

2017-2022年中国豆腐干行业发展现状分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国豆腐干行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/307355.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

豆腐干，中国传统豆制品之一，是豆腐的再加工制品。咸香爽口，硬中带韧，久放不坏，是中国各大菜系中都有一道美食。豆腐干营养丰富，含有大量蛋白质、脂肪、碳水化合物，还含有钙、磷、铁等多种人体所需的矿物质。豆腐干在制作过程中会添加食盐、茴香、花椒、大料、干姜等调料，既香又鲜，久吃不厌，被誉为“素火腿”。

序列

公司名称

基本情况介绍

1

好巴食

好巴食”四川徽记食品股份有限公司旗下豆干品牌。

“好巴食”豆腐干是以南溪县得天独厚的天然原料加以历史传承的传统生产工艺，配合现代新技术，生产出的新一代豆制品休闲小食品。豆腐干营养丰富，含有大量蛋白质、脂肪、碳水化合物，还有钙、磷、铁等多种人体所需的矿物质。

豆腐干在制作过程中会添加食盐、茴香、花椒、大料、干姜等调料，既香又鲜，久吃不厌，被誉为‘素火腿’。

四川徽记食品股份有限公司崇尚“中和谦德、爱心无限”的企业精神，作为中国休闲食品行业成长型企业代表，公司历经十余年变革发展，累积了丰富的市场营销、品牌推广、团队建设经验，成功塑造了“徽记”、“好巴食”两大品牌。

公司一直致力于从始至终的全过程管理，先后通过了国际质量管理体系、HACCP体系认证，荣获“中国驰名商标”、“国家农业产业化重点龙头企业”、“全国农产品加工业示范企业”、“国家星火计划企业”、“中国营养健康食品倡导品牌”、“中国营养健康食品倡导品牌”等称号。目前公司旗下拥有“徽记”坚果炒货、“好巴食”豆制品、粗粮膨化食品和“徽记果园”高端坚果等系列产品，并大力推广健康休闲食品新理念。

2

祖名

祖名豆制品股份有限公司是一家集研发、生产、销售于一体的全国大型豆制品企业，旗下拥有杭州祖名食品有限公司、扬州祖名豆制品有限公司和安吉祖名豆制品食品有限公司。公司总占地256亩，拥有标准厂房面积15万平米，年加工大豆能力5万吨，是国内最大的和最先进的豆制品生产加工企业之一。

"祖名"自创办伊始，一直以"诚信、负责"为企业宗旨，以"做健康食品，关注人类健康"为企业发展方向，坚持"质量第一"的企业使命。公司先后被评为"杭州市政府豆制品定点生产企业"、"浙江省农业龙头企业"、"浙江省企业技术中心"、"中国豆制品著名品牌企业20强"。祖名豆制品连续多年被评为"杭州市名牌产品"、"浙江省名牌产品"。

公司拥有行业领先的研发力量和技术水平，并拥有多条国际一流的豆制品自动生产线，主要生产鲜豆制品、休闲豆制品、豆乳饮品三大系列200余种产品。产品进驻大润发、家乐福、沃尔玛等大型国际性连锁超市，同时出口美国、英国、加拿大等欧美发达国家和地区。

3

良品铺子

湖北良品铺子食品有限公司是一家经营休闲食品的大型连锁企业，自2006年成立以来，为祖国人民提供高品质的休闲食品，现已成为中国中部地区最大的休闲食品连锁零售企业。良品铺子从第一家门店起步，坚持研发高品质的产品，不断引进先进的经营管理思想，打造公司不可超越不可模仿的产品竞争力；注重对员工的培训和内部提拔，鼓励员工和公司共同成长，建立了一支优秀年轻有活力的管理团队，现公司正以超乎人们想象的速度快速发展，成为人们关注的焦点。

目前，良品铺子已发展至湖北、湖南、江西三个区域，已拥有近400家专卖店，员工队伍已达1500人。在新的一轮发展中，良品铺子将一如既往的为祖国人民提供高品质的休闲食品，为成为中国休闲食品零售服务业的领导品牌而奋斗！为满足企业快速发展阶段对各级管理人员的需求，现面向社会公开招聘各类管理人才，真诚的欢迎各类人才加入良品铺子这个大家庭，我们将为您提供有竞争力的薪酬，完善的福利体系，完整的培训成长体系以及巨大的发展空间，让您能在这里充分展现才华，成就自我。

4

功德林

创始于1922年的功德林是一家具有近百年历史的著名老字号品牌企业，享有素食鼻祖之称。多年来功德林无论在企业的规模、经营的品种、菜肴的特色、素食的花色及营销与服务都在不断地开拓创新。

经过漫长的历史，功德林菜肴已形成了自己独特的风格，其选料精细、制作考究、花色繁多、口味多样、形态逼真。功德林推出的菜肴为传统与时尚相结合，其著名的菜肴有：黄油素蟹粉、素鸡、素鸭、素火腿等两百余种。

2008年6月，上海功德林的素食制作技艺被列为国家级非物质文化遗产保护项目。

现在功德林已成为国内外宾客最喜爱的素菜馆。欧美、日本及东南亚等国家的宾客在品尝素菜后都称赞其口味鲜美、形态逼真、是色、香、味俱佳的美味佳肴，勘称素食一绝、美食极品。

功德林拥有一支稳定的厨艺大师队伍，多次在历届大赛上夺魁，为中华素食增光添彩。

5

火宫殿

火宫殿是湖南长沙集汉族民俗文化、火庙文化、饮食文化于一体的具有代表性的大众场所，特别是火宫殿的风味小吃享誉三湘。作为湖南省长沙市的著名特色景点，位于长沙市坡子街，同时也是一家驰名中外的“中华老字号”企业，在这里可以吃到各种长沙和湖南小吃，比如

长沙臭豆腐、正宗红烧肉、糍粑等等。火宫殿作为美食城现在在长沙有5处，1家总店，4家分店。

长沙火宫殿有限公司是一家拥有“中华老字号”、“国家级非物质文化遗产”、“中华餐饮名店”称号的驰名中外的餐饮企业。长沙火宫殿过去是一座祭祀火神的庙宇，又名“乾元宫”。建于明万历五年（公元1577年）前，距今已有四百三十余年历史。从清末至民国时期，火宫殿内摊担罗列、支棚撑伞，成为祭祀、看戏、听书、观艺、小吃的闹市，它集宗教文化、民俗文化、餐饮文化于一体，是一个极具有代表性的大众化文化场所。其深厚的火庙文化底蕴和火宫美食为世人仰慕，引来历代名人竞相探访。从清朝的重臣、到民国的志士；从党和国家领导人亲临视察，到港澳特首、国外政要以及社会各界名流纷来沓至，无不感慨火宫美食而留下墨宝飘香，演绎出无数火宫美食传奇。火宫美食经代代传承与发掘，现已拥有300余种著名湘风小吃，100余种传统经典湘菜，成为湖湘小吃的王国、传统湘菜的首府。如今，火宫殿红墙绿瓦，飞檐斗角，树木葱郁，回廊相绕，美食飘香，成为长沙历史文化名城一道亮丽的风景线。到火宫殿一游，可体验神秘的宗教文化，可观览火庙雄风，可听湘曲弹词、可吃传统早茶、可品传统湘菜，是长沙独具一格的旅游休闲好去处，被长沙人民赞誉为有“福寿之地”、“吉祥之门”的——长沙客厅。

6

王致和

王致和”品牌始创于清康熙八年（公元1669年），至今已有340余年的历史，企业几经传承和演变，于2009年改制更名为北京二商王致和食品有限公司。

“王致和”产品包括腐乳、料酒、花色酱、调料、香油、芝麻酱等近百余个品种，均为百姓佐餐佳品。近年来，企业及时洞悉市场动态，经多次研究实验推出了一系列新型产品，迎合了消费者追求健康、营养、安全产品的需求，产品不仅行销全国，而且还远销美国、加拿大、澳大利亚、日本等22个国家，在北京市场覆盖率达95%以上。

凭着创新的产品理念和近乎苛刻的品质标准，王致和产品在激烈的市场竞争中脱颖而出。企业已取得“出口食品生产企业卫生注册”证书，并先后通过ISO9001质量管理体系、ISO22000食品安全管理体系、ISO14001环境管理体系和GB/T28001职业健康安全管理体系认证，一步步地规范着企业的管理。

企业先后获得中华老字号、中国名牌、中国驰名商标、中国最具影响力食品企业、北京市著名商标等称号。2008年“王致和腐乳酿造技艺”被正式列入国家级非物质文化遗产保护名录。

7

来伊份

来伊份作为中国休闲食品连锁零售业的领导品牌，目前在上海、江苏、浙江等9个省、直辖市拥有近2400家专卖店，每年为近6000万人次提供优质食品。从1999年第一家门店开业起，来伊份陆续推出过炒货、肉制品等9大系列700多种食品。2013年销售额超过30亿，全国员工人数近1万名。“三好一公道”是来伊份的经营理念，即品质好、味道好、服务好和价格

公道。

来伊份致力于带给顾客“一站式”的便捷服务，其开架的购物方式，方便顾客轻松搭配、自由选购。网购来伊份很便捷，除了与各大购物网站合作外，还开通了官方网站商城和手机APP平台，并在业界率先推出“线上购物线下自提”和“线下门店代购线上商品”等O2O服务。来伊份食品种类丰富，顾客可以在炒货、肉制品、蜜饯、水产品、糖果/果冻、膨化、果蔬、豆制品、糕点等九大系列食品中，恣意挑选自己喜欢的休闲食品。而实施多年的“七天无需理由退货”售后服务，更让顾客消费的放心无忧。

从田园到舌尖，来伊份始终坚守为顾客提供安全优质食品的信念。从农副产品的种植、养殖，到现代化的生产加工；从流通环节的运输仓储，到配送至各个门店，并传递给每位顾客；来伊份始终致力于食品安全产业链的打造。来伊份注重选材的新鲜和时令，并将传统的秘制工艺和现代化的加工技术相结合。从新鲜营养的美味坚果，少用添加剂的天然果干，到纯正精选的肉制品；从优选产地，精选原料，到科学的生产工艺；来伊份致力于提供优质、健康的食品。

来伊份构建了“乡村作物城市落户”的新型产业链，提升了农副产品的附加值，帮助很多供应商发展成为当地的经济龙头企业，还间接创造了近3万生产加工岗位。仅2013年就采购10多亿的产品投放市场，并使得10多万农民在产业链上游的种植、养殖工作中安居乐业，极大促进了中国三农经济的发展。最近三年来伊份上缴国家税金近8亿元

8

奇爽

重庆奇爽实业（集团）有限公司主要是以休闲豆制品、肉制品、蔬菜制品的研发、加工、销售为一体的综合性企业，是西南区最大的休闲豆制品加工企业。目前奇爽集团先后在重庆、威海、泸州以及梁平建立五个生产基地，并成立了奇爽职业技术培训学校、奇爽食品研究所、重庆奇味屋连锁事业管理有限公司、“乐棒棒”连锁专卖店。投资5个亿、占地1000余亩的重庆奇爽现代化生态工业园区也正在规划筹建中。奇爽的这种发展速度，是我国豆制品行业的第一家。

奇爽集团拥有“奇爽”“乐棒棒”两大品牌。2007、2008、2009年连续三年在全国休闲豆干销售中位居前三强。休闲散装豆干销量位居全国第一位。奇爽率先推出散装称斤模式的小包装豆干，引领休闲豆制品行业进入一个新的终端营销模式，翻开了豆制品行业发展的新篇章，为促进西南地区乃至全国休闲豆制品行业的发展，做出了巨大的贡献。

奇爽集团在休闲豆干行业里率先通过了ISO9001:2000国际质量管理体系认证，HACCP国际食品安全质量管理体系认证，是中国豆制品行业协会副会长单位，重庆食品安全促进会副会长单位，中国豆制品行业质量安全示范单位，荣获“中国质量放心企业”、“消费者信得过产品”、“食品安全生产示范单位”等多项殊荣。并在2008年被重庆工商行政管理局评为“重庆市著名商标”，是重庆市守合同重信用单位。

9

羊角

重庆市武隆县羊角豆制品有限公司成立于1999年，座落在具有历史悠久、风景秀丽的羊角古镇，它依山傍水、与波涛汹涌的乌江画廊近在咫尺。

公司在集种植、生产、研发、销售为一体，以生态农业种植开发和综合性、专业化加工大豆素食和蛋白制品为战略核心，重庆市农业产业化龙头企业。

公司系列大豆系列产品中以“羊角豆干”为核心豆制品产品，向大豆深加工及综合开发领域纵深挺进，实施“羊角豆干”产业化，采用高新技术改造传统产业，成为全国豆制品行业的知名企业和西部重要的豆制生产基地，不断引导和开拓重庆市豆制品行业的发展壮大。

公司拥有员工300人，专科以上管理、技术人员48人，硕士以上5人，中高级职称技术研发人员8人。公司依托重庆医科大学强大的科技优势，进行生态农产品新产品的开发和豆制品的精深加工。

生产工艺

公司引进国内先进的豆制品生产线，采用连续高低温混合杀菌工艺，形成现代化流水单元作业法，重点实施国家农副产品深加工食品工业专项工程和重庆市重点技术创新项目，严格按照GMP要求设计厂房，全程实现HACCP流程控制，用现代科技成果提升改造传统工艺精华，延长产品保质期，形成五大系列上百个品种及规格，年产数五千吨的豆制品生产能力。企业生产中既秉承了纯正天然的传统风味，又使羊角豆干在品质、口感和保质期、卫生等方面取得明显突破。羊角牌羊角豆干，采仙女山下天然泉水，利用百年传统工艺，取营养保健研究成果，使豆干口感爽滑、醇香、细腻、入口化渣，风味纯正

10

馋嘴猴

馋嘴猴，是上海金丝猴食品股份有限公司于2008年7月正式推出，集合了古、意、时、风四大特色的新一代豆干品牌。产品定位为“平民化产品”、“休闲时尚豆干”，主要针对各个阶层喜欢食用豆干的消费者。

馋嘴猴立志于成为豆干品类里的领军品牌，做消费者心目中休闲化、时尚化、具有筋道美味特点的豆干类食品。馋嘴猴豆干适合作为一种休闲零食，也可以作为拜访亲友的礼品。口味，是消费者选择馋嘴豆干的首要因素。先进的工艺，使馋嘴猴豆干本身就具备“筋道好、味道足”的好口感。馋嘴猴豆干推出了“秘制五香牛肉味”、“韩式烧烤味”、“上汤鸡汁味”、“香辣朝天椒味”等系列产品，深受消费者的喜爱。

为品牌诉求，把传播推广对象面向了传统豆干消费人群和更广泛的休闲零食人群。通过精美的包装，时尚青春的品牌传播演绎，高品质的终端生动化陈列，面向全国市场的系统推广，给了消费者视觉、味觉、想象力的全方位品牌体验，完全区隔于其它豆干品牌以往传统的品牌行为。

馋嘴猴自上市以来，金丝猴集团投入了大量的营销资源，不论是在终端品牌建设，还是在流通渠道建设方面，公司都给予了大量的物力、人力投入。09年，公司设计了以“聚焦资源，

全面推广”为原则的市场推广战役。企业聚焦资源投入巨额资金，构建了一个空地传播结合、多渠道覆盖推广的全方位品牌推广网络。以高频次电视媒体配合全国性城市户外媒体的品牌传播，最大程度覆盖目标消费群体视线。如举办过的

“世界真带劲——2010来上海看世界”、“幸福上上签”以及“世界杯”等大的品牌推广活动，让更广的区域、更多的消费者能体验到馋嘴猴豆干时尚美味的品牌价值。

2009年馋嘴猴豆干品牌的时尚化演绎和扎实的市场运作，赢得了1.5亿的销售佳绩，赢得了消费者，建立了品牌知名度和美誉度，可以说基本建立了豆干全国品牌的市场地位，2009年馋嘴猴的销量达到1.5亿，2010年再接再厉，实现了2.48亿的销量。并且这些销量还在继续被刷新，馋嘴猴已经发展成为了公司的支柱品牌。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 豆腐干行业概况分析

第一章 中国豆腐干行业概况分析

第一节 豆腐干行业定义统计标准

一、豆腐干定义、分类及主要生产地

二、豆腐干行业统计部门和统计口径

三、豆腐干行业产业链结构分析

四、豆腐干行业发展周期分析

第二节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、竞争激烈程度指标

七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 豆腐干行业经济环境分析

一、国际宏观经济分析

1、国际宏观经济现状分析

2、国际宏观经济及对豆腐干行业影响

二、国内宏观经济分析

1、国内宏观经济现状分析

2、国内宏观经济及对豆腐干行业影响

三、豆腐干行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国豆腐干行业社会环境分析

一、我国人口因素及对豆腐干行业影响

二、豆腐干人均消费及发展影响

三、国内生活方式及对豆腐干行业影响

第五节 中国豆腐干行业技术环境分析

一、行业生产技术

二、行业生产技术的发展趋势

第二章 2014-2016年全球豆腐干行业市场发展状况分析

第一节 2014-2016年世界豆腐干行业发展状况

一、世界豆腐干行业生产情况

二、世界豆腐干消费及趋势分析

三、世界豆腐干行业发展趋势分析

第二节 美国豆腐干行业现状分析

一、美国豆腐干行业的市场现状

二、美国豆腐干行业的市场特征

第三节 日本豆腐干行业现状分析

一、日本豆腐干行业的市场规模

二、日本豆腐干行业的市场特征

第四节 欧洲豆腐干行业市场状况

一、欧洲豆腐干行业的市场现状

二、欧洲豆腐干行业的市场特征

第三章 2014-2016年我国豆腐干行业现状及市场发展分析

第一节 2014-2016年我国豆腐干行业发展现状

2011-2016年豆腐干百度搜索最高的是来伊份豆腐干，百度指数平均值为1540；其次为良品铺子豆腐干，百度指数平均值为1452。2015年12月-2016年6月豆腐干百度搜索最高的是良品铺子豆腐干，百度指数平均值为2841；其次为来伊份豆腐干，百度指数平均值为1515。

。

豆腐干行业品牌百度媒体指数平均值

品牌

2011-2016年百度指数

2015年12月-2016年6月百度指数

来伊份

1540

1515

良品铺子

1452

2841

火宫殿

401

533

王致和

330

445

功德林

328

365

羊角

291

428

祖名

125

143

好巴食

112

148

奇爽

67

46

2011-2016年豆腐干百度指数发展趋势

一、豆腐干行业市场规模

二、豆腐干行业产品发展现状

三、豆腐干行业消费市场现状

第二节 2014-2016年豆腐干行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2014-2016年豆腐干市场结构和价格走势分析

一、2014-2016年我国豆腐干市场结构和价格走势概述

二、2014-2016年我国豆腐干市场结构分析

三、2014-2016年我国豆腐干市场价格走势分析

第四节 2014-2016年重点城市豆腐干市场发展情况

第二部分 豆腐干行业市场分析

第四章 2014-2016年中国豆腐干行业财务指标与供需情况分析

第一节 2014-2016年中国豆腐干行业经济运行主要特点

第二节 2014-2016年豆腐干行业财务指标分析

一、豆腐干行业经营效益

二、豆腐干行业盈利能力

三、豆腐干行业运营能力

四、豆腐干行业偿债能力

五、豆腐干行业发展能力

第三节 2014-2016年全国豆腐干行业供给情况分析

一、全国豆腐干行业总产值分析

二、全国豆腐干行业产成品分析

三、各地区豆腐干行业供给情况分析

第四节 2014-2016年全国豆腐干行业需求情况分析

一、全国豆腐干行业销售产值分析

二、全国豆腐干行业销售收入分析

三、各地区豆腐干行业需求情况分析

四、全国豆腐干行业产销率分析

第五节 2014-2016年中国豆腐干行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、豆腐干行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、豆腐干行业进口前景及建议

第五章 豆腐干区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年消费者的偏好分析

五、2016-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年消费者的偏好分析

五、2016-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年消费者的偏好分析

五、2016-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年消费者的偏好分析

五、2016-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2014-2016年行业发展现状分析

二、2014-2016年市场需求情况分析

三、2014-2016年市场规模情况分析

四、2014-2016年消费者的偏好分析

五、2016-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年消费者的偏好分析
- 五、2016-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2014-2016年行业发展现状分析
- 二、2014-2016年市场需求情况分析
- 三、2014-2016年市场规模情况分析
- 四、2014-2016年消费者的偏好分析
- 五、2016-2020年行业发展趋势分析

第六章 中国豆腐干行业消费市场分析

第一节 中国豆腐干消费者收入分析

- 一、我国市民生活习惯分析
- 二、2014-2016年消费者收入水平
- 三、2014年消费者信心指数分析

第二节 豆腐干行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 豆腐干市场消费需求分析

- 一、豆腐干市场的消费需求变化
- 二、豆腐干行业的需求情况分析
- 三、2015年豆腐干品牌市场消费需求趋势

第四节 豆腐干消费市场状况分析

- 一、豆腐干行业消费特点
- 二、豆腐干消费者分析
- 三、豆腐干消费结构分析
- 四、豆腐干消费的市场变化
- 五、豆腐干市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 豆腐干行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、豆腐干行业品牌忠诚度调查

六、豆腐干行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三部分 豆腐干行业竞争分析

第七章 豆腐干行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2014-2016年豆腐干行业竞争格局分析

一、2014-2016年国内外豆腐干竞争分析

二、2014-2016年我国豆腐干市场竞争分析

三、2014-2016年我国豆腐干市场集中度分析

四、2016-2020年国内主要豆腐干企业动向

五、2014年国内豆腐干拟在建项目分析

第四节 豆腐干市场竞争策略分析

一、2015年豆腐干市场增长潜力分析

二、2015年豆腐干主要潜力品种分析

三、现有豆腐干产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 豆腐干企业竞争策略分析

- 一、豆腐干行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2016-2020年我国豆腐干市场竞争趋势
- 三、2016-2020年豆腐干行业竞争策略分析
- 四、2016-2020年豆腐干企业竞争策略分析

第八章 主要豆腐干企业竞争分析

第一节 四川徽记食品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 祖名豆制品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 湖北良品铺子食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 上海杏花楼（集团）股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 长沙饮食集团长沙火宫殿有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 北京二商集团有限责任公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 上海来伊份股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 重庆奇爽实业（集团）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 重庆市武隆县羊角豆制品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 上海金丝猴食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九章 豆腐干行业发展趋势与前景预测

第一节 我国豆腐干行业前景与机遇分析

一、我国豆腐干行业发展前景

二、我国豆腐干发展机遇分析

第二节 2016-2020年中国豆腐干市场趋势分析

一、2014-2016年豆腐干市场趋势总结

二、2016-2020年豆腐干市场发展空间

三、2016-2020年豆腐干产业政策趋向

四、2016-2020年豆腐干技术革新趋势

五、2016-2020年豆腐干价格走势分析

六、2016-2020年国际环境对行业的影响

七、2016-2020年豆腐干发展趋势分析

第三节 未来豆腐干需求与消费预测

一、2016-2020年豆腐干产品消费预测

二、2016-2020年豆腐干市场规模预测

三、2016-2020年豆腐干行业总产值预测

四、2016-2020年豆腐干行业销售收入预测

第四节 2016-2020年中国豆腐干行业供需预测

一、2016-2020年中国豆腐干供给预测

二、2016-2020年中国豆腐干需求预测

三、2016-2020年中国豆腐干供需平衡预测

四、2016-2020年中国豆腐干产品价格趋势

五、2016-2020年主要豆腐干产品进出口预测

第十章 豆腐干行业投资现状与投资环境分析

第一节 2014-2016年豆腐干行业投资情况分析

- 一、2014-2016年总体投资及结构
- 二、2014-2016年投资规模及增长率分析
- 三、2014-2016年分行业投资分析
- 四、2014-2016年分地区投资分析
- 五、2014-2016年外商投资情况

第二节 我国融资环境分析

第十一章 豆腐干行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2015年相关产业活力系数比较
- 二、2014-2016年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2014年相关产业投资收益率比较
- 二、2014-2016年行业投资收益率分析

第三节 豆腐干行业投资效益分析

- 一、2014-2016年豆腐干行业投资状况分析
- 二、2016-2020年豆腐干行业投资效益分析
- 三、2016-2020年豆腐干行业投资趋势预测
- 四、2016-2020年豆腐干行业的投资方向
- 五、2016-2020年豆腐干行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响豆腐干行业发展的主要因素

- 一、2016-2020年影响豆腐干行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2020年影响豆腐干行业运行的不利因素分析
- 三、2016-2020年我国豆腐干行业发展面临的挑战分析
- 四、2016-2020年我国豆腐干行业发展面临的机遇分析

第五节 豆腐干行业投资风险及控制策略分析

- 一、2016-2020年豆腐干行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2020年豆腐干行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2020年豆腐干行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2020年豆腐干行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2020年豆腐干行业同业竞争风险及控制策略

六、2016-2020年豆腐干行业其他风险及控制策略

第十二章 豆腐干行业投资战略研究

第一节 豆腐干行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国豆腐干品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、豆腐干实施品牌战略的意义

三、豆腐干企业品牌的现状分析

四、我国豆腐干企业的品牌战略

五、豆腐干品牌战略管理的策略

第三节 豆腐干经营策略分析

一、豆腐干市场细分策略

二、豆腐干市场创新策略

三、豆腐干品牌定位与品类规划

四、豆腐干新产品差异化战略

第十三章 投资战略研究

第一节 2015年豆腐干行业投资战略

第二节 2016-2020年豆腐干行业投资战略（AK LT）

部分图表目录：

图表：2015年我国豆腐干行业主要经济指标

图表：2015年我国豆腐干出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2015年豆腐干销售收入

图表：2015年豆腐干销售收入增长趋势图

图表：2015年豆腐干不同规模企业销售额

图表：2015年豆腐干不同规模企业销售额对比图

图表：2015年豆腐干不同规模企业销售额对比图

图表：2014-2016年豆腐干不同所有制企业销售额

图表：2015年豆腐干不同所有制企业销售额

图表：2015年豆腐干不同所有制企业销售额对比图

图表：2011-2015年豆腐干利润总额

图表：2015年豆腐干利润总额增长趋势图

图表：2015年豆腐干不同规模企业利润总额

图表：2015年豆腐干不同规模企业利润总额对比图

图表：2014-2016年豆腐干不同所有制企业利润总额

图表：2014-2016年豆腐干不同所有制企业利润总额对比图

图表：2014-2016年豆腐干资产总额

图表：2011-2014年豆腐干总资产增长趋势图

图表：2014-2016年豆腐干不同规模企业总资产

图表：2014-2016年豆腐干不同规模企业总资产对比图

图表：2014-2016年豆腐干不同所有制企业总资产

图表：2014-2016年豆腐干不同所有制企业总资产对比图

图表：2014-2016年豆腐干亏损面

图表：2015年豆腐干亏损企业亏损总额

图表：2015年豆腐干销售毛利率趋势图

图表：2015年豆腐干成本费用率

图表：2015年豆腐干成本费用利润率趋势图

图表：2015年豆腐干销售利润率趋势图

图表：2015年豆腐干应收账款周转率对比图

图表：2015年豆腐干流动资产周转率对比图

图表：2015年豆腐干总资产周转率对比图

图表：2015年豆腐干资产负债率对比图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/307355.html>