

中国膨化食品市场消费者调查及供需 预测分析报告（2011-2015）

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中国膨化食品市场消费者调查及供需预测分析报告（2011-2015）》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.abaogao.com/b/shipin/V81894AFWP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

膨化食品是六十年代末出现的一种新型食品，国外又称挤压食品、喷爆食品、轻便食品等。它以含水份较少的谷类、薯类、豆类等作为主要原料，它们经过加压、加热处理后使原料本身的体积膨胀，内部的组织结构亦发生了变化，经加工、成型后而制成。由于这类食品的组织结构多孔蓬松，口感香脆、酥甜，具有一定的营养价值，很惹孩子们的喜爱。

近年，城乡居民收入不断增加，消费需求持续增长，2005年人均GDP 1700美元，城镇居民人均可支配收入增长9.6%，农民增长6.20%；全年社会消费品零售额增长12%；餐饮业零售额增长17.7%。这些激发了市场消费潜力，也扩大了食品工业的增长空间。随着食品工业的发展、新技术和新工艺的出现以及人们生活水平的提高、膨化工艺技术以及膨化设备也必然不断向前发展，生产的膨化食品将是更受人们欢迎的低油、天然产品。

《中国膨化食品市场消费者调查及供需预测分析报告（2011-2015）》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，以及我中心对膨化食品行业的实地调研，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

第一章 膨化食品相关概述

第一节 膨化食品简述

第二节 膨化食品按原料分类

一、以玉米和薯类为原料

二、以植物蛋白为原料

三、以谷物、豆类或薯类为原料

第三节 膨化食品制造原理

第四节 膨化食品的营养价值

第五节 膨化食品的选购

第二章 2010-2011年世界膨化食品行业发展概况

第一节 2010-2011年世界膨化食品行业现状

一、世界膨化食品发展特色

二、世界膨化食品市场动态分析

三、世界膨化食品品牌分布

第二节 2010-2011年世界膨化食品主要国家运行分析

- 一、美国
- 二、德国
- 三、英国
- 四、马来西亚

第三节 2011-2015年世界膨化食品发展趋势展望

第三章2010-2011年中国膨化食品行业市场运行环境解析

第一节2010-2011年中国膨化食品行业经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节2010-2011年中国膨化食品行业政策环境分析

- 一、《膨化食品生产许可证审查细则》
- 二、《食品召回管理规定》
- 三、新的《膨化食品》国家标准又有新要求
- 四、《国务院关于加强食品等产品安全监督管理的特别规定》

第三节2010-2011年中国膨化食品行业技术环境分析

- 一、高温膨化技术
- 二、微波和烘焙技术

第四节2010-2011年中国膨化食品行业社会环境分析

- 一、中国人口规模及结构分析
- 二、居民消费观念
- 三、人们生活水平提高
- 四、人们休闲消费现状

第四章2010-2011年中国膨化食品业整体运行态势分析

第一节 2010-2011年中国膨化食品动态分析

- 一、休闲礼包掀起价格战
- 二、晋江福源（盼盼）参与膨化食品国标起草
- 三、膨化食品首次出口塞拉利昂

第二节 2010-2011年中国膨化食品市场运行分析

一、市场供需分析

二、价格走势

三、膨化食品消费特点

第三节 2010-2011年中国膨化食品制造业存在问题分析

一、部分油脂型膨化食品和油炸小食品中所含油脂指标超标

二、少数产品微生物指标不合格

三、部分产品所含油脂的抗氧化剂含量超标

第四节 2010-2011年膨化食品立足长远发展策略

第五章 2010-2011年中国膨化食品行业细分产品市场运营情况

第一节 薯类膨化食品

一、2010-2011年薯类膨化食品产销分析

二、2010-2011年薯类食品企业分布

三、2010-2011年薯类膨化食品价格走势

四、薯类膨化食品发展前景

第二节 雪饼

一、2010-2011年雪饼市场现状

二、2010-2011年雪饼品牌排名

三、主要企业广告投放分析

第三节 面粉、米类膨化食品

一、2010-2011年米类膨化食品市场综述

二、2010-2011年米类膨化食品营销分析

三、2010-2011年米类膨化食品发展趋势

第六章 2010-2011年中国膨化食品市场消费调研

第一节 受访者基本情况调查分析

一、性别占比

二、年龄分布

三、从事职业情况调查分析

四、受访者区域分布

第二节 膨化食品消费者消费行为调查分析

- 一、消费者普遍喜欢的膨化食品类别占比
 - 二、消费者能接受的单件膨化食品的价格
 - 三、消费者对膨化食品广告关注度调查分析
 - 四、消费者购买膨化食品的渠道调查分析
 - 五、您家的膨化食品主要是谁消费
 - 六、男性消费者喜欢的膨化食品类别占比
- 第三节 影响消费者购买新上市膨化食品的因素调查分析

第七章2010-2011年中国膨化食品行业竞争格局透析

第一节2010-2011年中国膨化食品行业竞争现状

- 一、膨化食品已进入完全竞争阶段
- 二、品牌竞争
- 三、营销方式竞争

第二节2010-2011年中国膨化食品集中度分析

第三节2010-2011年中国膨化食品行业竞争策略分析

- 一、新产品开发
- 二、品牌建设
- 三、市场拓展
- 四、差异化战略

第四节 2011-2015年中国膨化食品竞争趋势分析

第八章 2010-2011年世界膨化食品知名品牌企业在华市场运行浅析

第一节 品客

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第二节 特脆星

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第三节 白乐顺

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第四节 妈咪

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第五节 LIFTOFFS

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第九章 2010-2011年中国膨化食品品牌生产企业竞争力及关键性数据透析

第一节 北京旺旺食品有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第二节 上好佳（中国）有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第三节 咸阳亲亲食品有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

第四节 百事食品（中国）有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 福建达利食品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 略……

第十章 2011-2015年中国膨化食品业投资战略研究

第一节 2011-2015年中国膨化食品行业投资概况

一、膨化食品行业投资特性

二、膨化食品行业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国膨化食品行业投资机会分析

一、膨化食品投资热点分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2011-2015年中国膨化食品行业投资风险预警

一、政策风险

二、技术风险

三、市场风险

四、金融风险

五、经营管理风险

第四节 权威专家投资建议

第十一章 2011-2015年中国膨化食品行业发展趋势与前景展望

第一节 2011-2015年中国膨化食品行业前景预测分析

一、膨化食品前景展望

二、膨化食品加工技术展望

第二节 2011-2015年中国膨化食品五大发展趋势

第三节 2011-2015年中国膨化食品行业市场预测

第四节 2011-2015年中国膨化食品发展战略分析

- 一、加强技术创新、提升产品的安全性
- 二、依靠科技开发，强化营养功能
- 三、满足大众健康；畅通销售网络
- 四、实现企业和消费者互动双赢
- 五、培育树立良好品牌形象、提高产品美誉度

图表名称：部分

图表 2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010-2011年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010-2011年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 北京旺旺食品有限公司盈利指标情况

图表 北京旺旺食品有限公司资产运行指标状况

图表 北京旺旺食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 北京旺旺食品有限公司盈利能力情况

图表 北京旺旺食品有限公司销售收入情况

图表 北京旺旺食品有限公司成本费用构成情况

图表 上好佳（中国）有限公司盈利指标情况

图表 上好佳（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 上好佳（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 上好佳（中国）有限公司盈利能力情况

图表 上好佳（中国）有限公司销售收入情况

图表 上好佳（中国）有限公司成本费用构成情况

图表 咸阳亲亲食品有限公司盈利指标情况

图表 咸阳亲亲食品有限公司资产运行指标状况

图表 咸阳亲亲食品有限公司资产负债能力指标分析

图表 咸阳亲亲食品有限公司盈利能力情况

图表 咸阳亲亲食品有限公司销售收入情况

图表 咸阳亲亲食品有限公司成本费用构成情况

图表 百事食品（中国）有限公司盈利指标情况

图表 百事食品（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 百事食品（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 百事食品（中国）有限公司盈利能力情况

图表 百事食品（中国）有限公司销售收入情况

图表 百事食品（中国）有限公司成本费用构成情况

图表 福建达利食品有限公司盈利指标情况

图表 福建达利食品有限公司资产运行指标状况
图表 福建达利食品有限公司资产负债能力指标分析
图表 福建达利食品有限公司盈利能力情况
图表 福建达利食品有限公司销售收入情况
图表 福建达利食品有限公司成本费用构成情况
图表 2011-2015年中国膨化食品行业消费量预测
图表 2011-2015年中国膨化食品行业市场前景预测
图表 2011-2015年中国膨化食品行业市场价格走势预测
图表 2011-2015年中国膨化食品行业发展前景预测
图表 略……

《中国膨化食品市场消费者调查及供需预测分析报告（2011-2015）》系统全面的调研了膨化食品产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/V81894AFWP.html>