

2009年中国速冻食品市场分析及 投资前景展望报告

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

《2009年中国速冻食品市场分析及投资前景展望报告》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/200812/9612.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

第一章 2008年中国速冻食品行业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国速冻食品行业发展政治环境分析

- (一) 速冻面食食品行业标准
- (二) 《食品安全管理体系含肉和(或)水产品的速冻方便食品生产企业要求》

三、2008年中国速冻食品行业发展社会环境分析

- (一) 居民生活水平的提高
- (二) 居民生活节奏的变化

四、2008年中国速冻食品行业发展技术环境分析

第二章 速冻食品的相关概述

一、速冻食品的概念

- (一) 速冻食品的定义
- (二) 速冻食品的优点
- (三) 速冻食品的分类

二、速冻食品的生产工艺

- (一) 速冻食品的一般生产工艺过程
- (二) 速冻水饺的工艺流程和操作要点
- (三) 速冻肉制品的生产工艺及操作要点

第三章 2008年全球速冻食品行业发展概况分析

一、2008年全球速冻食品行业的发展状况分析

- (一) 全球速冻食品贸易和消费状况分析
- (二) 全球速冻食品行业规模分析

二、2008年美国速冻食品行业发展现状分析

- (一) 速冻食品产量最大、花色品种最多、人均消费量最高的国家
- (二) 2008年美国速冻食品市场发展态势分析

三、2008年欧洲速冻食品行业发展概况

- (一) 丹麦是欧洲最大的冷冻食品的消费市场
- (二) 欧洲各类速冻食品消费中，以调整食品为最多
- (三) 英国速冻食品行业发展现状
- (四) 瑞典速冻食品行业发展概述
- (五) 法国速冻食品行业发展概况

四、2008年日本速冻食品行业发展概述

- (一) 亚洲速冻食品消费的第一大市场
- (二) 全球上速冻食品的第三大消费市场
- (三) 日本速冻食品花色品种繁多
- (四) 2008年日本速冻食品市场发展概况分析

第四章 2008年中国速冻食品行业发展概述

一、2008年中国速冻食品行业的发展状况分析

- (一) 中国速冻食品业发展的三个阶段
- (二) 国内速冻食品产业快速发展
- (三) 中国速冻食品步入产业升级时代
- (四) 中国速冻食品行业的发展特征
- (五) 中国速冻设备的发展概况分析

二、2008年中国速冻食品行业瓶颈分析

- (一) 产业结构有待优化
- (二) 产品品种单调、雷同
- (三) 市场进入门槛的高、低矛盾
- (四) 低价过度竞争
- (五) 散装散卖

三、2008年中国速冻食品行业发展对策分析

- (一) 速冻食品企业的三大发展策略
- (二) 国内速冻行业的发展出路
- (三) 发展中国速冻行业的若干建议

第五章 2008年中国速冻食品市场发展状况分析

一、2008年中国速冻食品市场发展总体分析

- (一) 发展速冻食品的市场条件

(二) 国内速冻食品企业纷纷进军餐饮业

(三) 细菌超标问题制约市场健康发展

(四) 中国速冻蔬菜的发展现状与研究方向

二、2008年中国速冻食品市场规模和结构分析

(一) 中国速冻食品的销售状况

(二) 中国速冻食品区域市场划分

(三) 中国速冻食品市场的产品特点

三、2008年中国重点地区速冻食品市场发展态势分析

(一) 河南速冻食品发展成就突出

(二) 2008年国内最大速冻食品生产基地在新乡建成投产

(三) 2008年“速冻年夜饭”上海市场受青睐

(四) 2008年速冻洋快餐走俏青岛

四、2008年中国速冻食品市场发展对策分析

(一) 速冻食品的市场破冰法则

(二) 速冻产品的市场发展措施

(三) 速冻食品市场营销的相关建议

第六章 2007-2008年中国速冻食品制造行业相关数据分析

一、2007-2008年中国速冻食品制造业总体数据分析

(一) 2007年中国速冻食品制造业全部企业数据分析

(二) 2008年中国速冻食品制造业全部企业数据分析

二、2007-2008年中国速冻食品制造业不同规模企业数据分析

(一) 2007年中国速冻食品制造业不同规模企业数据分析

(二) 2008年中国速冻食品制造业不同规模企业数据分析

三、2007-2008年中国速冻食品制造业不同所有制企业数据分析

(一) 2007年中国速冻食品制造业不同所有制企业数据分析

(二) 2008年中国速冻食品制造业不同所有制企业数据分析

第七章 2008年中国速冻食品技术工艺分析

一、2008年HACCP在速冻汤圆生产中的应用分析

(一) HACCP简介

(二) 速冻汤圆生产中的HACCP应用

(一) 危害分析和关键控制点确定

(二) 关键控制点的监控措施和纠偏措施

二、2008年中国速冻果蔬的生产工艺及产品品质控制

(一) 生产工艺

(一) 工艺流程

(二) 操作要点

(二) 速冻果蔬产品品质控制

(一) 原料品质

(二) 加工处理

(三) 包装

(四) 冻藏的温度和时间

三、2008年中国速冻食品质量控制方法

(一) 速冻食品生产加工过程质量控制

(一) 原料

(二) 生产工艺

(三) 工厂设施

(四) 包装

(五) 卫生管理

(二) 速冻食品在流通过程中质量控制

(三) 温度管理 - 速冻食品质量管理核心

第八章 2008年中国速冻食品细分市场发展趋势分析——速冻调理食品

一、2008年中国速冻调理食品发展概况分析

(一) 速冻调理食品种类分析

(二) 速冻调理食品市场规模分析

(三) 速冻调理食品市场主要问题分析

二、2008年中国速冻调理食品发展模式分析

(一) 超市卖场模式

(二) 快餐行业模式

三、2008年中国速冻调理食品行业发展策略分析

(一) 传统中创新

(二) 汇聚国内外风味

（三）返璞归真

第九章 2008年中国速冻食品细分市场发展态势分析——速冻果蔬

一、2008年中国速冻果蔬行业发展概况分析

（一）速冻果蔬市场规模分析

（二）速冻果蔬市场存在问题分析

二、2008年中国果蔬速冻工艺技术发展形势分析

（一）速冻果蔬的形式由整体的大包装转向经过加工鲜切处理后的小包装

（二）冻结方式的更新使冻结的温度更加均匀，生产效益更高

（三）作为冷源的制冷装置也有新的突破

三、2008年中国速冻果蔬市场发展态势分析

第十章 2008年中国速冻食品细分市场发展态势分析——其他速冻产品

一、2008年中国速冻畜禽行业发展概况分析

（一）速冻畜禽食品市场现状

（二）速冻畜禽食品市场主要问题

二、2008年中国速冻水产品行业发展状况分析

（一）速冻水产食品市场现状

（二）速冻水产食品市场主要问题

第十一章 2008年中国速冻食品行业市场竞争状况分析

一、2008年中国速冻食品行业竞争总体状况分析

（一）中国速冻食品市场竞争掀起竞争新浪潮

（二）中国速冻食品行业竞争阶段及特征

（三）速冻食品品牌集中度不断提高

（四）速冻食品进军农村的趋势不断凸显

（五）外资的进入引发速冻食品业竞争变局

二、2008年中国速冻食品区域市场竞争动态分析

（一）青岛本地速冻品牌遭外地品牌强势挤压

（二）成都成为速冻行业竞争焦点地区

（三）浙江五芳斋进军大西南市场

三、2008年中国速冻食品品牌竞争状况分析

(一) 品牌竞争格局

(二) 速冻食品行业竞争由成本转向品牌

(三) 速冻业务市场更青睐品牌优势

四、2008年中国速冻食品市场领先品牌发展比较分析

(一) 国内三大领先品牌及其发展特点

(二) 速冻市场主要品牌成功因素分析

(三) 领先品牌市场拓展各有方法

五、2008年中国速冻食品行业竞争策略分析

(一) 提高速冻企业竞争力的措施

(二) 未来速冻食品业整合者须具备成本和品牌优势

(三) 中小速冻食品企业的竞争突围之道

第十二章 中国速冻食品行业重点企业分析

一、河南思念速冻食品有限公司

(一) 企业介绍

(二) 企业经营状况分析

(三) 思念食品品牌的专业化发展之路

(四) 思念迅速扩张产能谋求全球品牌

(五) 思念推出金牌系列产品决战高端市场

二、郑州市三全食品股份有限公司

(一) 企业介绍

(二) 企业经营状况分析

(三) 三全食品在创新中实现竞争力升级

(四) 三全食品市场竞争中的渠道及产品策略分析

(五) 三全品牌整合传播案例分析

(六) 提升三全品牌综合竞争力的相关思考

三、湾仔码头

(一) “湾仔码头”的崛起历程

(二) “湾仔码头”水饺以高质量赢得市场

(三) “湾仔码头”公开水饺生产流程以打造自身形象

第十三章 2008年中国速冻食品包装形式与流通分析

一、2008年中国速冻食品包装概况分析

- (一) 中国速冻食品主要包装形式和规格
- (二) 不同产品的各种包装形式的比例关系
- (三) 中国速冻食品主要生产企业的不同包装比例

二、2008年中国速冻食品流通形势分析

- (一) 中国速冻食品的主要流通渠道
- (二) 中国速冻食品的主要流通渠道的销售分析

第十四章 2008年中国冷链物流市场的发展态势分析

一、2008年中国冷链物流技术环境分析

- (一) 冷藏冷冻技术
- (二) 食品预冷技术
- (三) 低温仓库与低温物流中心
- (四) 冷链物流信息技术

二、2008年中国冷藏保温车行业现状分析

- (一) 中国冷藏车发展历史阶段分析
- (二) 中国冷藏保温车保有量分析
- (三) 中国冷藏保温车产量分析
- (四) 冷藏保温汽车行业存在的问题分析

三、2008年中国冷链物流发展模式分析

- (一) 与生产商结盟
- (二) 与同业进行合作整合
- (三) 与连锁商业业态的流通商结盟

四、2008年中国冷链物流存在问题分析

- (一) 基础设施建设仍然薄弱
- (二) 封闭冷藏供应链尚未形成
- (三) 冷链物流市场化程度低
- (四) 发展政策需要加快制定与落实

五、2009-2012年中国冷链物流发展趋势分析

- (一) 基础设施投资加快
- (二) 第三方冷链物流企业快速发展
- (三) 建立和完善冷链物流技术标准与管理规范

（四）进一步加大冷链物流政府监管力度

第十五章 2009-2012年中国速冻食品行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国速冻食品行业发展趋势分析

（一）速冻食品行业发展潜力巨大

（二）速冻食品市场空间与盈利趋势分析

（三）速冻食品三大发展潮流

二、2009-2012年中国速冻食品行业市场预测分析

（一）中国速冻食品行业主要产品供应状况预测分析

（二）中国速冻食品行业主要产品需求态势预测分析

三、2009-2012年中国速冻食品行业投资分析

（一）中国速冻食品行业投资环境分析

（二）中国速冻食品行业投资机会分析

（三）中国速冻食品行业投资风险分析

四、2009-2012年中国速冻食品行业发展策略分析

（一）严格控制产品的质量，树立健康的品牌形象

（二）提高产品的自动化程度，降低产品制造成本，从而实现利润最大化

（三）与有影响力的食品研究机构联手，通过媒体宣传科研结论

（四）采用广告宣传、促销活动等营销策略，彻底改变现有选择购买“速冻食品”的目的

（五）发展速冻食品在餐饮业中的优势

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/9612.html>