焙营销创意策略
- 五、烘焙行业文化营销策略

### 第十一章 焙烤食品企业的发展策略

#### 第一节 中国焙烤企业品牌发展策略

- 一、明确企业的目标
- 二、再造让顾客感动的有价值品牌
- 三、让战略走上高层的议程表
- 四、走规模化出路
- 五、走专业化出路
- 六、发掘差异化的蓝海
- 七、快速开始企业的计划管理
- 八、规范企业的流程管理
- 九、做好组织管理的核心

## 第二节 焙烤企业的零售终端营销策略

- 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

## 第三节 浅谈烘焙企业的经营风险与解决之道

- 一、中小烘焙企业的常见类型和管理现状
- 二、顺应生存良性发展
- 三、研判市场谨慎投资
- 四、尊重市场用心经营
- 五、以小博大自营生存

## 第四节 烘培店创业分析

- 一、烘培店创业的筹备
- 二、烘培店创业的开业
- 三、烘焙开店创业秘诀

## 第十二章 2020-2026年焙烤食品行业的趋势分析

### 第一节 连锁超市焙烤类食品的经营趋势

- 一、超市焙烤食品经营的起源和销售地位
- 二、超市在焙烤类食品消费和经营上的差异
- 三、连锁超市经营模式转变带来的影响

### 第二节 2020-2026年焙烤行业发展趋势

- 一、2019年中国烘焙产业升级展望
- 二、2019年我国烘焙产业发展形势
- 三、2020-2026年焙烤行业发展趋势

### 第三节 2020-2026年我国烘焙食品产业化发展趋势

- 一、2019年我国烘焙食品业竞争状况
- 二、烘焙食品业竞争影响因素分析
- 三、低能健康烘焙食品市场前景广阔
- 四、2020-2026年烘焙食品行业的竞争趋势
- 五、烘焙食品健康发展兼顾文化引导
- 六、2020-2026年烘焙业的发展方向

### 第四节 2020-2026年烘焙食品发展趋势

- 一、安全、卫生是最基本的发展趋势
- 二、注意营养价值和营养平衡
- 三、全谷物烘焙食品的开发
- 四、功能性烘焙食品配料发展迅速
- 五、低能量、无糖烘焙食品的开发
- 六、烘焙食品创新多元化

图表目录：

图表 2014-2019年GDP增速趋势图

图表 2014-2019年工业增加值与发电量对比趋势图

图表 2014-2019年“三架马车”投资、消费、出口增长趋势对比图

图表 2014-2019年PPI增速趋势图

图表 2014-2019年进出口对比趋势图

图表 2019年主要经济数据统计\_咨询,电话:4,0,0,6,1,2,8, 6 6,8

图表 2019年工业生产主要指标

图表 工业增加值增长速度（2018年）

图表 各地区工业增加值增长速度（2018年）

图表 工业分大类行业增加值增长速度（2018年）

图表 工业主要产品产量及增长速度（2018年）

图表 2014-2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表 2014-2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表 2014-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表 2014-2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表 我国焙烤业产品相关标准

图表 糕点质量检验项目表

图表 全球食品添加剂市场规模增长情况

图表 黑面包与小麦面包中膳食纤维组成（g/100g干物质）

图表 消费者品牌选择

图表 产品卖完后的选择

图表 品牌忠诚度行为反映表

图表 消费者喜爱的面包店氛围

图表 消费者偏好的品牌蛋糕店氛围评分

图表 购买面包的主要用途

图表 消费者购买各品牌面包的主要用途

图表 影响消费者购买面包的因素

图表 消费者对各品牌蛋糕店认知

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202004/160025.html>