

2022-2028年中国烘焙食品 原料行业发展趋势与发展前景报告

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

《2022-2028年中国烘焙食品原料行业发展趋势与发展前景报告》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/202203/274391.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

2019年全球烘焙食品规模达到3,730.77亿美元。现代烘焙业在我国内地起步较晚，于20世纪80年代由我国香港台湾地区引入，2000年后，随着我国人均消费水平的增长、餐饮消费结构的调整以及生活节奏的变化，具备营养健康、快捷多样等优点的烘焙食品在我国步入了快速增长的时期。从供给层面上看，我国烘焙食品行业的生产规模持续扩大，我国糕点面包业规模以上企业营业收入由2011年的526.40亿元增长至2017年的1,316.23亿元，年复合增长率达到16.50%，远高于同期食品工业整体5.44%的增长水平，也高于全球烘焙行业增速。从消费层面上看，烘焙零售市场增长迅速，2019年我国烘焙食品零售额达到2,317.13亿元，同比增长10.93%，预计2024年有望突破3,800亿元。2013年-2019年我国烘焙食品零售额数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国烘焙食品原料行业发展趋势与发展前景报告》共十四章。首先介绍了烘焙食品原料行业市场发展环境、烘焙食品原料整体运行态势等，接着分析了烘焙食品原料行业市场运行的现状，然后介绍了烘焙食品原料市场竞争格局。随后，报告对烘焙食品原料做了重点企业经营状况分析，最后分析了烘焙食品原料行业发展趋势与投资预测。您若想对烘焙食品原料产业有个系统的了解或者想投资烘焙食品原料行业，本报告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：

第一章烘焙食品原料行业发展综述

1.1烘焙食品原料行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2烘焙食品原料行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2烘焙食品原料行业在国民经济中的地位

1.2.3烘焙食品原料行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 烘焙食品原料行业生命周期

1.3最近3-5年中国烘焙食品原料行业经济指标分析

1.3.1赢利性

1.3.2成长速度

1.3.3附加值的提升空间

1.3.4进入壁垒 / 退出机制

1.3.5风险性

1.3.6行业周期

1.3.7竞争激烈程度指标

1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章烘焙食品原料行业运行环境分析

2.1烘焙食品原料行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2烘焙食品原料行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济形势分析

2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析

2.3烘焙食品原料行业社会环境分析

2.3.1烘焙食品原料产业社会环境

2.3.2社会环境对行业的影响

2.3.3烘焙食品原料产业发展对社会发展的影响

2.4烘焙食品原料行业技术环境分析

2.4.1烘焙食品原料技术分析

2.4.2烘焙食品原料技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国烘焙食品原料所属行业运行分析

3.1我国烘焙食品原料行业发展状况分析

3.1.1我国烘焙食品原料行业发展阶段

3.1.2我国烘焙食品原料行业发展总体概况

3.1.3我国烘焙食品原料行业发展特点分析

3.22015-2019年烘焙食品原料行业发展现状

烘焙食品原料指用于制造烘焙食品的各种原材料和辅料，其中主要原材料包括面粉、油脂、糖类、奶油、水果制品、酱料、巧克力等。烘焙食品原料的发展与烘焙行业整体的发展相辅相成。一方面，烘焙行业需求的持续增长推动着烘焙食品原料的稳步发展，消费者口味和偏好的转变，也要求烘焙食品原料生产企业不断适应新的变化。另一方面，烘焙食品原料产品的丰富和应用技术的提高降低了烘焙食品制作的门槛，烘焙食品原料的发展不断引领新的潮流，丰富烘焙食品品类。不同的烘焙食品根据配方的差异，原料也不尽相同。烘焙食品原料发展趋势

内资品牌发展快速

现代烘焙业源自欧美，于80年代才逐步在中国兴起，因此早期国内烘焙食品及原料供应基本由外资品牌垄断。2000年以后，随着中国经济的高速发展和消费市场的快速扩大，内资品牌的烘焙企业及相应的原料供应商也快速涌现。目前，虽然外资品牌在短期内仍拥有较强的品牌和技术优势，但内资品牌也在不断通过加强国际经验交流，引进先进技术和人员，提高营销服务能力等方式，缩小与外资品牌之间的差距，并结合国内消费者的消费习性和口味进行自主化调整，使得产品适应性更强，以提供更为丰富、快捷和低成本的原料供应。随着内资品牌形象的不断深化、产品技术的持续提高，市场份额具有较大的提升空间。

消费者需求多元化，产品种类愈加丰富

随着生活质量不断提高，消费者对烘焙食品原料的需求也越来越具体，如口味、香味、柔滑感、回味等。近年来，各大厂商积极研发并推广各种新口味和新样式的烘焙食品原料产品，以满足消费者多样化的需求，同时促进消费者的购买欲望。以奶油为例，随着消费者越来越注重口感和香味，出现了含乳脂植脂奶油这一新产品，该产品结合了植脂奶油和稀奶油的优点，兼具口感好、营养丰富、奶香浓、易打发、易塑型等特性，且具备一定的价格优势，深受烘焙店和消费者的喜爱，销量迅速增长。消费者需求的多元化使得烘焙食品原料产品迅速变化，部分中小企业难以适应快速变化的市场环境，逐渐被行业所淘汰。以立高食品为代表的少数对市场敏感、研发能力强、渠道覆盖广的企业，紧跟市场变化，通过持续的产品创新，逐步提高市场份额。

安全、健康和营养均衡成为产品发展的方向

随着烘焙食品不断朝着安全、营养和健康的方向发展，也要求烘焙食品原料持续升级。一方面，健康、营养均衡的烘焙食品原料愈发受到认可，例如，烘焙店制作蛋糕时，会选择水果

含量更高、更新鲜优质的水果制品。另一方面，为保障烘焙食品的安全和质量，烘焙企业会对原料进行严格管控，具有品牌知名度的烘焙食品原料企业更能得到下游客户的信任。

营销网络和渠道的建设是获取竞争地位重要手段

随着消费者对烘焙食品接受度的不断提升，基层的烘焙店由一二线城市快速向三四线城市乃至乡镇快速扩展，进而形成了一个分布广泛、需求庞大的烘焙食品市场。三线及以下城市的烘焙门店占比由2016年的48.8%上升至2018年的51.8%。烘焙市场格局的变化推动和倒逼着烘焙食品原料生产企业不断调整运营模式，必须持续加大营销网络和渠道的建设力度。营销网络和渠道的规模及运营能力已愈发成为烘焙食品原料生产企业获取未来竞争地位的重要手段。目前，大量基层市场正处于市场培育的阶段，市场前景广阔，提前进行市场网络的布局，一方面能够为客户提供近距离的技术应用服务，建立品牌形象，另一方面有利于提升产品的品质和配送时效。 数据来源：公开资料整理

3.2.12015-2019年我国烘焙食品原料行业市场规模

3.2.22015-2019年我国烘焙食品原料行业发展分析

3.2.32015-2019年中国烘焙食品原料企业发展分析

3.3区域市场分析

3.3.1区域市场分布总体情况

3.3.22015-2019年重点省市市场分析

3.4烘焙食品原料细分产品/服务市场分析

3.4.1细分产品/服务特色

3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

3.5烘焙食品原料产品/服务价格分析

3.5.12015-2019年烘焙食品原料价格走势

3.5.2影响烘焙食品原料价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.32022-2028年烘焙食品原料产品/服务价格变化趋势

3.5.4主要烘焙食品原料企业价位及价格策略

第四章我国烘焙食品原料所属行业整体运行指标分析

4.12015-2019年中国烘焙食品原料所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析

4.1.3所属行业资产规模分析

4.1.4行业市场规模分析

4.22015-2019年中国烘焙食品原料所属行业产销情况分析

4.2.1我国烘焙食品原料所属行业工业总产值

4.2.2我国烘焙食品原料所属行业工业销售产值

4.2.3我国烘焙食品原料所属行业产销率

4.32015-2019年中国烘焙食品原料所属行业财务指标总体分析

4.3.1所属行业盈利能力分析

4.3.2所属行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章我国烘焙食品原料行业供需形势分析

5.1烘焙食品原料行业供给分析

5.1.12015-2019年烘焙食品原料行业供给分析

5.1.22022-2028年烘焙食品原料行业供给变化趋势

5.1.3烘焙食品原料行业区域供给分析

5.22015-2019年我国烘焙食品原料行业需求情况

5.2.1烘焙食品原料行业需求市场

5.2.2烘焙食品原料行业客户结构

5.2.3烘焙食品原料行业需求的地区差异

5.3烘焙食品原料市场应用及需求预测

5.3.1烘焙食品原料应用市场总体需求分析

(1) 烘焙食品原料应用市场需求特征

(2) 烘焙食品原料应用市场需求总规模

5.3.22022-2028年烘焙食品原料行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年烘焙食品原料行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年烘焙食品原料行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业烘焙食品原料产品/服务需求分析预测

第六章烘焙食品原料行业产业结构分析

6.1烘焙食品原料产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国烘焙食品原料行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章我国烘焙食品原料行业产业链分析

7.1烘焙食品原料行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2烘焙食品原料上游行业分析

7.2.1烘焙食品原料产品成本构成

7.2.22015-2019年上游行业发展现状

7.2.32022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4上游供给对烘焙食品原料行业的影响

7.3烘焙食品原料下游行业分析

7.3.1烘焙食品原料下游行业分布

7.3.22015-2019年下游行业发展现状

7.3.32022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对烘焙食品原料行业的影响

第八章我国烘焙食品原料行业渠道分析及策略

8.1烘焙食品原料行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对烘焙食品原料行业的影响

8.1.3主要烘焙食品原料企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2烘焙食品原料行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3烘焙食品原料行业营销策略分析

8.3.1中国烘焙食品原料营销概况

8.3.2烘焙食品原料营销策略探讨

8.3.3烘焙食品原料营销发展趋势

第九章我国烘焙食品原料行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1烘焙食品原料行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2烘焙食品原料行业企业间竞争格局分析

9.1.3烘焙食品原料行业集中度分析

9.1.4烘焙食品原料行业SWOT分析

9.2中国烘焙食品原料行业竞争格局综述

9.2.1烘焙食品原料行业竞争概况

(1) 中国烘焙食品原料行业竞争格局

(2) 烘焙食品原料行业未来竞争格局和特点

(3) 烘焙食品原料市场进入及竞争对手分析

9.2.2中国烘焙食品原料行业竞争力分析

(1) 我国烘焙食品原料行业竞争力剖析

(2) 我国烘焙食品原料企业市场竞争的优势

(3) 国内烘焙食品原料企业竞争能力提升途径

9.2.3烘焙食品原料市场竞争策略分析

第十章烘焙食品原料行业领先企业经营形势分析

10.1维益食品(苏州)有限公司

10.1.1企业概况

10.1.2企业优势分析

10.1.3产品/服务特色

10.1.4公司经营状况

10.1.5公司发展规划

10.2上海海融食品科技股份有限公司

10.2.1企业概况

10.2.2企业优势分析

10.2.3产品/服务特色

10.2.4公司经营状况

10.2.5公司发展规划

10.3南侨食品集团(上海)股份有限公司

10.3.1企业概况

10.3.2企业优势分析

10.3.3产品/服务特色

10.3.4公司经营状况

10.3.5公司发展规划

10.4北京丘比食品有限公司

10.4.1企业概况

10.4.2企业优势分析

10.4.3产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

第十一章2022-2028年烘焙食品原料行业投资前景

11.12022-2028年烘焙食品原料市场发展前景

11.1.12022-2028年烘焙食品原料市场发展潜力

11.1.22022-2028年烘焙食品原料市场发展前景展望

11.1.32022-2028年烘焙食品原料细分行业发展前景分析

11.22022-2028年烘焙食品原料市场发展趋势预测

11.2.12022-2028年烘焙食品原料行业发展趋势

11.2.22022-2028年烘焙食品原料市场规模预测

11.2.32022-2028年烘焙食品原料行业应用趋势预测

11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预测

11.32022-2028年中国烘焙食品原料行业供需预测

11.3.12022-2028年中国烘焙食品原料行业供给预测

11.3.22022-2028年中国烘焙食品原料行业需求预测

11.3.32022-2028年中国烘焙食品原料供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3企业区域市场拓展的趋势

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2022-2028年烘焙食品原料行业投资机会与风险

12.1烘焙食品原料行业投融资情况

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.22022-2028年烘焙食品原料行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

12.2.2细分市场投资机会

12.2.3重点区域投资机会

12.32022-2028年烘焙食品原料行业投资风险及防范

12.3.1政策风险及防范

- 12.3.2技术风险及防范
- 12.3.3供求风险及防范
- 12.3.4宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5关联产业风险及防范
- 12.3.6产品结构风险及防范
- 12.3.7其他风险及防范

第十三章烘焙食品原料行业投资战略研究

13.1烘焙食品原料行业发展战略研究

- 13.1.1战略综合规划
- 13.1.2技术开发战略
- 13.1.3业务组合战略
- 13.1.4区域战略规划
- 13.1.5产业战略规划
- 13.1.6营销品牌战略
- 13.1.7竞争战略规划

13.2对我国烘焙食品原料品牌的战略思考

- 13.2.1烘焙食品原料品牌的重要性
- 13.2.2烘焙食品原料实施品牌战略的意义
- 13.2.3烘焙食品原料企业品牌的现状分析
- 13.2.4我国烘焙食品原料企业的品牌战略
- 13.2.5烘焙食品原料品牌战略管理的策略

13.3烘焙食品原料经营策略分析

- 13.3.1烘焙食品原料市场细分策略
- 13.3.2烘焙食品原料市场创新策略
- 13.3.3品牌定位与品类规划
- 13.3.4烘焙食品原料新产品差异化战略

13.4烘焙食品原料行业投资战略研究

- 13.4.12019年烘焙食品原料行业投资战略
- 13.4.22022-2028年烘焙食品原料行业投资战略
- 13.4.32022-2028年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议（）

14.1烘焙食品原料行业研究结论

14.2烘焙食品原料行业投资价值评估

14.3烘焙食品原料行业投资建议

14.3.1行业发展策略建议

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274391.html>