

2013-2017年中国饼干市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国饼干市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1303/Q87504IJEf.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-03-01

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国饼干市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国饼干行业的概念，接着分析了中国饼干行业发展环境，然后对中国饼干行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国饼干行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国饼干行业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。

通过《2013-2017年中国饼干市场竞争力分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

近年来，我国饼干行业发展迅速，一方面国外的一些企业先后进入中国饼干市场，占据着国内大部分高档饼干市场的份额，并具有较强的市场优势；另一方面，在10年前，国内饼干市场以国有企业为主，近年随着企业改制，国有企业发展受到不同程度的影响，而饼干行业中的民营企业异军突起，发展较快，已涌现了一批年产量在几万吨以上颇有实力的民营企业新秀，代表着行业新的发展趋势。但是，饼干行业在快速发展的同时，与国外企业相比各方面还存在着较大的差距。这应引起国内饼干企业的高度重视。目前，在国内饼干市场中，大部分饼干还是以中低档产品为主。一些已发展到一定规模的企业正处在转型阶段，饼干市场竞争日趋激烈，利润空间缩小。一些企业已经减少了低档饼干产品的生产量，开始向中高档产品领域进军，不断提升饼干产品的档次。

报告目录

第一章 饼干概述

第一节 饼干概述

一、饼干定义

二、饼干相关质量指标标准

第二节 饼干行业发展历程

一、民营企业发展较快

二、发展案例分析

第三节 饼干分类情况

一、不同饼干特点

二、具体分类

第四节 饼干产业链分析

一、产业链模型介绍

二、饼干产业链模型分析

第二章 2012年中国饼干行业发展环境分析

第一节 2012年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、财政政策变化

三、固定资产投资

第二节 饼干行业相关政策

一、国家“十二五”产业政策

二、其他相关政策

三、出口关税政策

第三节 2012年中国饼干行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章 中国饼干生产现状分析

第一节 饼干行业总体规模

一、2008-2011年产能分析

二、2013-2017年产能预测

第二节 饼干市场容量概况

一、2006-2011年市场容量分析

二、产能配置与产能利用率调查

第三节 产业的生命周期分析

一、产业的生命周期论述

二、各阶段的特征

第四节 饼干产业供需情况

一、饼干是休闲食品中的主打产品

二、市场空间巨大

第四章 饼干国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品面临挑战

- 一、国际贸易的前景依然不够明朗
- 二、难以形成规模效益

第二节 国内产品当前市场价格及评述

- 一、外资企业主导
- 二、影响消费市场走势的主要因素

第三节 国内产品价格影响因素分析

- 一、卡夫康师傅被曝皆已调价
- 二、压力更明显可能再涨

第四节 2013-2017年国内产品未来价格走势预测

- 一、人工成本不断上涨
- 二、饼干行业的创新与发展之路

第五章 2012年中国饼干行业发展概况

第一节 2012年中国饼干行业发展态势分析

- 一、未来行业规模发展预测
- 二、未来行业产品结构发展预测

第二节 2012年中国饼干行业发展特点分析

- 一、国饼干市场以中低档产品为主
- 二、饼干生产规模向国际迈进

第三节 2012年中国饼干行业市场供需分析

- 一、女性成为主要消费群体
- 二、未来行业发展主流预测

第六章 2012年我国饼干行业发展现状分析

第一节 我国饼干行业发展现状

- 一、饼干行业品牌发展现状
- 二、饼干行业需求市场现状
- 三、饼干市场需求层次分析
- 四、我国饼干市场走向分析

第二节 中国饼干产品技术分析

- 一、2012年饼干产品技术变化特点

二、2012年饼干产品市场的新技术

第三节 中国饼干行业存在的问题

一、饼干产品市场存在的主要问题

二、国内饼干产品市场瓶颈

三、饼干产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国饼干市场的分析及思考

一、我国消费市场特点分析

二、饼干市场分析

三、饼干市场变化的方向

四、中国饼干行业发展的新思路

五、对中国饼干行业发展的思考

第七章 饼干行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 饼干市场竞争策略分析

一、饼干市场增长潜力分析

二、饼干产品竞争策略分析

三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 饼干企业竞争策略分析

一、2013-2017年我国饼干市场竞争趋势

二、2013-2017年饼干行业竞争格局展望

三、2013-2017年饼干行业竞争策略分析

第八章 饼干上游原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

一、制糖业

二、面粉

三、食品添加剂

第二节 主要原材料价格及供应情况

第三节 2013-2017年主要原材料未来价格及供应情况预测

第九章 饼干行业上下游行业分析

第一节 上游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业最新动态及其对饼干行业的影响

四、行业竞争状况及其对饼干行业的意义

第二节 下游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、饼干食品消费人群状况

1、饼干消费群体分类

2、饼干不同消费群体占有率

3、饼干不同消费群体背景特征

五、饼干食品重度消费人群状况

1、重度消费群体性别与年龄特征

2、重度消费群体职业特征

3、重度消费群体生活形态特征

六、消费者饼干食品认知

1、休闲食品的消费认知

2、饼干食品的特点认知

3、饼干食品的营养认知

4、饼干食品的档次认知

5、饼干食品与消费者关系认知

第十章 2013-2017年饼干行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前饼干存在的问题

第二节 饼干未来发展预测分析

一、中国饼干发展方向分析

二、2013-2017年中国饼干行业发展规模

第三节 2013-2017年中国饼干行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、财务风险分析

四、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十一章 饼干国内重点生产厂家分析

第一节 卡夫食品有限公司

一、企业基本概况

二、公司品牌情况

三、2012年企业经营与财务状况分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 康师傅控股有限公司

一、企业基本概况

二、主营业务及市场占有率

第三节 旺旺集团

一、企业基本概况

二、2011年企业竞争优势分析

三、企业未来发展战略与规划

第四节 广东嘉士利集团股份有限公司

一、企业基本概况

二、嘉士利成长分析

第五节 福建达利集团

一、企业基本概况

二、主营业务及销售渠道

三、企业发展历程

第六节 徐福记食品有限公司

一、企业基本概况

二、企业规模及产品

三、企业战略与规划

四、公司的创新策略

第十二章 2011-2012年饼干地区销售统计

第一节 华北地区

第二节 华南地区

第三节 华中地区

第四节 华东地区

第五节 西北地区

第六节 东北地区

第七节 西南地区

第十三章 2013-2017年中国饼干行业发展前景预测分析

第一节 2013-2017年中国饼干行业发展预测分析

一、未来饼干发展分析

二、未来饼干行业技术开发方向

三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第二节 2013-2017年中国饼干行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第十四章 2013-2017年中国饼干行业投资战略研究

第一节 2011-2012年中国饼干行业投资策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、产业战略规划

五、品牌营销战略

六、区域战略规划

第二节 2013-2017年中国饼干行业品牌建设策略

一、饼干的规划

二、品牌建设

三、饼干业成功之道

第十五章 市场指标预测及行业项目投资建议

第一节 中国饼干行业市场发展趋势预测

第二节 投融资发展环境

一、金融开放

二、金融财政政策

三、金融货币政策

四、外汇政策

五、银行信贷政策

六、股权融资与债券融资

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、项目投资建议

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1303/Q87504IJEf.html>