



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国速冻食品市场 运营态势及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2011-2015年中国速冻食品市场运营态势及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/184382.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

目录

第一章 速冻食品概述 1

第一节 速冻食品介绍 1

一、速冻食品的定义 1

二、速冻食品的五项优点 1

三、速冻食品的分类 1

第二节 速冻食品的生产工艺 2

一、速冻食品的一般生产工艺过程 2

二、速冻水饺的工艺流程和操作要点 2

三、速冻肉制品的生产工艺及操作要点 6

第二章 中国速冻食品产业发展环境分析 9

第一节 国内宏观经济环境分析 9

一、GDP历史变动轨迹分析 9

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 13

三、2011年中国宏观经济发展预测分析 15

第二节 2009-2010年中国速冻食品产业政策发展环境分析 19

第三节 2009-2010年中国速冻食品产业社会环境发展分析 21

第三章 速冻食品行业发展分析 22

第一节 中国速冻食品行业的发展概况 22

一、我国速冻食品业发展的四个阶段 22

二、国内速冻食品产业快速发展 22

三、我国速冻食品快速增长的六大原因 23

四、中国速冻食品步入产业升级时代 25

五、我国速冻设备的发展概况 27

第二节 中国速冻食品行业发展的特征 28

一、速冻食品行业规模迅速扩大 28

二、速冻食品行业收入稳定增长 28

三、速冻食品零售市场独大 29

四、速冻食品人均消费增长将节节攀升 29

第三节 速冻食品行业发展问题与对策 29

一、速冻食品行业发展瓶颈 29

二、我国速冻食品的产业困局 31

三、国内速冻食品行业走出困局的发展战略 32

四、发展我国速冻行业的若干建议 33

第四章 速冻食品市场运行分析 37

第一节 速冻食品市场发展总体分析 37

一、发展速冻食品的市场条件 37

二、我国速冻食品市场发展概况 39

三、国内速冻食品企业纷纷进军餐饮业 39

四、中国速冻蔬菜的发展现状与研究方向 42

第二节 中国速冻食品市场规模和结构 47

一、我国速冻食品的销售状况 47

二、中国速冻食品区域市场划分 47

三、我国速冻食品市场的产品特点 48

第三节 重点地区速冻食品市场发展分析 48

一、河南 48

二、浙江余姚 49

三、2010年国内最大速冻食品基地开工 49

第四节 中国速冻食品市场发展对策 50

一、速冻食品的市场破冰法则 50

二、速冻产品的市场发展措施 51

三、速冻食品市场营销的相关建议 52

第五章 2008-2010年中国速冻食品行业主要数据监测分析 55

第一节 2008-2010年中国速冻食品行业总体数据分析 55

一、2008年中国速冻食品行业全部企业数据分析 55

二、2009年中国速冻食品行业全部企业数据分析 58

三、2010年中国速冻食品行业全部企业数据分析 59

第二节 2008-2010年中国速冻食品行业不同规模企业数据分析 61

- 一、2008年中国速冻食品行业不同规模企业数据分析 61
- 二、2009年中国速冻食品行业不同规模企业数据分析 62
- 三、2010年中国速冻食品行业不同规模企业数据分析 62
- 第三节 2008-2010年中国速冻食品行业不同所有制企业数据分析 63
- 一、2008年中国速冻食品行业不同所有制企业数据分析 63
- 二、2009年中国速冻食品行业不同所有制企业数据分析 63
- 三、2010年中国速冻食品行业不同所有制企业数据分析 64

第六章 速冻米面食品 65

第一节 速冻米面食品概述 65

- 一、速冻米面食品的定义 65
- 二、速冻米面食品的分类 65
- 三、速冻米面食品的生产链条 65

第二节 中国速冻米面食品发展概况 66

- 一、中国速冻米面食品的发展综述 66
- 二、中国速冻米面食品行业的发展特征 67
- 三、我国速冻调理面制食品发展现状 68
- 四、我国速冻米面食品行业增长空间广阔 68

第三节 全国及主要省份速冻米面食品产量分析 69

- 一、2009年全国及主要省份速冻米面食品产量分析 69
- 二、2010年全国及主要省份速冻米面食品产量分析 70

第四节 速冻面米市场消费需求分析 71

- 一、国内速冻消费需求持续快速增长的推动因素 71
- 二、速冻面米食品细分产品的消费特点与对策前景 71
- 三、国内速冻米面食品市场需求增长预测 78

第七章 速冻食品行业竞争格局 80

第一节 速冻食品行业竞争总体状况 80

- 一、中国速冻食品市场竞争掀起竞争新浪潮 80
- 二、中国速冻食品行业竞争阶段及特征 83
- 三、国内速冻食品主要厂商竞争力比较分析 84
- 四、速冻食品品牌集中度不断提高 85

五、外资的进入引发速冻食品业竞争变局 85

第二节 速冻食品区域市场竞争动态 86

一、我国速冻食品区域竞争日益激烈 86

二、青岛本地速冻品牌遭外地品牌强势挤压 87

三、成都成为速冻行业竞争焦点地区 88

四、浙江五芳斋进军大西南市场 89

第三节 速冻食品品牌竞争状况 89

一、品牌竞争格局 89

二、速冻食品行业竞争由成本转向品牌 90

三、速冻业务市场更青睐品牌优势 90

第四节 速冻食品行业竞争策略 91

一、提高速冻企业竞争力的措施 91

二、未来速冻食品业整合者须具备成本和品牌优势 91

三、中小速冻食品企业的竞争突围之道 92

第八章 速冻食品企业市场发展案例分析 93

第一节 速冻食品市场领先品牌发展比较分析 93

一、国内三大领先品牌及其发展特点 93

二、速冻市场主要品牌成功因素分析 94

三、领先品牌市场拓展各有方法 94

第二节 思念食品的品牌发展个案分析 96

一、思念品牌的SWOT分析 96

二、思念食品品牌的专业化发展之路 96

三、思念迅速扩张产能谋求国际品牌 97

四、思念推出金牌系列产品决战高端市场 98

第三节 三全食品的市场竞争策略分析 99

一、三全食品在创新中实现竞争力升级 99

二、三全食品市场竞争中的渠道及产品策略分析 101

三、三全品牌整合传播案例分析 103

四、提升三全品牌综合竞争力的相关思考 114

第四节 湾仔码头的市场致胜之道 114

一、“湾仔码头”的崛起历程 114

- 二、"湾仔码头"水饺以高质量赢得市场 115
- 三、"湾仔码头"公开水饺生产流程以打造自身形象 115
- 第五节 其他速冻食品企业的市场发展策略 116
 - 一、苏阿姨步步为营打造特色品牌 116
 - 二、五芳斋推出旗舰店运营模式以重塑品牌形象 118
 - 三、佑康的市场营销成功秘笈 119

第九章 2010-2015年速冻食品投资和前景分析 122

- 第一节 速冻食品投资机遇与风险 122
 - 一、速冻食品发展机遇及可选途径 122
 - 二、冷链建设为速冻食品行业未来增长提供了支持 124
 - 三、速冻食品行业面临两大风险 124
 - 四、速冻行业利润率风险大幅减小 125
- 第二节 速冻食品行业进入壁垒分析 125
 - 一、国内外速冻食品标准化体系概述 125
 - 二、2007年我国实施散装速冻食品禁售政策 128
 - 三、投资速冻食品行业的主要障碍 128
 - 四、高端食品市场的进入壁垒 129
- 第三节 速冻食品行业投资前景预测 130
 - 一、速冻食品未来三大发展潮流 130
 - 二、我国速冻食品行业将步入新的黄金时代 131
 - 三、未来我国速冻食品行业发展潜力巨大 132
 - 四、中国农村速冻食品市场前景看好 133
 - 五、2010-2015年中国速冻食品制造业预测分析 133

第十章 重点企业 137

- 第一节 龙大食品集团 137
 - 一、公司简介 137
 - 二、公司经营状况 137
 - 三、公司发展策略 139
- 第二节 河南思念速冻食品有限公司 139
 - 一、公司简介 139

二、公司经营状况 141

三、公司发展策略 142

第三节 郑州市三全食品股份有限公司 143

一、公司简介 143

二、2009-2010年公司经营状况 144

三、2007-2010年公司财务数据 145

四、2010年公司发展展望及策略 149

第四节 福建海壹食品饮料有限公司 150

一、公司简介 150

二、公司经营状况 150

三、公司发展策略 152

第五节 郑州全新食品有限公司 152

一、公司简介 152

二、公司经营状况 152

三、公司发展策略 154

第六节 河南省宁陵县福润集团有限公司 154

一、公司简介 154

二、公司经营状况 154

三、公司发展策略 156

第七节 吉林天景食品有限公司 156

一、公司简介 156

二、公司经营状况 157

三、公司发展策略 159

第八节 广州酒家企业集团利口福（番禺）食品有限公司 159

一、公司简介 159

二、公司经营状况 159

三、公司发展策略 161

第九节 河南四季胖哥实业有限公司 161

一、公司简介 161

二、公司经营状况 162

三、公司发展策略 163

第十节 上海国福龙凤食品有限公司 164

一、公司简介	164
二、公司经营状况	164
三、公司发展策略	166
第十一节 其他公司	167
一、莱阳恒明食品有限公司	167
二、浙江龙凤食品有限公司	168
三、广州品食乐维邦食品有限公司	170
四、连云港味之素如意食品有限公司	172
五、无锡华顺食品工业有限公司	173
六、烟台海龙食品有限公司	175
七、上海品食乐食品有限公司	176
八、吉林市丰迪食品有限公司	178
九、深圳淘化大同食品有限公司	180
十、河南云鹤食品有限公司港区分公司	181

附录 184

附录一：速冻食品生产许可证审查细则（2006）	184
附录二：出口速冻方便食品生产企业注册卫生规范	190
附录三：出口速冻方便食品加工企业注册卫生规范	198
附录四：出口速冻果蔬生产企业注册卫生规范	203
附录五：含肉和（或）水产品的速冻方便食品生产企业要求	209
附录六：速冻面米食品行业标准（SBT10412-2007）	222

通过《2011-2015年中国速冻食品市场运营态势及发展趋势研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/184382.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。