

中国烘焙食品市场调查研究与发展前景预测报告（2025-2031年）

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国烘焙食品市场调查研究报告与发展前景预测报告（2025-2031年）

报告编号： 1A13011 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9800 元 纸质+电子版：10000 元

优惠价格： 电子版：8800 元 纸质+电子版：9100 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/1/01/HongBeiShiPinShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

烘焙食品行业近年来经历了快速增长，主要得益于消费者对健康、快捷多样的食品需求增加。随着生活水平的提高和生活节奏的加快，消费者越来越倾向于选择营养丰富且便于携带的烘焙食品。此外，技术创新也为烘焙食品带来了新的发展机遇，如新型烘焙技术和设备的出现，有助于提升食品质量和生产效率。市场上的烘焙食品种类繁多，包括面包、蛋糕、饼干、糕点等，满足了不同消费者的口味偏好。

未来，烘焙食品行业的发展将更加注重健康化和个性化。产业调研网指出，随着消费者对健康饮食的重视，低糖、低脂、全谷物等健康烘焙食品将获得更多关注。同时，为了吸引年轻消费群体，烘焙食品将更加注重创新，推出符合新潮趋势的口味和包装设计。此外，随着电子商务平台的发展，线上销售渠道将成为烘焙食品品牌拓展市场的新途径。技术方面，智能化、自动化生产设备的应用将进一步提高生产效率和产品质量。

第1章 烘焙食品行业pest模型分析

1.1 烘焙食品行业定义及统计标准

- 1.1.1 行业概念及定义
- 1.1.2 行业主要产品大类
- 1.1.3 行业统计部门和统计口径
- 1.1.4 行业统计方法
- 1.1.5 行业数据种类

1.2 行业政策环境分析（p）

- 1.2.1 行业相关标准
 - (1) 食品添加剂使用卫生标准——焙烤食品

(2) 食品添加剂使用卫生标准——焙烤食品馅料

(3) 食品添加剂使用卫生标准——饼干

(4) 食品添加剂使用卫生标准——糕点

(5) 食品添加剂使用卫生标准——面包

1.2.2 行业政策法规

(1) 《中华人民共和国食品安全法》

(2) 《食品添加剂使用标准》(gb2760-)

(3) 《关于加强食品添加剂监督管理工作的通知》

(4) 《食品安全地方标准管理办法》

(5) 食品安全事故处理办法

(6) 食品违法添加处罚

(7) 我国首部食品安全区域化管理国家标准

(8) 美国食品安全法的制度创新

1.2.3 行业发展规划

(1) 《轻工业调整与振兴规划》

(2) 《食品工业“十四五”发展规划》

1.3 行业经济环境分析 (e)

1.3.1 国际宏观经济分析

(1) 国际宏观经济现状

1) 美国

2) 欧元区

3) 亚洲国家

4) 新兴国家

(2) 我国食品工业国际贸易现状

1) 我国食品工业国际贸易规模

2) 我国食品国际贸易壁垒分析

(3) 国际宏观经济发展趋势

1.3.2 国内宏观经济分析

(1) 国内宏观经济主要指标分析

1) gdp

2) 工业增加值

3) 信贷

4) 社会消费品零售总额

(2) gdp增速与行业产值走势对比分析

(3) 国内宏观经济发展趋势

1.3.3 食品加工行业经济运营分析

- (1) 食品加工行业主要财务指标
 - 1) 经营效益
 - 2) 盈利能力
 - 3) 运营能力
 - 4) 偿债能力
 - 5) 发展能力
- (2) 食品加工业投资分析
- (3) 烘焙食品行业在食品工业地位分析
- 1.4 行业社会环境分析 (s)
 - 1.4.1 行业消费环境分析
 - (1) 人均可支配收入与行业销售规模对比分析
 - (2) 城乡恩格尔系数分析
 - (3) 居民消费价格指数分析
 - 1.4.2 消费者食品消费需求趋势
- 1.5 行业技术环境分析 (t)
 - 1.5.1 大豆制品在烘焙食品中的应用
 - 1.5.2 食用香精在烘焙食品中的应用
 - 1.5.3 最新食品技术动向
 - (1) 益生效应面包制作
 - (2) 天然保鲜剂

第2章 2025-2031年烘焙食品行业经济指标分析

- 2.1 2024-2025年烘焙食品行业财务指标分析
 - 2.1.1 规模指标分析
 - 2.1.2 盈利能力分析
 - 2.1.3 运营能力分析
 - 2.1.4 偿债能力分析
 - 2.1.5 发展能力分析
- 2.2 2024-2025年烘焙食品行业经济指标分析
 - 2.2.1 不同规模企业经济指标分析
 - 2.2.2 不同性质企业经济指标分析
- 2.3 2024-2025年烘焙食品行业供需平衡分析
 - 2.3.1 2024-2025年烘焙食品行业供给情况分析
 - (1) 总产值分析
 - (2) 产成品分析
 - 2.3.2 2024-2025年各地区烘焙食品行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名居前的10个地区分析

- (2) 产成品排名居前的10个地区分析

- 2.3.3 2024-2025年烘焙食品行业需求情况分析

- (1) 销售产值分析

- (2) 销售收入分析

- 2.3.4 2024-2025年各地区烘焙食品行业需求情况分析

- (1) 销售产值排名居前的10个地区分析

- (2) 销售收入排名居前的10个地区分析

- 2.4 2025年烘焙食品行业运营状况分析

- 2.4.1 产业规模分析

- 2.4.2 资本/劳动密集度分析

- 2.4.3 产销分析

- 2.4.4 成本费用结构分析

- 2.4.5 盈亏分析

- 2.5.1 2024-2025年烘焙食品行业出口情况

- (1) 行业出口总体情况

- (2) 行业出口产品结构

- 2.5.2 2024-2025年烘焙食品行业进口情况分析

- (1) 行业进口总体情况

- (2) 行业进口产品结构

- 第3章 烘焙食品行业产业链分析

- 3.1 烘焙食品行业产业链简介

- 3.2 烘焙食品行业上游产业链分析

- 3.2.1 基础原料市场分析

- (1) 玉米市场分析

- 1) 玉米供需情况分析

- 2) 玉米价格走势分析

- 3) 玉米进出口分析

- (2) 面粉市场分析

- 1) 面粉供需情况分析

- 2) 面粉价格走势分析

- 3) 面粉进出口分析

- (3) 大米市场分析

- 1) 大米供需情况分析

- 2) 大米价格走势分析

- 3) 大米进出口分析

- (4) 马铃薯市场分析

- 1) 马铃薯供需情况分析
- 2) 马铃薯价格走势分析
- 3) 马铃薯进出口分析
- (5) 食用植物油供需及价格走势分析
- 1) 食用植物油供需与进出口
- 2) 食用植物油价格走势
- (6) 鸡蛋市场分析
- 1) 鸡蛋供需情况分析
- 2) 鸡蛋价格走势分析
- (7) 牛奶市场分析
- 1) 牛奶供需情况分析
- 2) 牛奶价格走势分析
- 3.2.2 辅料市场分析
- (1) 食糖市场分析
- 1) 食糖供需情况分析
- 2) 食糖价格走势分析
- 3) 食糖进出口分析
- (2) 食盐市场分析
- 1) 食盐供需情况分析
- 2) 食盐价格走势分析
- (3) 酵母市场分析
- 1) 酵母供需情况分析
- 2) 酵母价格走势分析
- (4) 食品添加剂市场分析
- 1) 食品添加剂行业规模
- 2) 食品添加剂主要产品市场
- 3) 食品添加剂发展趋势
- 3.2.3 食品包装材料市场分析
- (1) 食品包装材料市场现状
- (2) 食品包装材料发展趋势
- 3.2.4 食品机械市场分析
- (1) 食品机械市场现状
- (2) 食品机械技术发展趋势
- 3.3 烘焙食品行业下游消费需求分析
- 3.3.1 行业消费需求特征
- (1) 行业主要消费人群

(2) 行业消费心理特征

3.3.2 行业消费需求趋势

第4章 烘焙食品行业市场竞争状况分析

4.1 国际市场竞争状况分析

4.1.1 国际烘焙食品市场现状

(1) 美国

(2) 日本

4.1.2 国际烘焙食品市场竞争状况分析

4.1.3 国际烘焙食品市场发展趋势分析

4.2 跨国公司在华市场投资布局

4.2.1 墨西哥宾堡集团

4.2.2 美国卡夫食品国际公司

4.2.3 美国百事食品公司

4.2.4 菲律宾晨光公司

4.2.5 韩国好丽友公司

4.2.6 美国通用磨坊食品公司

4.2.7 日本格力高集团

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 烘焙食品行业市场规模分析

4.3.2 烘焙食品行业五力模型分析

(1) 行业上游议价能力分析

(2) 行业下游议价能力分析

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业新进入者威胁分析

(5) 行业竞争现状分析

4.3.3 烘焙食品行业竞争演变

(1) “价格战”转向品牌竞争

(2) 低端市场竞争转向高端市场竞争

4.4 行业不同经济类型企业竞争分析

4.4.1 不同经济类型企业特征情况

4.4.2 行业经济类型集中度分析

第5章 烘焙食品细分行业市场分析

5.1 糕点、面包行业市场分析

5.1.1 糕点、面包行业运营情况分析

(1) 糕点、面包行业发展规模分析

- (2) 糕点、面包行业市场供给情况
- (3) 糕点、面包行业市场需求情况
- (4) 糕点、面包行业经营效益分析
- 5.1.2 糕点、面包行业产品市场分析
 - (1) 糕点市场分析
 - 1) 月饼市场分析
 - 2) 蛋糕市场分析
 - 3) 蛋黄派市场分析
 - (2) 面包市场分析
- 5.1.3 糕点、面包行业经营模式分析
 - (1) 工业生产模式
 - (2) 烘焙坊模式
 - 1) 烘焙坊模式演变
 - 2) 烘焙坊模式类型及效应分析
 - 1、单一型模式及效应分析
 - 2、复合型模式及效应分析
 - 3) 烘焙坊企业竞争格局
- 5.1.4 糕点、面包行业品牌化运营分析
 - (1) 现状和趋势决定品牌化运营是唯一出路
 - (2) 品牌化运营以价值、模式系统为中心
 - (3) 品牌化运营以产业运营为支撑
- 5.1.5 糕点、面包行业消费者调研分析
 - (1) 法式小面包消费者调研
 - 1) 消费者偏好分析
 - 2) 消费者购买行为分析
 - (2) 烘焙坊产品消费者调研
 - 1) 消费者偏好分析
 - 2) 消费者选择因素分析
- 5.1.6 糕点、面包品牌成功案例分析
 - (1) 盼盼法式小面包成功案例
 - 1) 产品定位
 - 2) 产品推广模式
 - 3) 关键成功因素
 - (2) 烘焙坊模式成功案例
 - 1) 面包新语 (breadtalk)
 - 1、品牌及其影响

2、商业模式分析

3、关键成功因素

2) 85度c

1、品牌及其影响

2、经营策略分析

3、关键成功因素

5.2 饼干及其他烘焙食品行业市场分析

5.2.1 饼干及其他烘焙食品行业运营情况分析

(1) 饼干及其他烘焙食品行业发展规模分析

(2) 饼干及其他烘焙食品行业市场供给情况

(3) 饼干及其他烘焙食品行业市场需求情况

(4) 饼干及其他烘焙食品行业经营效益分析

5.2.2 饼干市场调研分析

(1) 饼干市场规模

1) 生产规模

2) 消费规模

(2) 饼干地区普及率

(3) 饼干品牌表现及价值分析

1) 品牌知晓度

2) 品牌形象

3) 品牌价值综合分析

(4) 饼干品牌营销及广告表现

1) 广告到达率

2) 广告到达途径

3) 广告有效性

4) 广告效果综合分析

(5) 饼干消费者调研

1) 消费者购买考虑因素

2) 消费者购买频率

3) 消费者购买场所

4) 消费者品牌忠诚度

5.2.3 烘焙膨化食品市场分析

(1) 烘焙膨化食品市场集中度

(2) 薯片市场调研分析

1) 薯片地区普及率

2) 薯片品牌表现及价值分析

- 1、品牌知晓度
- 2、品牌形象
- 3、品牌价值综合分析
- 3) 薯片品牌营销及广告表现
 - 1、广告到达率
 - 2、广告到达途径
 - 3、广告有效性
 - 4、广告效果综合分析
- 4) 薯片消费者调研
 - 1、消费者购买考虑因素
 - 2、消费者购买频率
 - 3、消费者购买场所
 - 4、消费者品牌忠诚度
- (3) 烘焙膨化食品发展趋势
- 5.2.4 康师傅差异化发展案例
 - (1) 产品差异化
 - (2) 价格差异化
 - (3) 包装差异化
 - (4) 渠道差异化

第6章 烘焙食品行业市场营销分析

6.1 烘焙食品行业销售模式分析

- 6.1.1 烘焙食品行业销售渠道结构
- 6.1.2 烘焙食品主要销售渠道
 - (1) 传统销售渠道
 - 1) 商超渠道
 - 1、商超渠道销售模式及对比
 - 2、连锁超市对烘焙食品经营影响
 - 2) 专卖连锁
 - 1、专卖连锁模式
 - 2、专卖连锁店异业联合营销
 - (2) 网络销售渠道
 - 1) 食品业电子商务应用分析
 - 2) 烘焙坊网络销售分析
 - 1、烘焙坊网络销售现状
 - 2、烘焙坊网络销售线上线下配合分析
 - 3、好利来网络销售案例

6.2 烘焙食品行业营销策略分析

6.2.1 烘焙食品基本营销策略

- (1) 产品策略
- (2) 价格策略
- (3) 服务策略
- (4) 促销策略

6.2.2 烘焙食品节日营销策略

- (1) 节日营销的概念
 - (2) 节日的消费特点
 - (3) 节日营销的要点
- 1) 明确目标
 - 2) 突出促销主题
 - 3) 关注促销形式
 - 4) 产品卖点节日化
 - 5) 促销方案要科学
- (4) 月饼的体验营销

6.3 烘焙食品行业营销案例分析

6.3.1 糕点、面包行业营销案例分析

- (1) 元祖食品营销分析
- 1) 营销背景
 - 2) 营销策略
 - 3) 营销效果
 - 4) 元祖雪月饼营销案例
- (2) 克莉丝汀营销分析
- 1) 品牌发展
 - 2) 营销策略

6.3.2 饼干及其他烘焙食品行业营销案例分析

- (1) 卡夫饼干营销分析
- 1) 品牌介绍
 - 2) 营销背景
 - 3) 营销策略
 - 4) 营销效果
- (2) 达利食品营销分析
- 1) 品牌介绍
 - 2) 营销策略

第7章 烘焙食品行业重点区域市场分析

7.1 烘焙食品行业总体区域结构特征分析

7.1.1 行业区域结构总体特征

7.1.2 行业区域集中度分析

7.2 行业重点区域产销情况分析

7.2.1 2019-2024年华北地区烘焙食品行业产销情况分析

- (1) 北京市烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 天津市烘焙食品行业产销情况分析
- (3) 河北省烘焙食品行业产销情况分析
- (4) 山西省烘焙食品行业产销情况分析
- (5) 内蒙古烘焙食品行业产销情况分析

7.2.2 2019-2024年东北地区烘焙食品行业产销情况分析

- (1) 辽宁省烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 吉林省烘焙食品行业产销情况分析
- (3) 黑龙江省烘焙食品行业产销情况分析

7.2.3 2019-2024年华东地区烘焙食品行业产销情况分析

- (1) 上海市烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 江苏省烘焙食品行业产销情况分析
- (3) 浙江省烘焙食品行业产销情况分析
- (4) 山东省烘焙食品行业产销情况分析
- (5) 福建省烘焙食品行业产销情况分析
- (6) 江西省烘焙食品行业产销情况分析
- (7) 安徽省烘焙食品行业产销情况分析

7.2.4 2019-2024年华中地区烘焙食品行业产销情况分析

- (1) 湖南省烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 湖北省烘焙食品行业产销情况分析
- (3) 河南省烘焙食品行业产销情况分析
- (1) 广东省烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 广西烘焙食品行业产销情况分析
- (3) 海南省烘焙食品行业产销情况分析
- (1) 四川省烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 贵州省烘焙食品行业产销情况分析
- (3) 重庆市烘焙食品行业产销情况分析
- (4) 云南省烘焙食品行业产销情况分析

7.2.7 2019-2024年西北地区烘焙食品行业产销情况分析

- (1) 陕西省烘焙食品行业产销情况分析
- (2) 宁夏烘焙食品行业产销情况分析

(3) 新疆烘焙食品行业产销情况分析

(4) 甘肃省烘焙食品行业产销情况分析

第8章 烘焙食品行业主要企业经营分析

8.1 烘焙食品企业发展总体状况分析

8.1.1 销售收入状况

8.1.2 工业产值状况

8.1.3 盈利状况

8.2 烘焙食品行业领先企业个案分析

8.2.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.2 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况2

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业优势与劣势分析

8.2.3 上好佳（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况

(2) 企业主营业务与产品

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标

- 2) 盈利能力
- 3) 运营能力
- 4) 偿债能力
- 5) 发展能力
- (5) 企业优势与劣势分析
- (6) 企业投资兼并与重组
- 8.2.4 百事食品（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标
- 2) 盈利能力
- 3) 运营能力
- 4) 偿债能力
- 5) 发展能力
- (5) 企业优势与劣势分析
- 8.2.5 好丽友食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
- 1) 主要经济指标
- 2) 盈利能力
- 3) 运营能力
- 4) 偿债能力
- 5) 发展能力
- (5) 企业优势与劣势分析
-

第9章 [中.智.林.]烘焙食品行业投资与前景分析

9.1 烘焙食品行业投资风险

- 9.1.1 烘焙食品行业政策风险
- 9.1.2 烘焙食品行业技术风险
- 9.1.3 烘焙食品行业供求风险
- 9.1.4 烘焙食品行业宏观经济波动风险
- 9.1.5 烘焙食品行业关联产业风险

- 9.1.6 烘焙食品行业产品结构风险
- 9.1.7 烘焙食品企业生产规模风险
- 9.2 烘焙食品行业投资特性分析
 - 9.2.1 烘焙食品行业进入壁垒分析
 - 9.2.2 烘焙食品行业盈利模式分析
 - 9.2.3 烘焙食品行业盈利因素分析
- 9.3 烘焙食品行业前景预测
 - 9.3.1 烘焙食品市场发展趋势分析
 - 9.3.2 烘焙食品市场发展前景预测
 - (1) 糕点需求前景预测
 - (2) 饼干需求前景预测
 - (3) 面包需求前景预测
 - (4) 烘焙膨化食品需求前景预测
- 9.4 济研：烘焙食品行业投资建议
 - 9.4.1 烘焙食品行业投资现状分析
 - 9.4.2 烘焙食品行业投资建议

图表目录

- 图表 1：2019-2024年烘焙食品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 2：焙烤食品添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
- 图表 3：焙烤食品馅料添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
- 图表 4：焙烤食品馅料添加剂使用卫生标准（仅限饼干夹心）（单位：g/kg）
- 图表 5：饼干添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
- 图表 6：饼干添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
- 图表 7：饼干添加剂使用卫生标准（单位：g/kg）
- 图表 8：2019-2024年美国ism制造业指数
- 图表 9：2019-2024年美国失业率变化图（单位：%）
- 图表 10：2019-2024年欧元区pmi制造业指数
- 图表 11：2019-2024年全国工业增加值增速（单位：%）
- 图表 12：2019-2024年分地区工业增加值增速（单位：%）
- 图表 13：2019-2024年金融机构新增人民币存款（单位：亿元）
- 图表 14：2019-2024年金融机构新增人民币贷款（单位：亿元）
- 图表 15：2019-2024年社会零售总额增速（单位：%）
- 图表 16：gdp增速与烘焙食品工业产值增速对比（单位：%）
- 图表 17：2024-2025年食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）
- 图表 18：2024-2025年中国食品行业盈利能力分析（单位：%）
- 图表 19：2024-2025年中国食品行业运营能力分析（单位：次）

图表 20：2024-2025年中国食品行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 21：2024-2025年中国食品行业发展能力分析（单位：%）

图表 22：烘焙食品行业产值与食品加工行业产值对比（单位：亿元，%）

图表 23：2019-2024年人均可支配收入增长与烘焙食品行业销售规模增长对比（单位：%）

图表 24：2019-2024年居民消费价格指数走势（单位：%）

图表 25：2019-2024年居民消费价格指数同比及环比情况（单位：%）

图表 26：2024-2025年中国烘焙食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表 27：2024-2025年中国烘焙食品行业盈利能力分析（单位：%）

图表 28：2024-2025年中国烘焙食品行业运营能力分析（单位：次）

图表 29：2024-2025年中国烘焙食品行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 30：2024-2025年中国烘焙食品行业发展能力分析（单位：%）

图表 31：2024-2025年中国大型烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 32：2024-2025年中国中型烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 33：2024-2025年中国小型烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 34：2019-2024年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表 35：2019-2024年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 36：2019-2024年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表 37：2019-2024年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 38：2024-2025年国有烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 39：2024-2025年集体烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 40：2024-2025年股份合作烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 41：2024-2025年股份制烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 42：2024-2025年私营烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 43：2024-2025年外商和港澳台投资烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 44：2024-2025年其他性质烘焙食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 45：2019-2024年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表 46：2019-2024年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 47：2019-2024年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表 48：2019-2024年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 49：2019-2024年中国烘焙食品行业工业总产值变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 50：2019-2024年中国烘焙食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表 51：2024-2025年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表 52：2025年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表 53：2024-2025年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表 54：2025年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

- 图表 55: 2019-2024年中国烘焙食品行业销售产值及增长率变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 56: 2019-2024年中国烘焙食品行业销售收入及增长率变化趋势图 (单位: 亿元, %)
- 图表 57: 2024-2025年销售产值居前的10个地区统计表 (单位: 万元, %)
- 图表 58: 2025年销售产值居前的10个地区比重图 (单位: %)
- 图表 59: 2024-2025年销售收入居前的10个地区统计表 (单位: 万元, %)
- 图表 60: 2025年销售收入居前的10个地区比重图 (单位: %)
- 图表 61: 2019-2024年中国烘焙食品行业产销率变化趋势图 (单位: %)
- 图表 62: 2025年烘焙食品行业产业规模分析 (单位: 家, 万人, 亿元)
- 图表 63: 2025年烘焙食品行业资本/劳动密集度分析 (单位: 万元/人, 万元/单位)
- 图表 64: 2025年烘焙食品行业产销情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 65: 2025年烘焙食品行业成本费用情况 (单位: 亿元)
- 图表 66: 2025年烘焙食品行业成本费用结构情况 (单位: %)
- 图表 67: 2025年烘焙食品行业盈亏情况 (单位: 亿元, %)
- 图表 68: 2024-2025年中国烘焙食品行业月度出口额走势图 (单位: 万美元)
- 图表 69: 2024-2025年中国烘焙食品行业月度主要出口产品结构表 (单位: 吨, 万美元)
- 图表 70: 2024-2025年中国烘焙食品行业月度进口额走势图 (单位: 万美元)
- 图表 71: 2024-2025年中国烘焙食品行业月度主要进口产品结构表 (单位: 吨, 万美元)
- 图表 72: 2019-2024年中国玉米供需平衡表 (单位: 百万吨, %)
- 图表 73: 2024-2025年中国玉米价格走势 (单位: 元/吨)
- 图表 74: 2025年中国玉米进口量走势 (单位: 万吨)
- 图表 75: 2025年玉米进口情况 (单位: 千克, 美元, %)
- 图表 76: 2024-2025年全国分省市小麦粉产量 (单位: 吨)
- 图表 77: 2025-2031年中国小麦粉批发价格走势 (单位: 元/吨)
- 图表 78: 2019-2024年中国大米供需平衡表 (单位: 百万吨, %)
- 图表 79: 2024-2025年我国早籼米批发价格走势 (单位: 元/吨)
- 图表 80: 2024-2025年我国晚籼米批发价格走势 (单位: 元/吨)
- 图表 81: 2025年我国大米出口情况 (单位: 吨, 千美元)
- 图表 82: 2019-2024年我国马铃薯批发价格走势 (单位: 元/公斤)
- 图表 83: 2019-2024年我国大豆油进口量 (单位: 万吨)
- 图表 84: 2019-2024年我国大豆油供需情况 (单位: 万吨)
- 图表 85: 2019-2024年我国棕榈油供需情况 (单位: 万吨)
- 图表 86: 2019-2024年我国鸡蛋零售价格走势 (单位: 元/公斤)
- 图表 87: 2019-2024年我国牛奶零售价格走势 (单位: 元/升)
- 图表 88: 2019-2024年我国甘蔗播种面积与食糖产量 (单位: 万亩, 万吨, 吨/亩)
- 图表 89: /02-/11我国食糖月度销售数据 (单位: 万吨)
- 图表 90: /03-/12我国食糖市场供需平衡表 (单位: 万吨)

- 图表 91：2019-2024年白砂糖零售价格走势（单位：元/公斤）
- 图表 92：2025-2031年我国食糖进出口数据（单位：吨）
- 图表 93：2019-2024年全国食盐零售价格走势（单位：元/公斤）
- 图表 94：2019-2024年我国酵母产量趋势图（单位：万吨，%）
- 图表 95：2019-2024年中国烘焙食品行业销售收入、资产总额变化趋势（单位：亿元，%）
- 图表 96：2024-2025年中国烘焙食品市场竞争格局（单位：%）
- 图表 97：2025年中国烘焙食品行业前十位厂商市场份额（单位：%）
- 图表 98：2025年中国烘焙食品行业企业的所有制结构特征（单位：家，万元）
- 图表 99：中国烘焙食品行业不同经济类型企业的财务状况比较（一）（单位：%、倍、次）
- 图表 100：中国烘焙食品行业不同经济类型企业的财务状况比较（二）（单位：%）
- 图表 101：2025年中国烘焙食品行业不同经济类型企业销售收入比较（单位：亿元）
- 图表 102：2025年中国烘焙食品行业销售收入按经济类型百分比（单位：%）
- 图表 103：2019-2024年行业经济类型占比（按销售收入）（单位：%）
- 图表 104：2019-2024年行业经济类型集中度变化趋势图（按销售收入）（单位：%）
- 图表 105：2024-2025年糕点、面包行业主要经济指标（单位：家，人，万元，%）
- 图表 106：2019-2024年糕点、面包行业工业总产值走势（单位：亿元，%）
- 图表 107：2019-2024年糕点、面包行业销售收入走势（单位：亿元，%）
- 图表 108：2019-2024年糕点、面包行业利润总额走势（单位：亿元，%）
- 图表 109：世界各地面包人均消费量（单位：千克/年）
- 图表 110：烘焙坊模式演进进程
- 图表 111：法式小面包消费者品牌偏好（单位：%）
- 图表 112：法式小面包消费者口味偏好（单位：%）
- 图表 113：法式小面包消费者价格偏好（单位：%）
- 图表 114：法式小面包消费者促销方式偏好（单位：%）
- 图表 115：法式小面包消费行为影响因素（单位：%）
- 图表 116：法式小面包消费者回购影响因素（单位：%）
- 图表 117：烘焙坊产品消费者品牌偏好（单位：%）
- 图表 118：烘焙坊产品消费者产品类型偏好（单位：%）
- 图表 119：烘焙坊产品消费者价格偏好（单位：%）
- 图表 120：烘焙坊产品消费者购买因素（单位：%）
- 图表 121：烘焙坊产品消费者品牌选择因素（单位：%）
- 图表 122：2024-2025年饼干及其他烘焙食品行业主要经济指标（单位：家，人，万元，%）
- 图表 123：2019-2024年饼干及其他烘焙食品行业工业总产值走势（单位：亿元，%）
- 图表 124：2019-2024年饼干及其他烘焙食品行业销售收入走势（单位：亿元，%）
- 图表 125：2019-2024年饼干及其他烘焙食品行业利润总额走势（单位：亿元，%）
- 图表 126：2019-2024年中国饼干产量及增长情况趋势（单位：吨，%）

- 图表 127：饼干地区普及率（单位：%）
- 图表 128：饼干品牌知晓度（单位：%）
- 图表 129：品牌饼干广告到达率（单位：%）
- 图表 130：品牌饼干广告到达途径（单位：%）
- 图表 131：品牌饼干广告喜爱度（单位：%）
- 图表 132：品牌饼干广告购买说服力（单位：%）
- 图表 133：饼干消费者购买考虑因素
- 图表 134：饼干消费者购买频率（单位：%）
- 图表 135：饼干消费者购买场所（单位：%）
- 图表 136：饼干消费者品牌忠诚度-食用频率（单位：%）
- 图表 137：饼干消费者品牌忠诚度-购买频率（单位：%）
- 图表 138：饼干消费者品牌忠诚度-议价空间（单位：%）
- 图表 139：饼干消费者品牌忠诚度-推荐度（单位：%）
- 图表 140：薯片地区普及率（单位：%）
- 图表 141：薯片品牌知晓度（单位：%）
- 图表 142：薯片品牌形象（单位：%）
- 图表 143：薯片品牌价值综合表现（单位：%）
- 图表 144：品牌薯片广告到达率（单位：%）
- 图表 145：品牌薯片广告到达途径（单位：%）
- 图表 146：品牌薯片广告喜爱度（单位：%）
- 图表 147：品牌薯片广告购买说服力（单位：%）
- 图表 148：品牌薯片广告效果综合表现（单位：%）
- 图表 149：薯片消费者购买考虑因素
- 图表 150：薯片消费者购买频率（单位：%）

……另有343个图表。

中国烘焙食品行业特点是企业众多但规模普遍较小，目前全国大小有一千多家烘焙食品企业。但中国巨大的人口，蕴含着非常强的烘焙食品消费潜力。垂涎于国内巨大的烘焙市场，诸多外来烘焙连锁品牌已在国内纷纷布局、生根发芽、争城掠地。韩国巴黎贝甜、新加坡面包新语、台湾元祖、85度c等品牌相继进入国内市场，并凭借全新的经营理念和产品设计轰动一时。国际烘焙食品店进入国内市场，使得国内企业得到了很好的发展参照系，迅速拉近了与国际品牌差距，为中国烘焙业迎来了升级转型的契机。

目前，传统的烘焙食品销售渠道发展较为成熟，电子商务成为了烘焙食品热门的销售渠道。网络购物在让人们足不出户买到生活所需的同时，更让大家节省了大量宝贵的时间，网购食品成为了热门时尚的购物途径。高端蛋糕市场的发展潜力较大，品牌集中度低，利润高，而且目标人群的闲暇时间较少，难以长时间持续去蛋糕店消费，所以网上购物成了一种流行的购物消费方式。继21cake的电子商务模式大获成功后，好利来也宣布推出高端蛋糕品牌黑天鹅系列，同样采用网站和电话订购的电子商务模式

。好利来的加入将使烘焙业更多的中高端品牌尝试电子商务。

烘焙食品作为居民日常生活中的重要一部分，已经成为部分消费者的主要食物，超过了传统米面制品的消费。未来，随着我国城镇化进程的加快，居民消费水平的提高，食品类消费还将继续保持较好的发展局面。

《中国烘焙食品市场调查研究与发展前景预测报告（2025-2031年）》利用长期对烘焙食品行业市场跟踪搜集的市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告从行业的宏观环境出发，以烘焙食品行业的产销状况和行业的需求走向为依托，详尽分析了中国烘焙食品行业当前的市场容量、市场规模、发展速度和竞争态势。

《中国烘焙食品市场调查研究与发展前景预测报告（2025-2031年）》详细分析了烘焙食品行业经营指标与进出口市场；行业上下游运营情况；行业竞争格局、竞争趋势；行业市场需求特征；行业企业的投资、兼并与重组动态与特征；烘焙食品行业主要细分产品市场发展状况，同时佐以市场调研把握消费者对细分产品的需求特征；烘焙食品行业营销现状及新兴渠道建设；行业市场的领先企业经营状况；并对未来几年烘焙食品行业的发展趋势与前景做出预测。

略……

订阅“中国烘焙食品市场调查研究与发展前景预测报告（2025-2031年）”，编号：1A13011，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/1/01/HongBeiShiPinShiChangDiaoYanBaoGao.html>

热点：烘焙食品对身体有哪些危害、烘焙食品的税收分类编码、烘焙食品英语、烘焙食品店、烘焙食品添加剂有哪些

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！