

## 2008 年中国饼干行业研究咨询报告

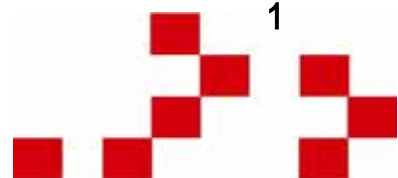
报告纸介版价格(¥)	6300
报告电子版价格(¥)	6800
报告两种版本价格(¥)	7300
报告出版日期	2008 年 05 月
报告页数(页)	309
报告图表数(个)	333

### 简介：

2008-2010 年，随着经济的快速发展、城市化进程的加快以及全国小康社会与新农村建设的不断深入，人民的生活节奏将不断加快，生活水平将显著提高，生活方式和消费结构也随之改变。这将给我国饼干行业的进一步发展带来挑战和机遇。我国焙烤食品市场空间广阔，从饼干人均年消费量来看，目前我国的人均消费饼干量约为 3 千克左右，但与发达国家相比还有很大差距，发达国家饼干的人均年消费量为 25-35 千克，中等发达国家也有 12-18 千克。可见，我国饼干市场的潜力十分巨大。为了更好地引导中国饼干行业的发展，同时更好地适应国内外贸易市场的需要，保护消费者的合法权益，我国将 13 项饼干系列行业标准整合为国家标准，整合后的新标准于 2008 年 5 月 1 日起正式实施。

2008 年及未来几年我国饼干行业规模将不断扩大，但与其他饼干类似品及替代品的市场竞争将更加激烈。而从目前国内经济情况看，“十一五”期间我国经济仍将持续增长，国民生产总值仍将保持 8% 左右的增长速度上。在这样高的经济增长速度带动下，中国饼干市场的发展潜力应该仍然很大，发展空间也非常广阔。今后随着社会经济的发展，人民生活水平的提高，对饼干的市场需求量仍将会呈增长趋势。

2008 年及未来几年，高中低档饼干产品并存的格局仍将延续，但产品结构将会发生较大变化，低档产品所占比例会逐年降低。由于我国地域辽阔，地区经济发展不均衡，贫富差距还在不断加大，消费水平也相差较大，所以今后 3-5 年间，饼干食品将会呈现中高档和低档产品一起发展的格局，但中高档产品比例会逐渐增加，低档产品比例会相对下降，但仍将占有较大市场，以适应城乡不同收入居民阶层的不同需要。



2008年及未来几年，饼干行业的组织结构将会产生较大的变化，大企业并购中小型饼干企业的趋势会加速。随着饼干市场的激烈竞争，今后将会有一大批规模小、设备简陋、质量差的饼干企业被迫重组或被淘汰，而外资企业和民营企业，特别是规模较大、产品深受市场欢迎、经济效益好的外资企业，由于设备先进，品牌知名，资金雄厚，广告宣传攻势强大，营销策略到位，将会在竞争中发展。各品牌为争夺市场中的一席之地，竞争将会更加激烈。虽然饼干销售的集中度将会增大，但也不会出现极少数厂家独霸市场的局面。未来2-3年，市场将在不断动荡中进一步得到整合，逐步趋于有序发展。但由于近年来品牌消费已越来越为消费者所接受，饼干企业品牌影响力的高低对销售量的影响会日趋明显，因此在高端市场品牌高度集中已成定局。

2008年及未来几年，饼干品质会不断提高，安全、营养、功能、时尚是未来饼干产品的发展主流。总之，创新是永恒的主题，只有不断创新才能在竞争中求生存，谋发展，而对饼干行业来说，在现有主流饼干概念中间创新突破确实很难，因此，在国内饼干行业发展的关键时期，必须重视与国外同行的交流学习，了解国际饼干行业的最新发展动态，了解国际知名品牌产品的先进生产设备、生产技术，重视技术积累与人才的培养，与时俱进，高瞻远瞩，求真务实，迅速发展壮大，才能在将来的激烈竞争中立于不败之地。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国家海关总署、中国食品工业协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。本报告从饼干行业发展情况、相关产业发展状况、消费市场发展状况、行业内主要企业发展情况以及饼干行业未来发展趋势、投资策略等多方面深度剖析，全面展示饼干行业现状，揭示饼干的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，具有极高的参考价值。

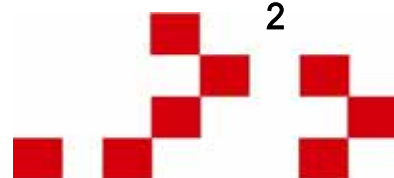
目录：

## 第一部分 行业现状分析

### 第一章 2008年饼干产业宏观环境 1

#### 第一节 政策环境 1

- 一、2008年5月起饼干新国家标准实施 1
- 二、“十一五”食品工业发展基本思路与方向 2



第二节 经济环境 8

- 一、2007 年我国宏观经济发展分析 8
- 二、2008 年一季度我国宏观经济发展分析 16
- 三、2008 年我国城镇居民人均收入分析 19

第二章 饼干行业发展分析 20

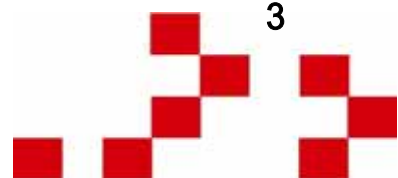
- 第一节 饼干市场发展分析 20
  - 一、行业发展特点 20
  - 二、2007 年我国饼干行业发展分析 21
  - 三、中国饼干市场现状分析 23
- 第二节 饼干市场现状分析 26
  - 一、2008 年饼干成为休闲食品新焦点 26
  - 二、休闲饼干市场分析 27
  - 三、我国饼干市场将逐步趋于有序发展 28

第三章 2007-2008 年饼干行业经济运行分析 30

- 第一节 2007-2008 年饼干分地区产量分析 30
  - 一、2007 年饼干产量分析 30
  - 二、2008 年饼干产量分析 39
- 第二节 2007-2008 年饼干行业主要经济指标分析 43
  - 一、销售收入前十家企业分析 43
  - 二、2008 年饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标分析 45
- 第三节 2007-2008 年饼干行业进出口分析 89
  - 一、2007-2008 年谷物粉、乳的制品和饼干进口分析 89
  - 二、2007-2008 年谷物粉、乳的制品和饼干出口分析 95

第四章 相关产业分析 103

- 第一节 食品包装业 103
  - 一、食品包装业发展前景 103
  - 二、食品包装市场准入制度加快推进 104
  - 三、食品包装的未来需求 106
  - 四、纸包装在食品业中发展空间广阔 106
  - 五、积极包装是食品包装业未来发展趋势 108
  - 六、食品包装业发展趋势 108
- 第二节 小麦面粉市场 111



- 一、2007-2008 年小麦粉产品产量分析 111
- 二、2007 年国内小麦市场分析 127
- 三、我国小麦面粉市场总体特点分析 129
- 四、退税政策调整对小麦面粉行业的影响 129

### 第三节 制糖业 131

- 一、2007 年中国制糖业十强企业排名榜 131
- 二、2007-2008 年制糖行业销售收入前十家企业 131
- 三、2008 年我国将成为进口食糖大国 135

### 第四节 食品添加剂市场 136

- 一、中国食品添加剂市场的现状及发展方向 136
- 二、国内食品添加剂行业发展瓶颈 137
- 三、2008 年 6 月食品添加剂实施新标准 138
- 四、食品添加剂发展趋势 139
- 五、国际食品添加剂市场发展趋势 141

## 第二部分 行业消费人群及品牌分析

### 第五章 饼干食品消费者市场分析 145

#### 第一节 饼干食品消费人群状况 145

- 一、饼干消费群体分类 145
- 二、饼干不同消费群体占有率 147
- 三、饼干不同消费群体背景特征 147

#### 第二节 饼干食品重度消费人群状况 148

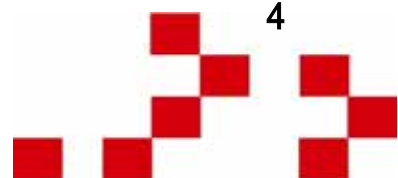
- 一、重度消费群体性别与年龄特征 149
- 二、重度消费群体职业特征 150
- 三、重度消费群体生活形态特征 150

#### 第三节 消费者饼干食品认知 151

- 一、休闲食品的消费认知 151
- 二、饼干食品的特点认知 152
- 三、饼干食品的营养认知 153
- 四、饼干食品的档次认知 154
- 五、饼干食品与消费者关系认知 155

#### 第四节 饼干食品与消费需求的差距 155

- 一、消费者对饼干块的不满与期望 156
- 二、消费者对饼干口味的不满与期望 156



- 三、消费者对饼干内包装的不满与期望 157
- 四、消费者对饼干外包装的不满与期望 157

## 第六章 市场饼干消费品牌格局 158

### 第一节 市场总体格局 158

- 一、品牌回忆率 158
- 二、品牌知晓度 159
- 三、品牌格局 160

### 第二节 各城市市场格局 161

- 一、武汉饼干市场品牌回忆率及知晓度 161
- 二、武汉饼干市场品牌格局 162
- 三、长沙饼干市场品牌回忆率及知晓度 163
- 四、长沙饼干市场品牌格局 164
- 五、长沙消费者最喜欢的品牌 165
- 六、武汉消费者最喜欢的品牌 166

## 第七章 主要竞争品牌调查 168

### 第一节 消费者最喜欢的饼干品牌 168

- 一、2007年十大饼干品牌排行榜 168
- 二、外来品牌占主导我国饼干市场 168
- 三、饼干新锐品牌发展强劲 169
- 四、消费者最喜欢的饼干品牌种类 172
- 五、消费者最喜欢的饼干品牌的档次 173
- 六、从品牌与价格看市场品牌的档次格局 174

### 第二节 主要饼干品牌的形象与个性 174

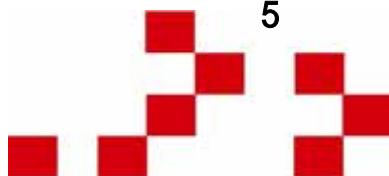
- 一、消费者饼干品牌个性偏好 174
- 二、不同人群品牌个性偏好 175
- 三、主要饼干品牌的个性特征 176

### 第三节 主要饼干品牌的表现与运作 178

- 一、主要运作手段 179
- 二、主要品牌成功经验 180

### 第四节 五城市高校学生焙烤品牌态度调查分析 181

- 一、市场规模 183
- 二、消费行为 184
- 三、品牌认知 187



四、品牌态度分析 190

五、品牌形象比较 192

## 第八章 消费者饼干消费驱动力调查 196

### 第一节 饼干食品的消费驱动力 196

一、消费者购买饼干关注因素 196

二、消费者饼干消费的满意度 197

三、竞争机会分析 197

### 第二节 饼干新品的购买驱动力 199

一、吸引消费者购买新产品的因素 199

二、消费者尝试新品的四大要素 201

## 第九章 饼干食品基本消费行为研究 202

### 第一节 饼干食品的消费动机调查 202

一、消费者食用饼干的时间 202

二、消费者购买饼干的用途 202

### 第二节 饼干食品的消费行为调查 203

一、消费者品牌选择行为 203

二、消费者饼干消费的种类 204

三、消费者喜欢的饼干产品附加物 205

四、消费者喜欢的饼干口味 205

五、消费者喜欢的饼干规格 206

六、不同消费者喜欢的饼干规格 207

七、消费者喜欢的饼干包装形式 208

八、不同年龄消费者喜欢的饼干包装形式 209

九、消费者喜欢的饼干包装风格 209

十、消费者喜欢的饼干同食物品 210

十一、消费者的饼干价格偏好 211

十二、消费者不同规格饼干的价格偏好 211

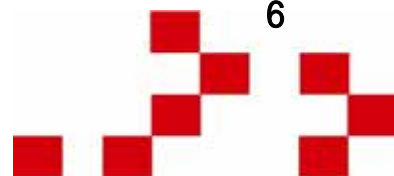
十三、消费者不同包装饼干的价格偏好 212

十四、消费者饼干购买的渠道偏好 213

十五、消费者饼干食品的信息渠道偏好 213

十六、消费者饼干食品的促销形式偏好 214

## 第三部分 行业竞争格局分析



第十章 饼干市场竞争分析 217

第一节 竞争现状分析 217

一、主要产区分布相对集中 217

二、饼干行业的同质化竞争分析 217

三、卡夫收购达能饼干业务 218

第二节 竞争格局分析 218

一、全国行业竞争格局 218

二、中国饼干业竞争呈白热化状态 220

三、行业竞争趋势 222

第三节 康师傅纳贝斯克达能比较分析 223

一、康师傅、达能、纳贝斯科不同品类的重要性 223

二、康师傅纳贝斯克达能地区分布比较 225

三、康师傅纳贝斯克达能各地现代通路销量份额 226

四、康师傅纳贝斯克达能在各地铺货率比较 227

五、康师傅纳贝斯克达能在各地铺货效率比较 228

六、康师傅纳贝斯克达能在各地加权铺货率比较 228

七、全国现代通路康师傅纳贝斯克达能包装比较 229

八、全国康师傅达能纳贝斯克夹心主要品牌份额 230

九、康师傅夹心主要品牌在各大区销量份额趋势 230

十、上海超市卖场百货夹心饼干情况 232

十一、顶新在各地区现代通路数值铺货率比较 235

第十一章 行业重点企业分析 236

第一节 卡夫食品有限公司 236

一、企业概况 236

二、企业在大中华区品牌 237

三、卡夫的物流策略 240

四、2008年卡夫经营情况 244

第二节 法国达能集团 244

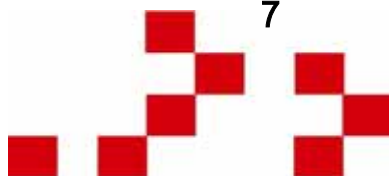
一、企业概况 244

二、达能在中国的品牌之路 245

第三节 顶新集团——康师傅 249

一、企业概况 249

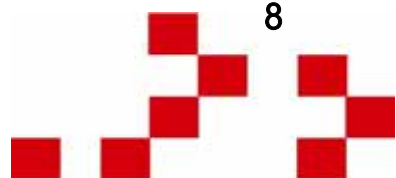
二、2007年企业经营情况 252



- 三、康师傅饼干的差异化营销策略 252
- 第四节 旺旺集团 256
  - 一、企业概况 256
  - 二、旺旺新品营销策略分析 258
  - 三、企业动态 261
- 第五节 广东嘉士利集团股份有限公司 263
- 第六节 青岛食品股份有限公司 264
  - 一、企业概况 264
  - 二、企业技术发展情况 265
- 第七节 达利集团 267
  - 一、企业概况 267
  - 二、达利市场营销策略 268
  - 三、企业动态 271
- 第八节 徐福记国际集团 272
  - 一、企业概况 272
  - 二、徐福记的终端直营分析 273

#### 第四部分 发展策略及趋势分析

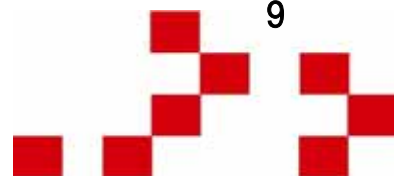
- 第十二章 饼干市场发展策略 277
  - 第一节 中小型饼干企业未来的发展之路 277
    - 一、战略根据地市场的打造 277
    - 二、人才梯队的培育和建设 278
    - 三、区域性产品的开发和标志性产品的打造 278
  - 第二节 饼干业发展策略 279
    - 一、竞争要讲求策略 280
    - 二、要有新的增长点 281
    - 三、关键是找准自身特色 282
  - 第三节 中国二线品牌饼干企业发展策略 282
    - 一、中国二线品牌饼干企业发展环境 282
    - 二、中国二线品牌饼干企业发展策略 284
- 第十三章 饼干市场发展趋势 287
  - 第一节 饼干市场发展机会分析 287
    - 一、饼干食品可延展空间大 287



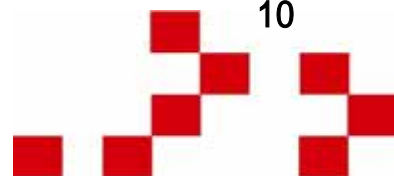
- 二、饼干食品细分空间大 287
- 三、策略差异化存在空间 289
- 四、饼干市场投资分析 290
- 第二节 饼干市场发展趋势 291
  - 一、我国饼干市场发展潜力分析 291
  - 二、功能型饼干走红 294
  - 三、未来几年饼干行业发展趋势 299

## 图表目录

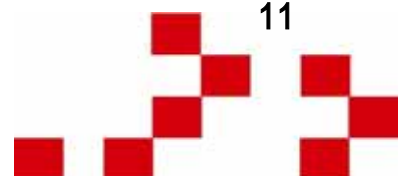
- 图表：2007 年我国 GDP 增长 11.4% 9
- 图表：2007 年我国农业生产稳定发展 9
- 图表：2007 年全国社会消费品零售总额同比增长 16.8% 10
- 图表：2007 年我国 CPI 上涨 4.8% 10
- 图表：2007 年各月 CPI 指数 11
- 图表：2007 年全国居民收入快速增长就业增加较多 11
- 图表：2007 年我国货币供应量增长较快 12
- 图表：2007 年我国工业生产增长加快企业效益提高 12
- 图表：2007 年我国固定资产投资快速增长 13
- 图表：国内外综合因素推动 2007 年 CPI 涨幅创 11 年新高 13
- 图表：2007 年各月消费者信心指数 14
- 图表：2007 年 1 季度-2008 年 1 季度我国 GDP 变化情况 18
- 图表：2007 年 7 月-2008 年 3 月我国居民消费价格指数变化 18
- 图表：2008 年 1 季度我国 GDP 增长变化 19
- 图表：人们最常食用饼干的场合 25
- 图表：最常食用的饼干种类 25
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量全国合计 30
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量北京市合计 30
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量天津市合计 31
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量河北省合计 31
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量辽宁省合计 31
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量吉林省合计 32
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量黑龙江合计 32
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量上海市合计 33
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量江苏省合计 33
- 图表：2007 年 2-12 月饼干产量浙江省合计 33



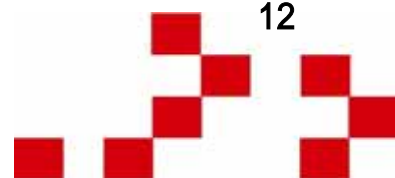
图表：2007年2-12月饼干产量安徽省合计 34  
图表：2007年2-12月饼干产量福建省合计 34  
图表：2007年2-12月饼干产量江西省合计 35  
图表：2007年2-12月饼干产量山东省合计 35  
图表：2007年2-12月饼干产量河南省合计 35  
图表：2007年2-12月饼干产量湖北省合计 36  
图表：2007年2-12月饼干产量湖南省合计 36  
图表：2007年2-12月饼干产量广东省合计 37  
图表：2007年2-12月饼干产量广西区合计 37  
图表：2007年2-12月饼干产量四川省合计 37  
图表：2007年2-12月饼干产量云南省合计 38  
图表：2007年2-12月饼干产量陕西省合计 38  
图表：2007年2-12月饼干产量内蒙古合计 39  
图表：2008年2-3月饼干产量全国合计 39  
图表：2008年2-3月饼干产量北京市合计 39  
图表：2008年2-3月饼干产量天津市合计 39  
图表：2008年2-3月饼干产量河北省合计 40  
图表：2008年2-3月饼干产量辽宁省合计 40  
图表：2008年2-3月饼干产量吉林省合计 40  
图表：2008年2-3月饼干产量上海市合计 40  
图表：2008年2-3月饼干产量江苏省合计 40  
图表：2008年2-3月饼干产量浙江省合计 40  
图表：2008年2-3月饼干产量安徽省合计 41  
图表：2008年2-3月饼干产量福建省合计 41  
图表：2008年2-3月饼干产量江西省合计 41  
图表：2008年2-3月饼干产量山东省合计 41  
图表：2008年2-3月饼干产量河南省合计 41  
图表：2008年2-3月饼干产量湖北省合计 41  
图表：2008年2-3月饼干产量湖南省合计 42  
图表：2008年2-3月饼干产量广东省合计 42  
图表：2008年2-3月饼干产量广西区合计 42  
图表：2008年2-3月饼干产量海南省合计 42  
图表：2008年2-3月饼干产量四川省合计 42  
图表：2008年2-3月饼干产量云南省合计 42  
图表：2008年2-3月饼干产量陕西省合计 43



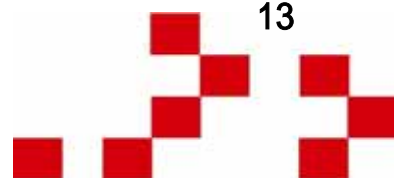
- 图表：2008年2-3月饼干产量内蒙古合计 43
- 图表：2007年2月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业 43
- 图表：2007年5月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业 44
- 图表：2007年8月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业 44
- 图表：2007年11月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业 44
- 图表：2008年2月饼干及其他焙烤食品制造收入前十家企业 45
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标全国合计 45
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标北京市合计 47
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标天津市合计 48
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标河北省合计 50
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标山西省合计 51
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标内蒙古合计 53
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标辽宁省合计 54
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标吉林省合计 56
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标黑龙江合计 57
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标上海市合计 59
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标江苏省合计 60
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标浙江省合计 62
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标安徽省合计 63
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标福建省合计 65
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标江西省合计 66
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标山东省合计 68
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标河南省合计 69
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标湖北省合计 71
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标湖南省合计 72
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标广东省合计 74
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标广西区合计 75
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标海南省合计 77
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标重庆市合计 78
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标四川省合计 80
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标贵州省合计 81
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标云南省合计 83
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标陕西省合计 84
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标甘肃省合计 86
- 图表：2008年1-2月饼干及其他焙烤食品制造主要经济指标新疆区合计 87



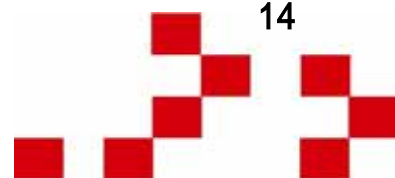
- 图表：2007年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 89
- 图表：2007年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 89
- 图表：2007年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 89
- 图表：2007年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 90
- 图表：2007年4月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 90
- 图表：2007年5月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 90
- 图表：2007年6月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 91
- 图表：2007年2季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 91
- 图表：2007年7月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 91
- 图表：2007年8月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 92
- 图表：2007年9月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 92
- 图表：2007年3季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 92
- 图表：2007年10月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 93
- 图表：2007年11月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 93
- 图表：2007年12月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 93
- 图表：2007年4季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 94
- 图表：2008年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 94
- 图表：2008年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 94
- 图表：2008年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 95
- 图表：2008年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干进口数据 95
- 图表：2007年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 95
- 图表：2007年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 96
- 图表：2007年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 96
- 图表：2007年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 96
- 图表：2007年4月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 97
- 图表：2007年5月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 97
- 图表：2007年6月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 97
- 图表：2007年2季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 98
- 图表：2007年7月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 98
- 图表：2007年8月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 98
- 图表：2007年9月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 99
- 图表：2007年3季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 99
- 图表：2007年10月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 99
- 图表：2007年11月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 100
- 图表：2007年12月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 100



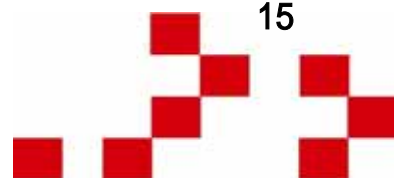
- 图表：2007年4季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 100
- 图表：2008年1月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 101
- 图表：2008年2月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 101
- 图表：2008年3月谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 101
- 图表：2008年1季度谷物粉、乳的制品和糕点饼干出口数据 102
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量全国合计 111
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量北京市合计 111
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量天津市合计 112
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量山西省合计 112
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量河北省合计 112
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量辽宁省合计 113
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量吉林省合计 113
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量黑龙江合计 114
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量上海市合计 114
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量江苏省合计 114
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量浙江省合计 115
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量安徽省合计 115
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量福建省合计 116
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量山东省合计 116
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量河南省合计 116
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量湖北省合计 117
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量湖南省合计 117
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量广东省合计 118
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量广西区合计 118
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量重庆市合计 118
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量四川省合计 119
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量贵州省合计 119
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量云南省合计 120
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量陕西省合计 120
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量甘肃省合计 120
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量新疆区合计 121
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量宁夏区合计 121
- 图表：2007年2-12月小麦粉产品产量内蒙古合计 122
- 图表：2008年2-3月小麦粉产品产量全国合计 122
- 图表：2008年2-3月小麦粉产品产量北京市合计 122



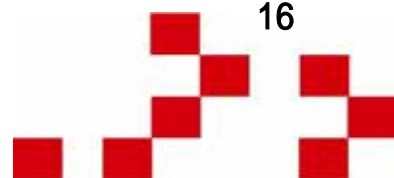
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量天津市合计 122  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量河北省合计 123  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量山西省合计 123  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量辽宁省合计 123  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量吉林省合计 123  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量黑龙江合计 123  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量上海市合计 123  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量江苏省合计 124  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量浙江省合计 124  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量安徽省合计 124  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量福建省合计 124  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量山东省合计 124  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量河南省合计 124  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量湖北省合计 125  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量湖南省合计 125  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量广东省合计 125  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量广西区合计 125  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量重庆市合计 125  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量四川省合计 125  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量贵州省合计 126  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量云南省合计 126  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量陕西省合计 126  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量甘肃省合计 126  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量新疆区合计 126  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量宁夏区合计 126  
图表：2008年2-3月小麦粉产品产量内蒙古合计 127  
图表：2007年中国制糖业十强企业排名榜 131  
图表：2007年2月制糖行业销售收入前十家企业 131  
图表：2007年5月制糖行业销售收入前十家企业 132  
图表：2007年8月制糖行业销售收入前十家企业 132  
图表：2007年11月制糖行业销售收入前十家企业 133  
图表：2008年2月制糖行业销售收入前十家企业 133  
图表：2008年1-2月制糖行业主要经济指标全国合计 133  
图表：饼干消费群体分类 145  
图表：饼干不同消费群体占有率 147



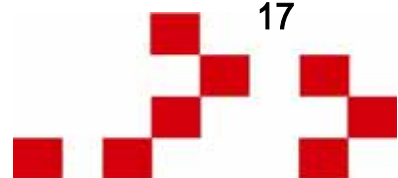
- 图表：饼干不同消费群体背景特征 148
- 图表：饼干重度消费群体性别与年龄特征 149
- 图表：饼干重度消费群体职业特征 150
- 图表：饼干重度消费群体生活形态特征 151
- 图表：休闲食品的消费认知 152
- 图表：饼干食品具备的三大特点 153
- 图表：饼干食品的营养认知 154
- 图表：饼干食品的档次认知 154
- 图表：人类的需求从低到高的五个层次 155
- 图表：饼干食品与消费者关系认知 155
- 图表：消费者对饼干块的不满与期望 156
- 图表：消费者对饼干口味的不满与期望 156
- 图表：消费者对饼干内包装的不满与期望 157
- 图表：消费者对饼干外包装的不满与期望 157
- 图表：饼干品牌回忆率 159
- 图表：饼干品牌知晓度 160
- 图表：饼干品牌格局矩阵分析图 161
- 图表：武汉饼干市场品牌回忆率及知晓度 162
- 图表：武汉饼干市场品牌格局矩阵分析图 163
- 图表：长沙饼干市场品牌回忆率及知晓度 164
- 图表：长沙饼干市场品牌格局矩阵分析图 165
- 图表：长沙消费者最喜欢的饼干品牌 166
- 图表：武汉消费者最喜欢的饼干品牌 167
- 图表：2007 年十大饼干品牌排行榜 168
- 图表：消费者最喜欢的饼干品牌的主要种类 173
- 图表：消费者最喜欢的饼干品牌的档次 173
- 图表：从品牌与价格看市场品牌的档次格局图 174
- 图表：消费者饼干品牌个性偏好 175
- 图表：不同人群品牌个性偏好 176
- 图表：达能饼干品牌的个性特征 176
- 图表：康师傅饼干品牌的个性特征 176
- 图表：太平饼干品牌的个性特征 177
- 图表：奥利奥饼干品牌的个性特征 177
- 图表：嘉士利饼干品牌的个性特征 177
- 图表：达利饼干品牌的个性特征 178



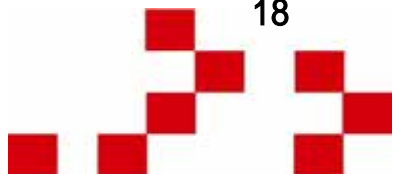
- 图表：旺旺饼干品牌的个性特征 178
- 图表：主要饼干品牌的主要运作手段图（1） 179
- 图表：主要饼干品牌的主要运作手段图（2） 179
- 图表：达能饼干——产品创新策略图 180
- 图表：康师傅饼干——差异化运作策略图 180
- 图表：达利食品策略图 181
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌态度调研实际样本量 182
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌态度调研样本男女比例 182
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌态度调研样本平均年龄 183
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌态度调研涉及品牌 183
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌市场规模 184
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌购买频次 184
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌购买周期 185
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌购买影响因素 185
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌购买产品类型 186
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌购买价格 186
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌购买地点 187
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌未提示第一提及率 187
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌未提示累计提及率 188
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌未提示加权提及率 189
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌提示后累计提及率 189
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌渗透率 190
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌喜爱度 191
- 图表：五城市高校学生饼干派糕点品牌预购率 191
- 图表：五城市高校学生对饼干派糕点品牌所属企业国际化程度判断 192
- 图表：五城市高校学生对饼干派糕点品牌所属企业创新精神评价 193
- 图表：五城市高校学生对饼干派糕点品牌产品营养评价 193
- 图表：各饼干派糕点品牌产品在五城市高校学生中口碑情况 194
- 图表：各饼干派糕点品牌产品的五城市高校学生消费者浪漫程度 195
- 图表：各饼干派糕点品牌产品的五城市高校学生消费者个性情况 195
- 图表：消费者购买食用饼干关注因素 196
- 图表：消费者饼干消费的满意度 197
- 图表：品牌重要度分析图 198
- 图表：饼干竞争机会分析结果导出图 198
- 图表：竞争机会分析结果结论 199



- 图表：吸引消费者购买新产品的因素 200
- 图表：消费者对购买新产品的叙述（1） 200
- 图表：消费者对购买新产品的叙述（2） 201
- 图表：消费者尝试新品的四大要素 201
- 图表：消费者食用饼干的时间 202
- 图表：消费者购买饼干的用途 203
- 图表：消费者饼干品牌选择行为 204
- 图表：消费者饼干消费的种类 204
- 图表：消费者喜欢的饼干产品附加物比例图 205
- 图表：消费者喜欢的饼干口味比例图 206
- 图表：消费者喜欢的饼干规格对比图 207
- 图表：不同消费者喜欢的饼干规格对比图 208
- 图表：消费者喜欢的饼干包装形式对比图 208
- 图表：不同年龄消费者喜欢的饼干包装形式对比图 209
- 图表：消费者喜欢的饼干包装风格对比图 210
- 图表：消费者喜欢的饼干同食物品比例图 210
- 图表：消费者的饼干价格偏好比例图 211
- 图表：消费者不同规格饼干的价格偏好图 212
- 图表：消费者不同包装饼干的价格偏好 213
- 图表：消费者饼干购买的渠道偏好比例图 213
- 图表：消费者饼干食品的信息渠道偏好比例图 214
- 图表：消费者饼干食品的促销形式偏好比例图 215
- 图表：全国康师傅、达能、纳贝斯科所占市场销售量份额 223
- 图表：全国康师傅不同品类销量重要性变化趋势 224
- 图表：全国达能不同品类销量重要性变化趋势 224
- 图表：全国纳贝斯克不同品类销量重要性变化趋势 225
- 图表：康师傅纳贝斯克达能地区分布比较（1） 225
- 图表：康师傅纳贝斯克达能地区分布比较（2） 226
- 图表：康师傅纳贝斯克达能各地现代通路销量份额 227
- 图表：康师傅纳贝斯克达能在各地铺货率比较 227
- 图表：康师傅纳贝斯克达能在各地铺货效率比较 228
- 图表：康师傅纳贝斯克达能在各地加权铺货率比较 229
- 图表：全国现代通路康师傅纳贝斯克达能包装比较 229
- 图表：全国康师傅达能纳贝斯克夹心主要品牌份额 230
- 图表：康师傅夹心主要品牌在各大区销售量份额趋势 231



- 图表：杭州辖区夹心主要品牌销量份额趋势 231
- 图表：上海超市卖场百货夹心主要品牌销量份额 232
- 图表：上海超市卖场百货夹心主要品牌加权铺货率 233
- 图表：上海超市卖场百货夹心主要品牌零售商支持 233
- 图表：上海超市卖场百货达能鸳鸯夹心主要包装 234
- 图表：上海超市卖场百货康师傅 3+2 主要包装 234
- 图表：2007 年康师傅控股有限公司销售网络 251
- 图表：2003-2007 年康师傅控股有限公司经营概况 252
- 图表：旺旺集团在中国主要省市设立的销售网点 257
- 图表：广东嘉士利集团股份有限公司国内销售区域 264
- 图表：达利集团业务销售网络 268
- 图表：饼干食品可延展空间图 287
- 图表：饼干食品按人群细分空间 288
- 图表：饼干食品按产品细分空间（1） 288
- 图表：饼干食品按产品细分空间（2） 289



## 2008 年中国饼干行业研究咨询报告（节选）

本报告节选的部分内容供我们尊敬的客户阅览和参考，如需报告全文请致电（智库在线 010-58626531）咨询详情。智库在线将会为您提供更多的行业咨询服务。

本报告为原著者制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过原著者书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

## 第五章 饼干食品消费者市场分析

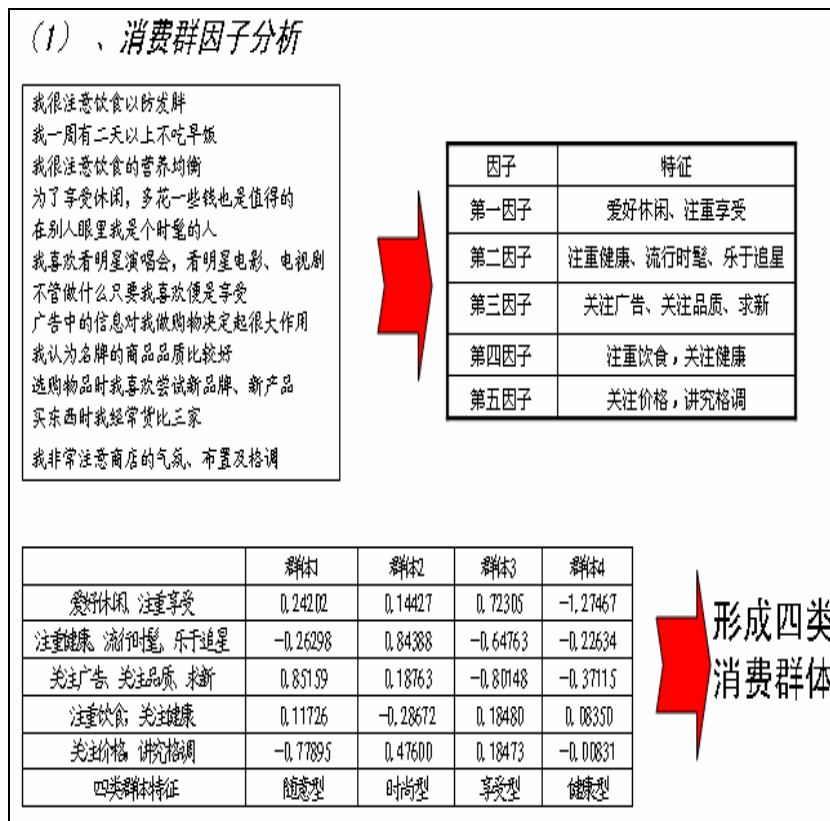
### 第一节 饼干食品消费人群状况

根据人们不同的生活方式和生活态度，可以将饼干消费者分为四大类型，一是随意型、一是时尚型、一是享受型、一是务实型。这四类人群在性别、职业、年龄等基本的背景资料方面各有不同。企业需要根据自己定位的目标群背景特征来划分目标群所属的生活形态，从而在市场策略中充分利用消费群的生活特征。

## 一、饼干消费群体分类

### 1、消费群因子分析

图表：饼干消费群体分类



### 2、饼干市场消费者分析

#### (1) 消费者口味偏好

根据北京、上海、广州三地调查结果显示，各类饼干受欢迎的程度如下：销售额占首位的夹心和表面巧克力涂层饼干、花色饼干是较受欢迎的品种，这类产品的特点是花色品种多，口味好，是休闲式的享受型食品。再加上其包装小而精美，适合一次性消费，在各种社交场合或招待客人、旅游、看电视等都十分相宜，因此近年来销量增长较快。

曲奇饼干已经被人们冷落多年，近来又重新受到消费者垂青。一方面固然由于曲奇

的包装日趋礼品化，另一方面也反映出饼干正朝着休闲性的功能演变。

苏打及克力架饼干普遍受到中老年顾客欢迎，其原因是因为苏打及克力架结构酥松，易于消化吸收。中国的老龄人口众多，研制出适合老年人食用的饼干十分重要。

特殊人群需要的饼干，也是一个较有潜力的领域，近年来销售额也呈上升趋势，适合糖尿病人食用的无糖饼干，适合儿童食用的助消化饼干，补钙、磷、铁的饼干，适合老年人食用的抗衰老和补充膳食纤维的饼干，适合运动需要的高能量饼干，均是发展的重要门类。

## （2）、消费者对包装的认同度

对市场各种包装形式的受欢迎程度，调查结果显示如下：从消费者对包装的欢迎次序可以看出，方形盒装及卷筒装最受欢迎；大礼包作为礼品和家庭装也拥有一定的市场；小包装则适合于工作间隙、休闲或儿童课间食用；纸质礼盒多为礼品或家庭消费；听装或铁罐装已是明日黄花，逐渐萎缩。

包装是影响饼干业发展的重要因素，饼干制造商应吸取包装规格带来市场发展的经验，充分运用饼干本身便于携带、保藏等功能，为各种人群设计方便和合适的包装形式、规格。从美术角度而言，包装要注意图案设计的和谐、活泼、高雅，色调要使人赏心悦目，布局要得体；从宣传品牌的角度而言，包装应突出显示品牌及商标，设计上要做到通俗易看，易理解，便于消费者记忆和传诵。

## 二、饼干不同消费群体占有率

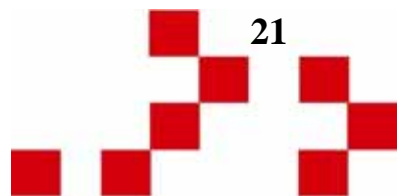
饼干食用人群中以时尚型人群为主，健康型人群比例相对最少。

随意型人群：不爱好时尚，不关注价格，不关注购物氛围，没有明显特征。

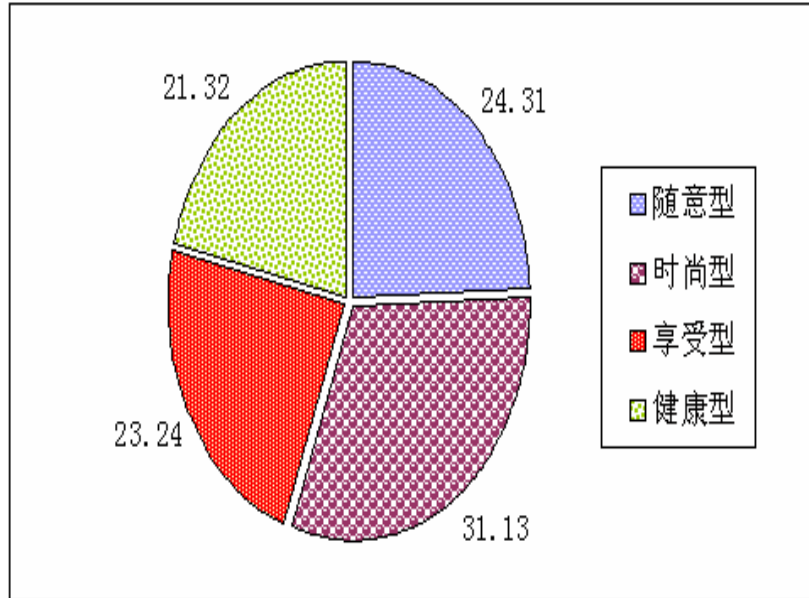
时尚型人群：关注时尚和购物氛围，对自身饮食平衡，健康关注度不很高。

享受型人群：爱好休闲，乐于投资生活享受，但不时尚，对产品品质关注不高。

健康型人群：不追求享受和时尚，但关注饮食平衡，关注饮食规律，也可叫务实型。



图表：饼干不同消费群体占有率



### 三、饼干不同消费群体背景特征

从年龄分布可以看出：

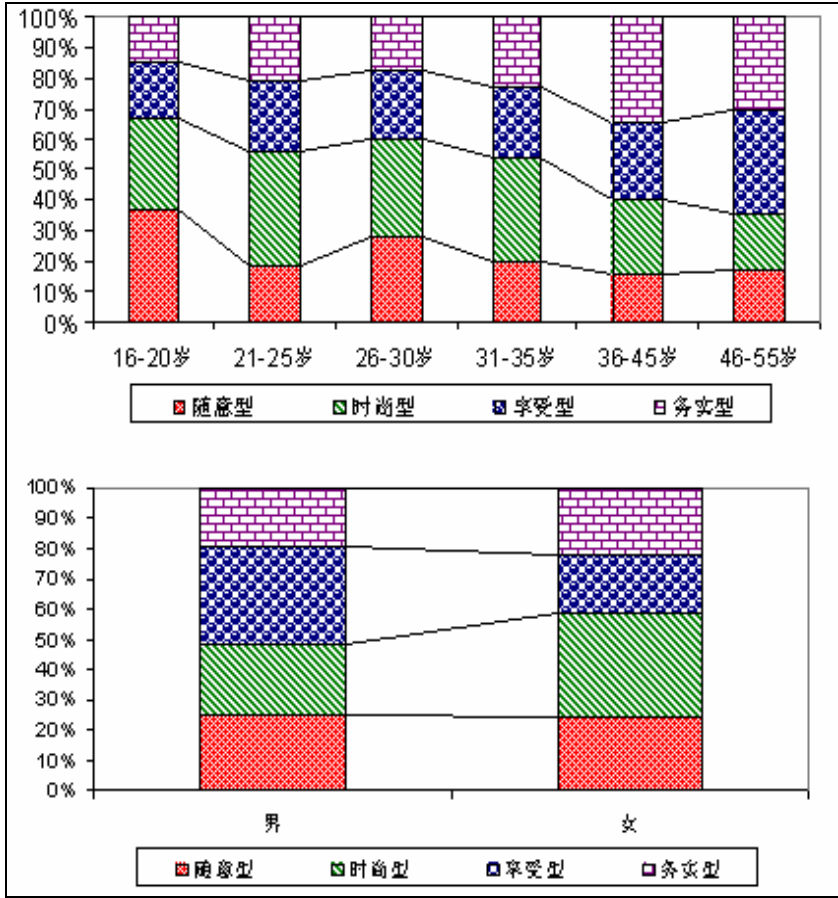
随意型与时尚型的人群随着年龄的增大而降低；享受型与务实型的人群随着年龄增大而增多。

从性别分布可以看出：

随意型与务实型人群没有明显的性别差异；而时尚型人群以女性居多，享受型人群以男性居多。

由此得知饼干主要的消费群是年轻女性。

图表：饼干不同消费群体背景特征



## 智库在线

智库在线 (www.zikoo.com) 秉承“**智通库汇**”理念，做好企业“外脑”，我们将依托新互联网平台，不断集成有线和无线信息技术，为企业和从事数据收集和策略分析的咨询和顾问公司，为领导者的经营决策提供市场咨询、深度分析、专家“博客”和基于市场研究行业的信息技术策略和解决方案。

### ● 栏目

分析报告 趋势方向 - 消费数据 - 产业预警 - 产业观察 - 市场资讯 - 管调营渠

### ● 使命

智库在线旨在通过全面、及时的市行业研究场报告，帮助企业、机构和组织把握市场动态，为决策和决策参与者提供实效决策支持。

### ● 服务承诺

智库在线严格遵守智库在线制定的信息服务《规范承诺》；

智库在线力求保证产品的客观、公正、中立；

智库在线在发展过程中不断得到客户和业内同仁的指导和帮助，公司的管理团队再次表示衷心感谢！欢迎客户和业内人士反馈意见和建议，同时希望业内专家和行业主管批评指正，我们为此将不胜感激！

### ● 联系方式

地址：北京市朝阳区朝阳北路 107 号珠江罗马嘉园 6 号楼 201 室

服务热线：010-58626531 58626532

绿色通道：13371712227

VIP MSN：zikoo@zikoo.com

邮编：100025

<http://www.zikoo.com>

