

2014-2019年中国饼干市场 分析与投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国饼干市场分析与投资前景研究报告》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/qitashipin1404/0575045OJl.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】2014-04-10

【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《2014-2019年中国饼干市场分析与投资前景研究报告》共十四章，报告对我国饼干的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

前言

我国饼干行业一直保持快速发展势头，最近5年来的饼干总产量和销售额年均递增20%。国家统计局提供的数据显示，2012年全国637家规模以上饼干生产企业的总产量约632万t；饼干及其他焙烤食品制造行业资产合计59052237.00千元；实现销售收入123399778.00千元，；完成利润总额9,740,161.00千元；饼干及其他焙烤食品制造行业整体从业人数179,864.00人。

数据来源：中国焙烤食品糖制品工业协会

近些年，人们生活水平逐步提高，消费意识和选择理念发生较大变化，消费者对饼干产品提出的新的需求在不断增加。随着外商和港澳台商对我国饼干业源源不断的投资，我国饼干企业发展很快，饼干产品从品种、包装、口味、功能等方面均达到了前所未有的程度。而新产品的频频问世，在很大程度上刺激着中国饼干市场开始向多元化、品质化发展，使我国原有的传统饼干市场发生了深刻变化。

目前，国内独资的大型饼干生产企业相对较少，而外资、合资的大型企业越来越多。因此，中国饼干市场呈现出一种特殊情况：从饼干的销售量来看，内资饼干企业略占优势；从市场销售额来看，外资企业却占有较大优势。天津康师傅有关人士称，外资企业产品销额占优主要原因是这些企业的产品为多中高档产品，品质好，价格高，且销售情况良好。

另外，中国饼干市场的竞争不仅仅局限于同行业的竞争，与相关行业之间的竞争也愈加明显。特别是非饼干类休闲食品的快速增长，客观上已经形成了一个不小的“饼干替代市场”，抢占了不小的饼干市场份额，致使中国饼干的市场规模一直以来只能稳中求升，难以取得重大突破。

对产品档次而言，我国的高档饼干主要由外资企业生产，比如康师傅、达能、卡夫、嘉顿

、广合等。国内大中型饼干企业如正航、广源等，虽然也生产一部分中高档产品，但与外资企业产品相比，无论从内在品质上，还是包装上都存有一定差距，加之在促销手段、市场定位等营销策划上处于劣势，那么中高档饼干产品主要由外资企业主导也就不足为奇。上海达能饼干食品有限公司张向东表示，达能饼干事实上对外向来比较低调，但市场反应却一直表现良好。因为一些外资产品最终能决胜市场，宣传倒不是最主要的，能在品质与管理上下功夫而生产出好的产品，加上准确的终端策略，这些才最为重要。

另外，外资企业较之国内企业更注重创新，这表现在产品的各方面。康师傅的“3+2”、美味酥、芙蓉球、巧芙等产品在市场上均颇受青睐，达能的3层梳打、闲趣、甜趣、牛奶香脆，卡夫的奥里奥、太平、乐之、富丽，广合的曲奇系列等等，都为消费者所熟知。以上这些产品的特点是包装精美、品质过硬、口味独特。

在外资品牌层层深入的影响下，国内近年也成长起一批颇为优秀的饼干企业，福建达利、上海东亚、广东锦泰、嘉达、河北博通等都是其中的优秀代表。

但由于种种原因，国内大中型饼干企业在与外资企业的竞争中，目前尚处于一定的劣势。

行业特点

外资和港台企业占据中高端市场的主导位置，继续领跑行业；内资企业虽然不乏亮点，但突破瓶颈，实现可持续发展依然任重道远。

卡夫食品（中国）有限公司、康师傅控股集团，东莞徐记食品有限公司、好丽友食品有限公司、上海江崎格力高食品有限公司以及东莞锦泰食品有限公司等一些外资、港资、台资企业的产销量和市场占有率逐年增长，而且占据了国内饼干行业的中高端市场，他们将依托自身的雄厚实力和多年打造出来的品牌优势，不断加大投入力度，占有更多的市场份额。这一方面对内资企业的发展形成巨大压力，另一方面对国内饼干行业的发展无疑也起到了积极的引领和推动作用。

近年来，国内民营企业的发展不乏亮点，竞争实力也在逐步增强。如福建达利食品集团有限公司、广东嘉士利食品集团有限公司、湖北广源食品有限公司、河南安阳健丰食品有限公司、河南梦想食品有限公司、北京美丹食品有限公司、广东阳江嘉伦饼业有限公司、广东旺通食品有限公司等民营企业都已经具备持续发展的实力和基础。未来几年，民营企业仍将是我国中低端饼干市场的主力军。但同时我们也应看到，与国外跨国公司相比各方面还存在着较大的差距，尤其在人才培养、企业管理、新品开发和市场营销等诸多方面差距较大，因此国内饼干生产企业若想突破瓶颈，实现可持续发展仍需不断努力，时间紧迫，任重道远。

大中型民营企业风险与机遇并存，加强自我修炼，向规范化、信息化管理迈进，坚持以人

为本，是企业持续发展的必由之路。

自改革开放以来，国内饼干行业的民营企业由少到多、由小到大、由弱变强，如今已经成为饼干行业中低档产品的主力军，有些企业也已经具备向高端市场冲击的实力。民营企业为我国饼干行业的发展和进步写下了不可磨灭的篇章，但如今面临内忧外患的整体经济形势的困扰和实力雄厚的外资品牌的挤压，发展形势已不容乐观，增加企业自身抗风险的能力，时不我待。

目前饼干行业大中型民营企业的生产硬件虽然与跨国公司尚有一定差距，但这并不是主要问题。主要问题在于人才培养和使用、产品研发、品牌经营、市场营销等方面的差距。目前国内的民营企业管理者大多数都是第一代创业者，都有过可以炫耀的经历，但企业发展到一定阶段，管理者一定要摒弃以往的经验主义和以自我为中心的企业老板本位意识，要下决心走规范化管理的道路，从单纯的靠延长职工劳动时间创造生产价值向规范化管理、提高劳动效率转变，这也是将来大中型企业管理模式的必然趋势。只有以人为本，培养出一批以企业为荣，与企业共生存、同发展的骨干精英，才能在生存中求发展，在发展中育品牌，走向可持续发展的经营之路。

大型企业将通过并购、入股等资本运作手段同化竞争对手，拓展产品领域，行业集中度将逐步提高，并且有加速的态势。

2008年以来，国内饼干行业的企业并购、整合态势愈趋明显。随着饼干行业的市场竞争加剧以及国内、国际经济发展趋缓的影响，企业的规模和品牌效应更加显现出优势。今后将会有更多的中小型饼干企业被迫重组或倒闭，而外资企业和具有一定规模的民营企业将会在竞争中加速发展。市场的集中度将会不断增大，但预计未来3~5年仍然不会出现极少数厂家独占市场的垄断局面。

行业竞争方式也会由原来的直接市场竞争变为多元化竞争，比如具有实力的公司直接收购或控股竞争对手，快速减轻竞争压力等资本运作方式，从而收到市场直接竞争难以达到的效果。未来的中国饼干行业应该向产业进一步集中、经营更加有序的方向发展。

目录

第一章2013-2014年世界饼干行业整体运营状况分析 1

第一节2013-2014年世界饼干行业市场发展格局 1

一、世界饼干市场特征分析 1

所谓饼干的词源是“烤过两次的面包”，即从法语的bis（再来一次）和cuit（烤

）中由来的。是用面粉和水或牛奶不放酵母而烤出来的，作为旅行、航海、登山时的储存食品，特别是在战争时期用于军人们的备用食品是非常方便适用的。

初期饼干的产业是上述所说的长期的航海或战争中的紧急食品的概念开始以HandMade-Type（手工形态）传播，产业革命以后因机械技术的发达，饼干的制作设备及技术迅速发展，扩散到全世界各地。

饼干类包含饼干（Biscuit），曲奇（Cookies）和苏打饼干（Cracker）等等。

2、饼干的概念

饼干是以小麦粉、糖类、油脂等为主要原料经机制焙烤而成的食品，它口感疏松，水份含量少，约为4%左右；它储存时间长，如果利用防潮包装材料包装能有10个月以上的保质期；

饼干还可制作成大大小小各种各样的形状，经过焙烤出来后还可以挂巧克力衣，各种原料混合在一起还可添加乳酪，还有添加香料、色素等多种多样的种类。

3、饼干的种类

（1）硬类饼干

顾名思义，这种饼干在配料上是低档的，在配料上利用中力粉，比起其它类饼干少用了油和糖，产品质地硬而有光泽。烤制过程中为了避免饼干表面的膨胀带有若干穿透性气孔。此类饼干因坚硬所以保存性良好，可用于储存食品。

（2）韧性饼干

此类饼干利用薄力粉而且比硬类饼干多加糖及油脂。饼干表面无光泽但刻有阳文，饼体松脆爽口，香味淡雅。

（3）高档类饼干

多加鸡蛋、砂糖而配制出各种各样的形状，在表面添加装饰的高档类饼干，品质很柔和而且很甜。

另外曲奇也是饼干类的一种，比普通饼干类多加了黄油，曲奇是美国人的叫法。

美国式的基本方法是在黄油或起酥油中加砂糖后搅拌成奶油状，然后加鸡蛋搅拌，最后加面粉、发酵粉、香料一起和后擀成薄饼，用曲奇模子压出后用烤箱烤出来的。

跟着和面在铁板上用软管挤出来或者用勺舀出来（或者放入冰箱凝固后切的很薄后在烤，此外在饼干表面挂巧克力或夹果酱及奶油等加工的品种也很多。

4、饼干的特征

（1）水份含量低，保质期较长；

（2）紧急时期备用食品及加餐时的最佳营养食品。

饼干工艺流程

不论是韧性饼干或酥性饼干，虽然其配方、投料顺序与操作方法不同。

但都具有如下的基本工艺流程：原、辅料预处理→面团的调制→滚动→成型→烘烤→冷却→整理→包装→成品

在全球范围内饼干食品并因其口感好，易携带、已储存等优点，已经被人们所接受，全球饼干品牌众多，但是知名饼干品牌掌握在几大食品巨头手中。并成功市场了全球市场的开发与渗透。

根据联合国数据库公布的全球饼干贸易数据：2012年全球饼干进出口贸易总额为171.36亿美元，同比下滑8.91%；饼干进出口贸易总量为558.64万吨，同比下滑4.99%；

资料来源：联合国数据库、博思数据研究中心整理
资料来源：联合国数据库、博思数据研究中心整理

2012年美国饼干进口金额为13.24亿美元，居全球各国之首；法国进口金额为8.56亿美元，总重为23.1万吨，是全球第二大饼干进口国。

2012年全球饼干进口金额强20强（按国家）

国家		金额：美元	数量：千克	1	美国	
1323668997	381452033	2	法国	856019199	230973956	
3	德国	616011940	164664633	4	英国	511668264
128267945	5	比利时	398901977	106835357	6	
荷兰	390571761	137257038	7	加拿大	281881429	
76619658	8	西班牙	198174672	54463909	9	奥
地利	171900311	41181283	10	中国	163962083	37241998
	11	俄罗斯	156437823	65131435	12	捷克
146037062	43717474	13	波兰	142410282	43647459	
14	澳大利亚	135561887	44793449	15	爱尔兰	
133839744	34290172	16	葡萄牙	119029150	46990532	
17	哈萨克斯坦	107357150	53004382	18	泰国	
106316880	28032812	19	新加坡	90906798	23859408	
20	瑞士	89014201	18714124	资料来源：联合国数据库、博思数据		

2012年德国饼干出口金额处于全球第一，出口金额为10.85亿美元，总量为27.43万吨；居第二位的是荷兰，年度出口金额为8.08亿美元，总重为24.02万吨。

2012年全球饼干出口金额强20强（按国家）

国家	金额：美元
----	-------

数量：千克	1	德国	1084899726	274368095	2
荷兰	808317676	240186728	3	比利时	746775898
216201563	4	加拿大	705354863	171132435	5
英国	529649563	123371164	6	土耳其	455674764
198335828	7	波兰	440445015	123614900	8
国	417216333	84923983	9	墨西哥	344792440
	10	美国	309280563	110352876	11
250217643	58685734	12	西班牙	243046727	87425192
13	印尼	226096632	78557676	14	乌克兰
191778098	111759682	15	马来西亚	182337461	53431308
16	捷克	174812236	56825803	17	俄罗斯
152453138	63516773	18	印度	141552969	123970732
19	瑞士	99997890	10165439	20	瑞典
					99641601
					24625533

资料来源：联合国数据库、博思数据研究中心整理

二、世界主要饼干品牌综述 6

三、世界饼干原料市场运行分析 7

四、欧盟针对饼干等食品起草法案 13

五、加拿大召回韩国产两品牌饼干 14

第二节 2013-2014年世界饼干品牌主要国家分析 14

一、美国饼干食品市场运行分析 14

二、日本饼食品进出口贸易分析 16

三、欧洲饼干市场运行分析 17

第三节 2014-2019年世界饼干行业发展趋势分析 18

第二章 2013-2014年世界品牌饼干企业营运状况浅析 20

第一节 达能 20

一、企业概况 20

二、在华市场投资运行情况分析 23

三、品牌竞争力分析 24

四、国际化发展战略分析 25

第二节 卡夫 25

一、企业概况 25

二、在华市场投资运行情况分析 27

三、品牌竞争力分析 28

四、国际化发展战略分析 28

第三节 康元 (KHONGGUAN) 28

一、企业概况 28

二、在华市场投资运行情况分析 30

三、品牌竞争力分析 32

四、国际化发展战略分析 32

第三章 2013-2014年中国饼干行业市场发展环境解析 34

第一节 2013-2014年中国经济环境分析 34

一、GDP历史变动轨迹分析 34

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 41

三、2013年中国宏观经济发展预测分析 44

第二节 2013-2014年中国饼干市场政策环境分析 51

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析 51

二、饼干食品国家标准 51

三、饼干包装须标明“营养清单” 52

四、饼干生产许可证审查细则 52

第三节 2013-2014年中国饼干市场社会环境分析 55

一、人口环境分析 55

二、教育环境分析 57

三、文化环境分析 60

四、生态环境分析 62

五、中国城镇化率 63

六、居民的各种消费观念和习惯 64

第四章 2013-2014年中国饼干行业运行态势剖析 68

第一节 2013-2014年中国饼干业动态分析 68

一、卡夫在华启动亚洲最大饼干研发中心 68

二、康维多婴幼儿饼干产品登陆中国 68

三、鼎福食品通过审核拿到山东首张婴幼儿饼干许可证 69

四、江中卖饼干宣称养胃引争议：国家规定无此条目 70

五、印尼进口“希莉”小熊饼干菌超标 康元集团生产 72

六、广州质监抽查25批次饼干产品 未发现不合格产品 73

第二节 2013-2014年中国饼干市场发展现状分析 75

一、我国饼干行业一直保持快速发展势头 75

二、国产饼干后危机时代谋突破 76

三、企业间并购、整合将为企业注入活力 78

第三节 2013-2014年中国饼干行业存在的问题分析 79

一、同质化问题严重 79

二、质量问题 79

三、较国际先进仍有一定差距 80

四、业内众多中小企业实力不足，难以形成规模效益 81

第五章 2011-2013年中国饼干及其他焙烤食品制造行业数据监测分析 82

第一节 2011-2013年中国饼干及其他焙烤食品制造行业总体数据分析 82

一、2010年中国饼干及其他焙烤食品制造行业全部企业数据分析 82

二、2011年中国饼干及其他焙烤食品制造行业全部企业数据分析 84

三、2012年中国饼干及其他焙烤食品制造行业全部企业数据分析 85

第二节 2011-2013年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同规模企业数据分析 87

一、2010年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同规模企业数据分析 87

二、2011年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同规模企业数据分析 88

三、2012年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同规模企业数据分析 88

第三节 2011-2013年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同所有制企业数据分析 89

一、2010年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同所有制企业数据分析 89

二、2011年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同所有制企业数据分析 89

三、2012年中国饼干及其他焙烤食品制造行业不同所有制企业数据分析 90

第六章 2011-2013年中国饼干产量数据统计分析 91

第一节 2011年中国饼干产量数据分析 91

一、2011年全国饼干产量数据分析 91

二、2011年饼干重点省市数据分析 91

第二节 2012年中国饼干产量数据分析 92

一、2012年全国饼干产量数据分析 92

二、2012年饼干重点省市数据分析 92

第三节 2013年中国饼干产量数据分析 93

一、2013年全国饼干产量数据分析 93

二、2013年饼干重点省市数据分析 93

第七章 2013-2014年中国饼干食品市场运行走势全面剖析 94

第一节 2013-2014年中国饼干市场运行特点分析 94

我国饼干行业一直保持快速发展势头，最近5年来的饼干总产量和销售额年均递增20%。国家统计局提供的数据显示，2012年全国637家规模以上饼干生产企业的总产量约632万t；饼干及其他焙烤食品制造行业资产合计59052237.00千元；实现销售收入123399778.00千元，；完成利润总额9,740,161.00千元；饼干及其他焙烤食品制造行业整体从业人数179,864.00人。

数据来源：中国焙烤食品糖制品工业协会

近些年，人们生活水平逐步提高，消费意识和选择理念发生较大变化，消费者对饼干产品提出的新的需求在不断增加。随着外商和港澳台商对我国饼干业源源不断的投资，我国饼干企业发展很快，饼干产品从品种、包装、口味、功能等方面均达到了前所未有的程度。而新产品的频频问世，在很大程度上刺激着中国饼干市场开始向多元化、品质化发展，使我国原有的传统饼干市场发生了深刻变化。

目前，国内独资的大型饼干生产企业相对较少，而外资、合资的大型企业越来越多。因此，中国饼干市场呈现出一种特殊情况：从饼干的销售量来看，内资饼干企业略占优势；从市场销售额来看，外资企业却占有较大优势。天津康师傅有关人士称，外资企业产品销额占优主要原因是这些企业的产品为多中高档产品，品质好，价格高，且销售情况良好。

另外，中国饼干市场的竞争不仅仅局限于同行业的竞争，与相关行业之间的竞争也愈加明显。特别是非饼干类休闲食品的快速增长，客观上已经形成了一个不小的“饼干替代市场”，抢占了不小的饼干市场份额，致使中国饼干的市场规模一直以来只能稳中求升，难以取得重大突破。

对产品档次而言，我国的高档饼干主要由外资企业生产，比如康师傅、达能、卡夫、嘉顿

、广合等。国内大中型饼干企业如正航、广源等，虽然也生产一部分中高档产品，但与外资企业产品相比，无论从内在品质上，还是包装上都存有一定差距，加之在促销手段、市场定位等营销策划上处于劣势，那么中高档饼干产品主要由外资企业主导也就不足为奇。上海达能饼干食品有限公司张向东表示，达能饼干事实上对外向来比较低调，但市场反应却一直表现良好。因为一些外资产品最终能决胜市场，宣传倒不是最主要的，能在品质与管理上下功夫而生产出好的产品，加上准确的终端策略，这些才最为重要。

另外，外资企业较之国内企业更注重创新，这表现在产品的各方面。康师傅的“3+2”、美味酥、芙蓉球、巧芙等产品在市场上均颇受青睐，达能的3层梳打、闲趣、甜趣、牛奶香脆，卡夫的奥里奥、太平、乐之、富丽，广合的曲奇系列等等，都为消费者所熟知。以上这些产品的特点是包装精美、品质过硬、口味独特。

在外资品牌层层深入的影响下，国内近年也成长起一批颇为优秀的饼干企业，福建达利、上海东亚、广东锦泰、嘉达、河北博通等都是其中的优秀代表。

但由于种种原因，国内大中型饼干企业在与外资企业的竞争中，目前尚处于一定的劣势。

行业特点

1、外资和港台企业占据中高端市场的主导位置，继续领跑行业；内资企业虽然不乏亮点，但突破瓶颈，实现可持续发展依然任重道远。

卡夫食品（中国）有限公司、康师傅控股集团，东莞徐记食品有限公司、好丽友食品有限公司、上海江崎格力高食品有限公司以及东莞锦泰食品有限公司等一些外资、港资、台资企业的产销量和市场占有率逐年增长，而且占据了国内饼干行业的中高端市场，他们将依托自身的雄厚实力和多年打造出来的品牌优势，不断加大投入力度，占有更多的市场份额。这一方面对内资企业的发展形成巨大压力，另一方面对国内饼干行业的发展无疑也起到了积极的引领和推动作用。

近年来，国内民营企业的发展不乏亮点，竞争实力也在逐步增强。如福建达利食品集团有限公司、广东嘉士利食品集团有限公司、湖北广源食品有限公司、河南安阳健丰食品有限公司、河南梦想食品有限公司、北京美丹食品有限公司、广东阳江嘉伦饼业有限公司、广东旺通食品有限公司等民营企业都已经具备持续发展的实力和基础。未来几年，民营企业仍将是我国中低端饼干市场的主力军。但同时我们也应看到，与国外跨国公司相比各方面还存在着较大的差距，尤其在人才培养、企业管理、新品开发和市场营销等诸多方面差距较大，因此国内饼干生产企业若想突破瓶颈，实现可持续发展仍需不断努力，时间紧迫，任重道远。

2、大中型民营企业风险与机遇并存，加强自我修炼，向规范化、信息化管理迈进，坚持以

人为本，是企业持续发展的必由之路。

自改革开放以来，国内饼干行业的民营企业由少到多、由小到大、由弱变强，如今已经成为饼干行业中低档产品的主力军，有些企业也已经具备向高端市场冲击的实力。民营企业为我国饼干行业的发展和进步写下了不可磨灭的篇章，但如今面临内忧外患的整体经济形势的困扰和实力雄厚的外资品牌的挤压，发展形势已不容乐观，增加企业自身抗风险的能力，时不我待。

目前饼干行业大中型民营企业的生产硬件虽然与跨国公司尚有一定差距，但这并不是主要问题。主要问题在于人才培养和使用、产品研发、品牌经营、市场营销等方面的差距。目前国内的民营企业管理者大多数都是第一代创业者，都有过可以炫耀的经历，但企业发展到一定阶段，管理者一定要摒弃以往的经验主义和以自我为中心的企业老板本位意识，要下决心走规范化管理的道路，从单纯的靠延长职工劳动时间创造生产价值向规范化管理、提高劳动效率转变，这也是将来大中型企业管理模式的必然趋势。只有以人为本，培养出一批以企业为荣，与企业共生存、同发展的骨干精英，才能在生存中求发展，在发展中育品牌，走向可持续发展的经营之路。

3、大型企业将通过并购、入股等资本运作手段同化竞争对手，拓展产品领域，行业集中度将逐步提高，并且有加速的态势。

2008年以来，国内饼干行业的企业并购、整合态势愈趋明显。随着饼干行业的市场竞争加剧以及国内、国际经济发展趋缓的影响，企业的规模和品牌效应更加显现出优势。今后将会有更多的中小型饼干企业被迫重组或倒闭，而外资企业和具有一定规模的民营企业将会在竞争中加速发展。市场的集中度将会不断增大，但预计未来3~5年仍然不会出现极少数厂家独占市场的垄断局面。

行业竞争方式也会由原来的直接市场竞争变为多元化竞争，比如具有实力的公司直接收购或控股竞争对手，快速减轻竞争压力等资本运作方式，从而收到市场直接竞争难以达到的效果。未来的中国饼干行业应该向产业进一步集中、经营更加有序的方向发展。

第二节 2013-2014年中国饼干市场运行分析 97

一、高档饼干统领市场 97

二、外资把持饼干中高端市场 98

三、新卡夫将占据中国饼干市场五分之一强的市场份额 99

四、品牌消费会逐步成为市场消费的主流 100

第三节 2013-2014年中国饼干市场需求消费情况分析 100

一、中国饼干市场需求情况分析 100

二、青食饼干开网店试水新销售渠道 101

三、三聚氰胺事件打击饼干销量大跌 102

第四节 2013-2014年中国饼干市场价格分析 102

第八章 2011-2013年中国饼干食品进出口贸易数据监测 108

第一节 2011-2013年中国饼干食品进出口贸易分析 108

一、饼干食品进出口贸易形态 108

二、河南省饼干首次进入美国市场 108

三、安阳局助饼干企业扩大海外市场 108

四、影响饼干食品进出口贸易的因素调查分析 110

第二节 2011-2013年中国甜饼干进出口贸易数据统计分析 110

一、甜饼干进出口数量分析 110

二、甜饼干进出口金额分析 111

三、甜饼干进出口国家及地区分析 111

第三节 2011-2013年中国华夫饼干及圣餐饼进出口贸易数据统计分析 112

一、华夫饼干及圣餐饼进出口数量分析 112

二、华夫饼干及圣餐饼进出口金额分析 112

三、华夫饼干及圣餐饼进出口国家及地区分析 113

第九章 2013-2014年中国饼干食品市场消费问卷调查分析 114

第一节 受访者基本情况调查分析 114

一、性别占比 114

二、年龄分布 114

三、受访者社会身份 115

第二节 2013-2014年中国饼干食品市场消费情况调查分析 116

一、消费者购买饼干食品的目的 116

二、消费者购买饼干食品的频率调查分析 116

三、消费者购买饼干食品时间段分析 117

四、消费者对饼干口味喜好占比 117

五、消费者对饼干的喜好程度分析 117

六、消费者对饼干品牌的忠诚度调查分析 118

七、消费者对饼干品牌前五位构成调查分析 118

八、消费者对饼干价格调查分析 119

九、消费者对饼干包装规格喜欢调查分析 119

第三节 消费者购买饼干食品的因素调查分析 120

第十章 2013-2014年中国饼干市场竞争格局透析 121

第一节 2013-2014年中国饼干行业竞争现状 121

一、饼干业竞争呈现白热化 121

二、中高端市场成为争夺焦点 121

第二节 2013-2014年中国饼干食品产量集中度分析 122

第三节 2013-2014年中国饼干品牌市场竞争分析 122

一、中国饼干市场第一巨头易主 122

二、“中国饼干大王”嘉士利江门“亮剑” 123

三、康师傅饼干接二连三出招抢占市场 125

第四节 2014-2019年中国饼干行业竞争趋势分析 127

第十一章 2013-2014年中国饼干食品加工企业竞争力及关键性数据分析 129

第一节 上好佳（中国）有限公司 129

一、企业基本情况 129

二、企业主要经济指标分析 130

三、企业盈利能力分析 130

四、企业偿债能力分析 131

五、企业运营能力分析 131

六、企业成长能力分析 131

第二节 上海冠生园益民食品有限公司 132

一、企业基本情况 132

二、企业主要经济指标分析 133

三、企业盈利能力分析 133

四、企业偿债能力分析 134

五、企业运营能力分析 134

六、企业成长能力分析 134

第三节 乐天（中国）食品有限公司 135

一、企业基本情况 135

二、企业主要经济指标分析 135

三、企业盈利能力分析 136

四、企业偿债能力分析 136

五、企业运营能力分析 137

六、企业成长能力分析 137

第四节 纳贝斯克食品（苏州）有限公司 137

一、企业基本情况 137

二、企业主要经济指标分析 138

三、企业盈利能力分析 139

四、企业偿债能力分析 139

五、企业运营能力分析 140

六、企业成长能力分析 140

第五节 天津凯涛奇食品有限公司 140

一、企业基本情况 140

二、企业主要经济指标分析 141

三、企业盈利能力分析 142

四、企业偿债能力分析 142

五、企业运营能力分析 143

六、企业成长能力分析 143

第六节 开平市嘉士利食品有限公司 144

一、企业基本情况 144

二、企业主要经济指标分析 145

三、企业盈利能力分析 146

四、企业偿债能力分析 146

五、企业运营能力分析 146

六、企业成长能力分析 147

第七节 湖南旺旺食品有限公司 147

一、企业基本情况 147

二、企业主要经济指标分析 148

三、企业盈利能力分析 149

四、企业偿债能力分析 149

五、企业运营能力分析 150

六、企业成长能力分析 150

第八节 天津顶园食品有限公司 150

一、企业基本情况 150

二、企业主要经济指标分析 151

三、企业盈利能力分析 151

四、企业偿债能力分析 152

五、企业运营能力分析 152

六、企业成长能力分析 152

第九节 上海江崎格力高食品有限公司 153

一、企业基本情况 153

二、企业主要经济指标分析 154

三、企业盈利能力分析 154

四、企业偿债能力分析 155

五、企业运营能力分析 155

六、企业成长能力分析 155

第十节 福建达利食品有限公司 156

一、企业基本情况 156

二、企业主要经济指标分析 156

三、企业盈利能力分析 157

四、企业偿债能力分析 157

五、企业运营能力分析 158

六、企业成长能力分析 158

第十二章 2013-2014年中国焙烤食品原料及辅料行业运行态势点评 159

第一节 小麦粉（面粉）行业 159

一、面粉的种类、性能及饼干食品对面粉的要求 159

1、面粉的种类：159

2、面粉的工艺性能 160

3、焙烤食品对面粉的要求 161

二、中国面粉行业的发展状况 162

三、面粉产量分析 166

四、中国面粉行业存在的主要问题 168

五、国内面粉行业的发展趋势分析 168

第二节 油脂市场 169

一、国内油脂市场价格分析 169

二、焙烤油脂的定义及分类 169

三、功能性油脂在烘焙食品中的应用 174

四、焙烤油脂市场发展空间大 176

第三节 添加剂行业 176

一、中国食品添加剂行业发展回顾 176

二、食品添加剂行业发展态势良好 178

三、中国食品添加剂行业技术进步迅速 179

四、抗氧化剂在烘焙食品中的应用开发现状 179

五、鲜酵母成烘焙行业中受欢迎度高的原料 182

六、三种代糖配料在焙烤食品中的应用 184

第十三章 2014-2019年中国饼干行业发展趋势与前景展望 185

第一节 2014-2019年中国饼干行业发展前景分析 185

一、中国食品加工业前景展望 185

二、功能营养型“休闲饼干”市场前景分析 186

第二节 2014-2019年中国饼干行业发展趋势分析 187

第三节 2014-2019年中国饼干行业市场预测分析 188

一、饼干食品产量预测分析 188

统计资料显示，2012年我国饼干产量达到632万吨，在十二五期间，预计我国饼干的产量仍会以7%-15%左右的速度增长，而需求量得增长也会超过8%-10%。预测，到2019年我国饼干产量将接近1256万吨左右。

资料来源：博思数据研究中心整理

二、饼干食用市场需求情况预测分析 189

据统计资料显示，2012年我国饼干行业市场需求达到624万吨，由于消费升级、人均收入水平提高、等因素我国食品工业行业在未来依然将保持较快发展速度，需求的扩大将带动饼干

行业仍将保持较快的发展速度，预计到2019年我国饼干行业市场需求将达到1200万吨左右。

资料来源：博思数据研究中心整理

三、饼干食品进出口预测分析 189

第四节 2014-2019年中国饼干市场盈利预测分析 190

第十四章 2014-2019年中国饼干行业投资机会与风险规避指引 191

第一节 2014-2019年中国饼干行业投资机会分析 191

一、饼干行业投资潜力分析 191

二、饼干行业投资吸引力分析 191

第二节 2014-2019年中国饼干行业投资风险预警 192

一、宏观调控政策风险 192

二、市场竞争风险 193

三、市场运营机制风险 193

第三节 2014-2019年中国饼干行业投资规划指引 193

本研究咨询报告由博思数据研究中心领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、博思数据网、国内外相关刊物的基础信息以及饼干专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界后金融危机整体发展局势，对我国饼干行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对饼干行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1404/0575045OJI.html>