

2015-2020年中国方便食品市场深度评估及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国方便食品市场深度评估及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/161039.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

第一章 方便食品相关知识介绍

1.1 方便食品

1.1.1 方便食品范围界定

1.1.2 方便食品的种类

1.1.3 各种方便食品的特征

1.2 方便面

1.2.1 方便面起源

1.2.2 方便面的发展

1.2.3 方便面面体的分类

1.2.4 方便面的营养价值问题

1.3 速冻食品

1.3.1 速冻食品的营养

1.3.2 速冻食品分类

1.3.3 速冻食品的优点

1.3.4 速冻食品选购与储存要点

1.4 其他方便食品

1.4.1 方便米饭

1.4.2 方便米线

1.4.3 方便面与方便粉丝的区别

第二章 2013-2014年中国食品行业发展分析

2.1 中国食品工业发展综述

2.1.1 我国食品工业发展阶段分析

2.1.2 中国食品产业的巨大变化

2.1.3 国内食品工业的显著特点

2.1.4 科技支撑我国食品产业进步

2.2 2013-2014年食品行业运行状况

2.2.1 我国食品工业发展景气度分析

2.2.2 我国食品工业运行特点分析

2.2.3 “十二五”期间我国食品工业发展状况综述

2.2.4 2014年前三季度我国食品工业发展特点解析

2.3 食品安全问题分析

2.3.1 食品安全概况及成因分析

2.3.2 2014年中国重大食品安全事件回顾

2.3.3 2014年我国食品安全事件回顾

2.3.4 2014年我国食品安全标准制定新进展

2.3.5 食品安全问题破解思路

2.3.6 食品行业亟待建立诚信体系

2.4 食品行业的问题及对策

2.4.1 我国食品工业的主要问题

2.4.2 食品工业发高速发展存隐忧

2.4.3 中国食品工业的差距及发展建议

2.5 食品行业发展前景预测

2.5.1 中国食品工业展望

2.5.2 食品行业的发展趋势

2.5.3 未来中国食品工业发展形势分析

第三章 2013-2014年中国方便食品行业分析

3.1 中国方便食品行业发展状况

3.1.1 我国方便食品行业发展概况

3.1.2 “十一五”我国方便食品行业发展成绩综述

3.1.3 我国方便食品的市场状况

3.1.4 我国方便食品企业加强产品创新

3.1.5 2014年方便食品价格悄然上涨

3.1.6 2014年末受速冻食品刺激其他方便食品销量走高

3.2 方便食品行业问题及对策

3.2.1 我国方便食品生产技术与发达国家的差距

3.2.2 方便食品应走差异化路线

3.2.3 方便食品以创新实现价值突破

3.3 方便食品包装及技术

3.3.1 方便食品所用包装材料概述

3.3.2 冷冻食品包装常见问题及对策

3.3.3 方便食品包装突出便利安全性

3.3.4 食品自加热技术助力方便食品发展

第四章 2007-2014年中国方便食品制造行业主要数据监测分析

4.1 2007-2014年中国方便食品制造行业规模分析

4.1.1 企业数量增长分析

4.1.2 从业人数增长分析

4.1.3 资产规模增长分析

4.2 2014年中国方便食品制造行业结构分析

4.2.1 企业数量结构分析

4.2.2 销售收入结构分析

4.3 2007-2014年中国方便食品制造行业产值分析

4.3.1 产成品增长分析

4.3.2 工业销售产值分析

4.3.3 出口交货值分析

4.4 2007-2014年中国方便食品制造行业成本费用分析

4.4.1 销售成本分析

4.4.2 费用分析

4.5 2007-2014年中国方便食品制造行业盈利能力分析

4.4.1 主要盈利指标分析

4.4.2 主要盈利能力指标分析

第五章 2007-2014年中国方便食品行业产量数据分析

5.1 2007-2014年中国方便面产量数据统计分析

5.1.1 2007-2014年中国方便面产量数据分析

5.1.2 2014年中国方便面产量数据分析

5.1.3 2014年中国方便面产量增长性分析

5.2 2007-2014年中国速冻米面食品产量数据统计分析

5.2.1 2007-2014年中国速冻米面食品产量数据分析

5.2.2 2014年中国速冻米面食品产量数据分析

5.2.3 2014年中国速冻米面食品产量增长性分析

5.3 2007-2014年中国罐头产量数据统计分析

5.3.1 2007-2014年中国罐头产量数据分析

5.3.2 2014年中国罐头产量数据分析

5.3.3 2014年中国罐头产量增长性分析

第六章 方便面行业

6.1 方便面行业整体发展状况

6.1.1 全球方便面产业概况

6.1.2 中国方便面行业发展历程

6.1.3 我国方便面行业现状剖析

6.1.4 我国方便面市场的发展特征

6.1.5 我国方便面市场的发展动向

6.2 河南方便面产业

6.2.1 河南方便面产业透视

6.2.2 河南方便面市场特征

6.2.3 河南方便面行业面临的挑战

6.2.4 开拓河南方便面市场的建议

6.3 方便面行业存在的问题及对策分析

6.3.1 中国方便面行业存在的四大问题

6.3.2 各大阵营方便面企业面临的问题及对策

6.3.3 方便面行业的发展出路探析

6.3.4 高成本时代方便面企业生存法则

6.3.5 方便面企业降低生产成本的途径

6.3.6 中小方便面企业发展战略探讨

6.4 方便面行业前景分析及预测

6.4.1 我国方便面市场展望

6.4.2 方便面行业的未来发展特点

6.4.3 我国方便面市场趋势预测

6.4.4 国内方便面行业未来发展策略探析

第七章 速冻食品

7.1 速冻食品行业分析

7.1.1 完整的产业链成速冻食品产业驱动力

7.1.2 国际速冻食品市场概况

7.1.3 世界速冻食品消费快速增长

7.1.4 中国速冻食品行业概况

7.1.5 我国速冻食品消费与贸易状况

7.1.6 中国速冻食品产业在调整与创新中平稳运行

7.2 速冻调理食品

7.2.1 速冻调理食品产业发展强劲

7.2.2 速冻米面食品市场格局分析

7.2.3 速冻米面食品行业品牌差异化研究

7.2.4 速冻调理食品短期发展难题

7.2.5 速冻调理食品企业竞争优势与策略分析

7.2.6 速冻调理食品企业创新建议

7.2.7 速冻调理食品长期趋势和市场容量

7.3 速冻食品行业发展难题及对策

7.3.1 速冻食品行业现存的问题

7.3.2 速冻食品行业瓶颈与突破路径

7.3.3 速冻食品产业发展的关键

7.3.4 促进速冻食品工业发展的建议

7.4 速冻食品行业政策及标准

7.4.1 国内外速冻食品标准化体系介绍

7.4.2 《速冻面米制品》国标解读

7.4.3 北京市速冻食品标准制定新动态

7.5 速冻食品发展前景

7.5.1 速冻食品市场走向

7.5.2 速冻食品发展前景值得期待

7.5.3 中国速冻食品行业存在数倍增长空间

7.5.4 国内速冻食品行业预测

第八章 罐头食品

8.1 罐头食品行业综合分析

8.1.1 “十二五”期间中国罐头食品行业发展综述

8.1.2 中国罐头加工业发展动态

8.1.3 2006-2014年中国罐头行业出口状况

8.1.4 中国罐头行业区域分布状况

8.1.5 中国罐头行业发展的机遇与优势

8.2 罐头食品区域市场分析

8.2.1 北京罐头食品市场消费需求分析

8.2.2 2012年绵阳市肉类罐头出口强劲增长

8.2.3 2014年连云港罐头食品成功开拓中亚市场

8.2.4 2014年福州罐头出口状况简析

8.2.5 辽宁拟通过协会平台重振罐头工业

8.3 罐头包装发展状况解析

8.3.1 欧盟对罐头食品的包装要求

8.3.2 软罐头包装材料的特征简述

8.3.3 肉制罐头包装材料应用分析

8.3.4 中国罐头软硬包装须共同发展

8.4 中国罐头行业发展存在的问题与对策

8.4.1 中国罐头行业面临的挑战分析

8.4.2 制约我国罐头市场发展的因素

8.4.3 加快中国罐头行业发展的对策措施

8.4.4 我国罐头食品市场创新策略探索

8.4.5 中国罐头企业摆脱现实困境的对策建议

第九章 方便米饭

9.1 方便米饭市场概况

- 9.1.1 方便米饭市场主要品类介绍
- 9.1.2 方便米饭市场环境分析
- 9.1.3 方便米饭市场面临良好发展机遇
- 9.1.4 方便米饭市场前景
- 9.2 方便米饭市场格局
 - 9.2.1 伊妹——市场领跑者
 - 9.2.2 得益——从区域走向全国
 - 9.2.3 大冢——在全国范围内迅速扩张
 - 9.2.4 乐惠——区域市场稳扎稳打
 - 9.2.5 三全——强势网络做后盾
 - 9.2.6 今米房——技术和营销并重
 - 9.2.7 北大荒发展成方便米饭生产基地
- 9.3 方便米饭行业发展难题及对策
 - 9.3.1 方便米饭发展中的主要问题
 - 9.3.2 方便米饭行业的发展出路
 - 9.3.3 今米房以创新赢得更大市场空间

第十章 方便粉丝及米线

- 10.1 方便粉丝及米线行业概况
 - 10.1.1 中国方便米线、粉丝行业发展近况
 - 10.1.2 方便粉丝及米线市场优势分析
 - 10.1.3 方便粉丝及米线行业制约因素
 - 10.1.4 方便米线、粉丝的全国化与市场切割
- 10.2 方便粉丝行业分析
 - 10.2.1 国内方便粉丝行业主要特征
 - 10.2.2 食品企业角逐方便粉丝市场
 - 10.2.3 方便粉丝市场难以乐观
 - 10.2.4 方便粉丝的市场突围战略解析
 - 10.2.5 方便粉丝商品分类调整引争议
- 10.3 方便米线
 - 10.3.1 方便米线市场格局渐趋明朗
 - 10.3.2 方便米线行业发展思考
 - 10.3.3 方便米线行业坚守利润为第一要务
 - 10.3.4 方便米线消费市场空间广阔

第十一章 2013-2014年中国方便食品行业竞争分析

- 11.1 方便面市场整体竞争状况

- 11.1.1 方便面市场的竞争格局
- 11.1.2 方便面行业的五力竞争模型分析
- 11.1.3 方便面市场竞争主体优劣势比较
- 11.1.4 方便面行业概念之争仍将持续
- 11.1.5 方便面行业竞争趋势
- 11.2 方便面品牌竞争动态
- 11.3 速冻食品市场竞争格局及态势
 - 11.3.1 速冻食品竞争格局分析
 - 11.3.2 速冻食品竞争延伸到农村市场
 - 11.3.3 外资介入速冻食品行业推动竞争升级
- 11.4 方便粉丝及米线市场竞争格局
 - 11.4.1 方便粉丝领先企业变中求胜
 - 11.4.2 方便米线企业沉稳应战
 - 11.4.3 跟进者瓜分现有市场
- 第十二章 2013-2014年中国方便食品行业营销分析
 - 12.1 方便食品消费市场环境分析
 - 12.1.1 我国食品行业消费特征
 - 12.1.2 食品行业消费者心理浅析
 - 12.1.3 食品行业消费者购买行为研究
 - 12.1.4 食品消费状况对企业营销的启示
 - 12.2 方便面市场营销思考
 - 12.2.1 方便面营销战略探究
 - 12.2.2 方便面企业市场定位及营销攻略
 - 12.2.3 方便面营销渠道优化对策
 - 12.2.4 中小方便面企业营销破局之道
 - 12.3 速冻食品市场营销策略分析
 - 12.3.1 速冻食品行业主要品牌成功因素分析
 - 12.3.2 速冻食品重点营销手段探讨
 - 12.3.3 速冻食品企业营销破局之道
 - 12.3.4 速冻食品企业市场运作法则
 - 12.3.5 中小企业进军高端速冻市场需谨慎
 - 12.4 方便粉丝企业营销谋胜之道
 - 12.4.1 方便粉丝企业市场运作思路
 - 12.4.2 方便粉丝企业应主动引导市场消费
 - 12.4.3 方便粉丝的营销策略探析

- 12.4.4 白家粉丝产品突出健康主题
- 第十三章 2013-2014年中国方便食品行业营销案例分析
 - 13.1 康师傅营销案例解读
 - 13.1.1 康师傅塑造品牌的历程
 - 13.1.2 康师傅的渠道制胜谋略浅析
 - 13.1.3 康师傅方便面实行多品牌战略
 - 13.2 统一市场营销策略分析
 - 13.2.1 营销策略失误导致统一方便面业务连年下滑
 - 13.2.2 统一谋求破局之策
 - 13.2.3 统一方便面营销战略存在的问题剖析
 - 13.3 今麦郎品牌塑造及推广法则分析
 - 13.3.1 今麦郎成华龙品牌升级和战略转型的奇迹
 - 13.3.2 今麦郎方便面市场推广实现新突破
 - 13.3.3 今麦郎发动网络营销
 - 13.4 思念食品营销谋略探究
 - 13.4.1 思念品牌战略全解析
 - 13.4.2 思念品牌发展的4C策略
 - 13.4.3 思念借力奥运营销实现品牌升级
 - 13.4.4 思念金牌水饺推广实例
 - 13.4.5 思念水饺着力提升品质
 - 13.5 五谷道场市场营销战略诠释
 - 13.5.1 五谷道场战略与实力差距导致败局
 - 13.5.2 中粮五谷道场以“全产业链”姿态重返市场
 - 13.5.3 中粮五谷道场启动跨界营销
 - 13.6 湾仔码头营销理念及策略解析
 - 13.6.1 湾仔码头速冻产品进军内地
 - 13.6.2 湾仔码头降价争夺早餐面点市场
 - 13.6.3 湾仔码头成立新工厂开拓北方市场
- 第十四章 2013-2014年中国方便食品行业重点企业
 - 14.1 康师傅控股有限公司
 - 14.1.1 企业概况
 - 14.1.2 企业主要经济指标分析
 - 14.1.3 企业盈利能力分析
 - 14.1.4 企业偿债能力分析
 - 14.1.5 企业运营能力分析

- 14.1.6 企业成长能力分析
- 14.2 统一企业股份有限公司
 - 14.2.1 企业概况
 - 14.2.2 企业主要经济指标分析
 - 14.2.3 企业盈利能力分析
 - 14.2.4 企业偿债能力分析
 - 14.2.5 企业运营能力分析
 - 14.2.6 企业成长能力分析
- 14.3 郑州三全食品股份有限公司
 - 14.3.1 企业概况
 - 14.3.2 企业主要经济指标分析
 - 14.3.3 企业盈利能力分析
 - 14.3.4 企业偿债能力分析
 - 14.3.5 企业运营能力分析
 - 14.3.6 企业成长能力分析
- 14.4 郑州思念食品股份有限公司
 - 14.4.1 企业概况
 - 14.4.2 企业主要经济指标分析
 - 14.4.3 企业盈利能力分析
 - 14.4.4 企业偿债能力分析
 - 14.4.5 企业运营能力分析
 - 14.4.6 企业成长能力分析
- 14.5 白象食品集团
 - 14.5.1 企业概况
 - 14.5.2 企业主要经济指标分析
 - 14.5.3 企业盈利能力分析
 - 14.5.4 企业偿债能力分析
 - 14.5.5 企业运营能力分析
 - 14.5.6 企业成长能力分析
- 14.6 中粮五谷道场食品有限公司
 - 14.6.1 企业概况
 - 14.6.2 企业主要经济指标分析
 - 14.6.3 企业盈利能力分析
 - 14.6.4 企业偿债能力分析
 - 14.6.5 企业运营能力分析

14.6.6 企业成长能力分析

14.7 河南斯美特食品有限公司

14.7.1 企业概况

14.7.2 企业主要经济指标分析

14.7.3 企业盈利能力分析

14.7.4 企业偿债能力分析

14.7.5 企业运营能力分析

14.7.6 企业成长能力分析

第十五章 2015-2020年中国方便食品行业发展前景预测分析

15.1 中国方便食品行业前景预测

15.1.1 我国方便食品行业展望

15.1.2 方便食品存在广阔发展空间

15.1.3 2015-2020年中国方便食品制造行业预测分析

15.2 方便食品行业发展趋势

15.2.1 方便食品未来发展方向

15.2.2 方便食品酝酿新变革

15.2.3 方便食品市场差异化与特色化趋势

第十六章 2013-2014年中国方便食品制造业运行环境分析

16.1 2013-2014年中国宏观经济环境分析

16.1.1 国民经济运行情况GDP(季度更新)

16.1.2 消费价格指数CPI、1PPI (按月度更新)

16.1.3 全国居民收入情况 (季度更新)

16.1.4 恩格尔系数 (年度更新)

16.1.5 工业发展形势 (季度更新)

16.1.6 固定资产投资情况 (季度更新)

16.1.7 财政收支状况 (年度更新)

16.1.8 中国汇率调整 (人民币升值)

16.1.9 存贷款基准利率调整情况

16.1.10 存款准备金率调整情况

16.1.11 社会消费品零售总额

16.1.12 对外贸易&进出口

16.2 2013-2014年中国方便食品制造业政策环境分析

16.2.1 中华人民共和国食品安全法

16.2.2 方便食品生产许可证审查细则

16.2.3 食品安全国家标准《速冻面米制品》

- 16.2.4 速冻面米食品行业标准
- 16.2.5 出口速冻方便食品生产企业注册卫生规范
- 16.3 2013-2014年中国方便食品制造业社会环境分析
 - 16.3.1 人口环境分析
 - 16.3.2 人们生活节奏加快
 - 16.3.3 居民的各种消费观念和习惯
- 16.4 2013-2014年中国方便食品制造业技术环境分析
- 第十七章 2015-2020年中国方便食品产业投资分析
 - 17.1 2015-2020年中国方便食品行业投资概况
 - 17.1.1 方便食品行业投资特性
 - 17.1.2 方便食品具有良好的投资价值
 - 17.1.3 方便食品投资环境利好
 - 17.2 2015-2020年中国方便食品投资机会分析
 - 17.2.1 方便食品投资热点
 - 17.2.2 方便食品投资吸引力分析
 - 17.3 2015-2020年中国方便食品投资风险及防范
 - 17.3.1 技术风险分析
 - 17.3.2 金融风险分析
 - 17.3.3 政策风险分析
 - 17.3.4 竞争风险分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/161039.html>