

2015-2020年中国清真食品市场运行态势及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国清真食品市场运行态势及发展趋势研究报告》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/157508.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

第一章 清真食品概述 7

第一节 清真食品的界定 7

一、国外清真食品界定 7

二、中国清真食品界定 7

第二节 清真食品的分类 8

一、按加工方式分类 8

二、按食材来源分类 9

第三节 清真食品的特点 9

一、悠久的历史性 9

二、严格的禁忌性 10

三、地域的差异性 10

四、吸纳的兼容性 10

五、品种的多样性 10

六、食用的广泛性 11

第二章 世界清真食品加工行业发展概况分析 12

第一节 国际清真食品行业发展概况 12

一、世界清真食品发展环境分析 12

二、世界清真食品行业现状分析 13

三、世界清真食品市场规模分析 14

四、世界主要清真食品市场分析 15

（一）亚太地区 15

（二）中东与北非 16

（三）撒哈拉以南非洲地区 16

（四）欧洲 17

（五）美洲 17

第二节 世界各国清真食品管理情况 17

一、中东阿拉伯国家 18

二、印度尼西亚 18

三、马来西亚 19

四、新加坡 19

五、北美地区 20

第三节 全球清真食品市场的机遇与挑战 20

一、清真食品供应链的转变 20

二、新兴行业的影响 20

三、发展的制约因素 21

第四节 全球清真食品发展趋势分析 21

一、新一代的影响 21

二、清真食品认证 22

三、清真经济体系 22

第三章 2009-2014年中国清真食品加工行业市场运行环境分析 23

第一节 2009-2014年国内宏观经济环境分析 23

一、中国GDP增长情况分析 23

二、工业经济发展形势分析 24

三、社会固定资产投资分析 25

四、全社会消费品零售总额 26

五、城乡居民收入增长分析 28

六、居民消费价格变化分析 29

七、对外贸易发展形势分析 30

第二节 国内清真食品行业政策环境分析 31

一、国内清真食品行业政策概况 31

二、《清真食品认证通则》 31

三、贵州启动清真食品管理条例制定 32

四、宁夏修正《清真食品管理条例》 33

五、国务院法制办与国家民委调研清真食品立法 33

第三节 2009-2014年国内社会环境分析 34

一、人口环境分析 34

二、教育环境分析 35

三、文化环境分析 36

四、生态环境分析 36

五、中国城镇化率 37

第四章 中国清真食品加工行业发展现状综述 38

第一节 中国清真食品产业发展概述 38

一、中国清真食品产业发展状况 38

二、国内清真食品主要市场分析 38

（一）甘肃 38

（二）宁夏 38

（三）青海 39

（四）新疆 39

三、清真食品的市场开发分析 40

- (一) 树立标准化管理在清真食品企业中的正确地位 40
- (二) 以标准化管理贯穿产品开发和生产的全过程 40
- (三) 重视企业标准化的观念创新 41
- (四) 从业人员标准化工作的培训 41
- (五) 产品标准化 41

第二节 中国清真食品产业亮点聚焦 41

- 一、第七届中国(青海)国际清真食品及用品展览会 41
- 二、1号店开卖清真食品 42
- 三、海湾食品展聚焦清真食品 42
- 四、吉兰丹?临夏国际清真食品美食节 42

第三节 中国清真食品加工行业存在问题 43

- 一、企业小规模分散生产经营 43
- 二、新产品研发创新力度不足 43
- 三、“假清真”危害行业发展 43
- 四、缺乏在国际上叫得响的品牌 44
- 五、清真食品认证体系尚待完善 44

第五章 中国清真食品市场消费调查分析 45

第一节 中国清真食品市场消费者认知调查分析 45

- 一、消费者对清真食品认知态度情况 45
- 二、消费者与清真食品接触频率情况 45
- 三、消费者对清真食品的接受度情况 46

第二节 中国清真食品市场消费者偏好调查分析 47

- 一、消费者食用清真食品品种情况 47
- 二、消费者食用清真食品类型情况 47
- 三、消费者偏好地区清真食品情况 48

第三节 中国消费者购买清真食品关注信息分析 49

- 一、标识 49
- 二、包装 49
- 三、质量 50

第四节 影响中国消费者购买清真食品因素分析 50

第六章 中国清真食品加工行业竞争格局透析 52

第一节 中国清真食品加工业市场竞争状况分析 52

- 一、中国清真食品竞争力概况 52
- 二、中国清真食品产业集中度 52

第二节 中国清真食品加工工业建设招标项目分析 53

- 一、成都青白江区清真食品用品生产加工基地建设项目 53
- 二、中国(吴忠)清真产业园全面推进重点项目建设 53
- 三、禄劝工业园生态型牛羊肉清真食品深加工项目 54
- 四、黑龙江阿城区清真屠宰加工项目 54
- 五、襄城县产业集聚区生态鸭清真食品项目 55

第三节 中国清真食品产业参与国际竞争的优势 55

- 一、穆斯林传统文化氛围 55
- 二、原材料资源优势 55
- 三、经济政策环境向好 55
- 四、穆斯林国家的认可 56

第四节 清真食品产业参与国际竞争的劣势 56

- 一、战略和品牌意识缺乏 56
- 二、竞争意识不强 56
- 三、资金、技术、人才和信息要素跟不上 56
- 四、国际清真食品市场缺乏统一的标准认证体系 56

第七章 中国清真食品加工行业内优势企业竞争力分析 57

第一节 吴忠市花果清真食品有限公司 57

- 一、企业基本情况 57
- 二、企业主要产品分析 57
- 三、企业销售网络分布 57
- 四、企业竞争优势分析 57

第二节 天津市桂顺斋糕点厂 58

- 一、企业基本情况 58
- 二、企业主要产品分析 58
- 三、企业竞争优势分析 58
- 四、企业发展策略分析 59

第三节 北京老马清真食品有限责任公司 59

- 一、企业基本情况 59
- 二、企业主要产品分析 59
- 三、企业经营情况分析 60
- 四、企业发展策略分析 60

第四节 山东圣喜清真食品集团 60

- 一、企业基本情况 60
- 二、企业主要产品分析 61

三、企业销售网络分布 61

四、企业竞争优势分析 61

第五节 宁夏法希姆国际清真产业有限公司 61

一、企业基本情况 61

二、企业主要产品分析 62

三、企业销售网络分布 62

四、企业质量优势分析 62

五、企业发展策略分析 63

第六节 吴忠市巴比伦清真食品有限公司 63

一、企业基本情况 63

二、企业主要产品分析 63

三、企业销售网络分布 63

四、企业荣誉优势分析 64

第八章 2015-2020年中国清真食品加工行业发展前景分析 65

第一节 2015-2020年中国食品工业发展趋势分析 65

一、食品安全化、便捷化 65

二、发展绿色食品、有机食品 65

三、产品多样化、精细化及营养化 66

四、生产科技化、标准化 66

五、资源加工和利用综合化 66

第二节 2015-2020年中国清真食品市场规模预测 66

第三节 2015-2020年中国清真食品加工业投资机会分析 67

一、中国清真食品进出口贸易现状分析 67

二、中国清真食品加工行业发展机遇 68

三、中国清真食品加工行业面临挑战 69

四、中国清真食品加工业投资机会分析 70

第四节 中国清真食品行业“十二五”发展规划分析 70

一、“十二五”期间宁夏打造清真食品穆斯林用品集聚地 70

二、临夏州清真食品工业“十二五”发展规划建议 71

三、《新疆维吾尔自治区特色餐饮业发展规划(2011—2015年)》 72

第九章 2015-2020年中国清真食品加工行业投资风险分析 73

第一节 2015-2020年中国清真食品加工行业投资风险分析 73

一、行业政策风险 73

二、经济波动风险 73

三、市场竞争风险 74

四、人才及技术风险 74

五、原材料价格风险 74

六、食品安全风险 75

第二节 2015-2020年中国清真食品产业发展策略分析 75

一、加强与穆斯林外商的交流和沟通 75

二、充分发挥企业资源配置力的作用 76

三、政府相关部门需积极引导、协调 76

四、实行标准化生产、创新企业管理 76

五、加强清真食品新产品研发创新 77

第三节 2015-2020年清真食品加工企业资本市场运作建议 77

一、清真食品加工企业兼并及收购建议 77

二、清真食品加工企业融资方式选择建议 80

三、清真食品加工企业海外资本市场运作建议 81

图表目录：

图表 1 2014年全球穆斯林人口统计 13

图表 2 2009-2014年全球清真食品市场规模增长趋势图 14

图表 3 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 24

图表 4 2014年国内生产总值构成及增长速度统计 24

图表 5 2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 25

图表 6 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 26

图表 7 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 27

图表 8 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 28

图表 9 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 29

图表 10 2009-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 29

图表 11 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 30

图表 12 2009-2014年中国进出口总额增长趋势图 31

图表 13 2009-2014年中国人口总量增长趋势图 34

图表 14 2014年中国人口数量及其构成情况统计 35

图表 15 2006-2014年中国各级各类学校招生人数统计 36

图表 16 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 37

图表 17 中国消费者对清真食品的认知态度统计 45

图表 18 中国消费者与清真食品接触频率统计 46

图表 19 中国消费者对清真食品的接受度统计 46

图表 20 中国消费者食用清真食品品种统计 47

图表 21 中国消费者食用清真食品类型统计 48

图表 22 中国消费者对地区清真食品的偏好统计 48

图表 23 中国消费者对清真食品标识关注情况统计 49

图表 24 中国消费者对清真食品包装关注情况统计 50

图表 25 对清真食品质量需要法律约束的看法统计 50

图表 26 北京老马清真食品有限责任公司资产及收入统计 60

图表 27 宁夏法希姆国际清真产业有限公司主要产品介绍 62

图表 28 2015-2020年中国清真食品年产值规模预测图 67

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/157508.html>