

2024-2030年中国清真食品 市场评估与未来发展趋势报告

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

《2024-2030年中国清真食品市场评估与未来发展趋势报告》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/202310/418223.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国清真食品市场评估与未来发展趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 清真食品概述 第一节 清真食品的界定 一、国外清真食品界定 二、中国清真食品界定 在中国，清真食品通常是指按照中国穆斯林饮食习惯屠宰、加工、制作的符合清真要求的饮食产品。清真饮品、清真副食品、清真食品，简称为“清真三食”。此外，生产、销售清真食品的专用运输车辆、专用计量器具、储藏容器和加工（储存、销售）的专用场地应当保证专用，不得运送、称量、存放清真禁忌食品或者物品。不符合以上标准的，都不属于清真食品。

第二节 清真食品的分类 一、按加工方式分类 二、按食材来源分类 16 第三节 清真食品的特点 17 一、悠久的历史性 17 二、严格的禁忌性 20 三、地域的差异性 21 四、吸纳的兼容性 23 五、品种的多样性 24 六、食用的广泛性 26 第二章 世界清真食品加工行业发展概况分析 27 第一节 国际清真食品行业发展概况 27 一、世界清真食品发展环境分析 27 二、世界清真食品行业现状分析 27 三、世界清真食品市场规模分析 28 四、世界主要清真食品市场分析 30 第二节 世界各国清真食品管理情况 33 一、中东阿拉伯国家 33 二、印度尼西亚 35 三、马来西亚 35 四、新加坡 36 五、澳大利亚 37 第三节 中国清真食品市场的机遇与挑战 38 一、清真食品供应链的转变 38 二、新兴行业的影响 39 三、发展的制约因素 39 第四节 中国清真食品发展趋势分析 40 一、新一代的影响 40 二、清真食品认证 40 三、清真经济体系 41 第三章 中国清真食品加工行业市场运行环境分析 42 第一节 国内宏观经济环境分析 42 一、经济发展现状分析 42 二、当前经济主要问题 48 三、未来经济运行与政策展望 48 第二节 国内清真食品行业政策环境分析 49 一、国内清真食品行业政策概况 49 二、《清真食品认证通则》 50 三、贵州启动清真食品管理条例制定 51 四、宁夏修正《清真食品管理条例》 51 五、《关于规范清真食品生产经营活动的通知》 52 第三节 国内社会环境分析 52 一、人口环境分析 52 二、收入环境分析 53 三、消费环境分析 54 四、中国城镇化率 54 第四章 中国清真食品加工行业发展现状综述 56 第一节 中国清真食品产业发展概述 56 一、中国清真食品产业发展状况 56 二、国内清真食品主要市场分析 56 三、清真食品的市场开发分析 66 第二节 中国清真食品产业亮点聚焦 67 一、甘肃临夏清真食品民族用品展示展销中心正式开业 67 二、十届中国(青海)国际清真食品及民族用品展览会 68 三、蒙牛集团在甘肃打造全国最大清真食品加工基地 69 四、甘肃临夏清真食品认证中心获得马来西亚伊斯兰发展署授权认可 69 第三节 中国清真食品加工行业存在问题 70 一、企业小规模分散生产经营 70 目前清真食品生产企业无论数量

还是规模，都还处于较低的发展层次。食品加工和包装业，无论是规模、效率还是加工精度、自动化程度，与全国食品行业相比差距较大，与国内先进水平和世界先进水平更是相去甚远。

二、新产品研发创新力度不足 70

三、“假清真”危害行业发展 70

四、缺乏在国际上叫得响的品牌 71

五、清真食品认证体系尚待完善 71

第五章 中国清真食品市场消费调查分析 72

第一节 中国清真食品市场消费者认知调查分析 72

一、消费者对清真食品认知态度情况 72

二、消费者与清真食品接触频率情况 72

三、消费者对清真食品的接受度情况 73

第二节 中国清真食品市场消费者偏好调查分析 73

一、消费者食用清真食品品种情况 73

二、消费者食用清真食品类型情况 74

三、消费者偏好地区清真食品情况 74

第三节 中国消费者购买清真食品关注信息分析 74

一、标识 74

二、包装 75

三、内在价值 77

第四节 影响中国消费者购买清真食品因素分析 79

第六章 中国清真食品加工行业竞争格局透析 80

第一节 中国清真食品加工业市场竞争状况分析 80

一、中国清真食品竞争力概况 80

二、中国清真食品产业集中度 81

第二节 中国清真食品加工业建设招标项目分析 81

一、成都青白江区清真食品用品生产加工基地建设项目 81

二、中国（吴忠）清真产业园全面推进重点项目建设 82

三、伊宁清真食品加工项目 83

四、黑龙江阿城区清真屠宰加工项目 84

五、青海“仙红”清真食品产业发展项目(一期)投产 87

第三节 中国清真食品产业参与国际竞争的优势 87

一、穆斯林传统文化氛围 87

二、原材料资源优势 88

三、经济政策环境向好 88

四、穆斯林国家的认可 88

第四节 清真食品产业参与国际竞争的劣势 89

一、战略和品牌意识缺乏 89

二、竞争意识不强 89

三、资金、技术、人才和信息要素跟不上 89

四、国际清真食品市场缺乏统一的标准认证体系 89

第七章 中国清真食品加工行业内优势企业竞争力分析 91

第一节 甘肃清河源清真食品股份有限公司 91

一、企业基本情况 91

二、企业主要产品分析 93

三、企业经营情况分析 94

四、企业发展策略分析 94

第二节 天津市桂顺斋糕点有限公司 95

一、企业基本情况 95

二、企业主要产品分析 95

三、企业经营情况分析 96

四、企业发展策略分析 96

第三节 北京月盛斋清真食品有限公司 96

一、企业基本情况 96

二、企业主要产品分析 97

三、企业经营情况分析 98

四、企业发展策略分析 98

第四节 宁夏平顺源清真食品有限公司 98

一、企业基本情况 98

二、企业主要产品分析 99

三、企业经营情况分析 99

四、企业发展策略分析 99

第五节 宁夏法希姆国际清真产业有限公司 100

一、企业基本情况 100

二、企业主要产品分析 101

三、企业经营情况分析 101

四、企业发展策略分析 101

第六节 吴忠市巴比伦清真食品有限公司 101

一、企业基本情况 101

二、企业主要产品分析 102

三、企业经营情况分析 102

四、企业发展策略分析 102

第八章 中国清真食品加工行业发展前景分析 104

第一节 中国食品工业发展趋势分析 104

一、需求增长预期放缓，未来发展更加依赖“价值驱动” 104

二、食品消费不断升级并逐步走向成熟 107

三、利用好“两个市场、两种资源”，“走出去”进程在加快 108

四、食品安全日益受到重视，政府加快

推动建立食品安全全程追溯制度 110 五、电子商务正在重构中国食品农业 113 第二节 中国清真食品市场规模预测 114 第三节 中国清真食品加工业投资机会分析 115 一、中国清真食品进出口贸易现状分析 115 二、中国清真食品加工行业发展机遇 116 三、中国清真食品加工行业面临挑战 117 四、中国清真食品加工业投资机会分析 117 第四节 中国清真食品行业发展规划分析 117 一、宁夏打造清真食品穆斯林用品集聚地 117 二、临夏州清真食品工业工作重点 118 三、《新疆维吾尔自治区特色餐饮业发展规划》 118 第九章 中国清真食品加工业投资风险分析 120 第一节 中国清真食品加工业投资风险分析 120 一、行业政策风险 120 二、经济波动风险 120 三、市场竞争风险 120 四、关联产业风险 120 五、技术风险 121 六、食品安全风险 121 第二节 中国清真食品产业发展策略分析 121 一、加强与穆斯林外商的交流和沟通 121 二、充分发挥企业资源配置力的作用 121 三、政府相关部门需积极引导、协调 122 四、实行标准化生产、创新企业管理 122 五、加强清真食品新产品研发创新 122 第三节 清真食品加工企业资本市场运作建议 123 一、清真食品加工企业兼并及收购建议 123 二、清真食品加工企业融资方式选择建议 123 三、清真食品加工企业海外资本市场运作建议 125

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418223.html>