

## 内容目录

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 一、前言 .....                            | 3  |
| 二、2023-2028 年饼干市场前景及趋势预测 .....        | 4  |
| 2.1 饼干行业发展基本情况 .....                  | 4  |
| 2.1.1 我国饼干行业发展现状分析 .....              | 4  |
| 2.1.2 我国饼干行业发展特点分析 .....              | 5  |
| 2.2 2023 年中国饼干行业发展情况分析 .....          | 6  |
| 2.2.1 市场规模 .....                      | 6  |
| 2.2.2 细分品类 .....                      | 7  |
| 2.2.3 销售渠道 .....                      | 8  |
| 2.2.4 消费需求 .....                      | 8  |
| 2.3 2022-2023 年中国饼干行业存在的问题与风险分析 ..... | 9  |
| 2.3.1 饼干行业发展面临的困境 .....               | 9  |
| 2.3.2 饼干行业发展面临的制约 .....               | 10 |
| 2.3.3 饼干行业发展存在的问题 .....               | 10 |
| 2.4 2023-2030 年饼干市场发展前景 .....         | 11 |
| 2.4.1 2023-2030 年饼干市场发展潜力 .....       | 11 |
| 2.4.2 2023-2030 年饼干市场发展前景 .....       | 12 |
| 2.4.3 2023-2030 年饼干市场规模预测 .....       | 12 |
| 2.4.4 2023-2030 年饼干细分市场发展前景 .....     | 13 |
| 2.4.5 2023-2030 年饼干细分产品发展前景 .....     | 14 |
| 2.5 2023-2030 年饼干行业发展趋势 .....         | 15 |
| 2.5.1 宏观趋势 .....                      | 15 |
| 2.5.2 持续的产品创新 .....                   | 15 |
| 2.5.3 绿色环保成为发展重点 .....                | 15 |
| 2.5.4 结合互联网的营销模式 .....                | 16 |
| 2.5.5 个性化、健康化、高端化的发展趋势 .....          | 16 |
| 2.5.6 三大发展趋势：减成分、加功能、增情感 .....        | 16 |
| 2.7 2023-2030 年饼干行业市场趋势 .....         | 17 |
| 2.7.1 消费需求：健康、个性、情感和社交 .....          | 17 |
| 2.7.2 产品创新：功能性、定制化、网红化 .....          | 18 |
| 2.7.3 渠道变革：线上线下融合、社交电商崛起 .....        | 18 |
| 2.7.4 饼干市场竞争趋势预测 .....                | 18 |
| 三、饼干企业服务质量的內容和特点 .....                | 19 |
| 3.1 服务质量的含义和作用 .....                  | 19 |
| 3.1.1 服务质量的含义 .....                   | 19 |
| 3.1.2 服务质量的重要性 .....                  | 19 |
| 3.1.3 提高服务质量的措施 .....                 | 20 |
| 3.1.4 创新在服务质量中的作用 .....               | 20 |
| 3.2 服务质量的内容 .....                     | 21 |
| 3.2.1 产品质量 .....                      | 21 |

|                                    |           |
|------------------------------------|-----------|
| 3.2.2 产品价格 .....                   | 21        |
| 3.2.3 优良的服务态度 .....                | 21        |
| 3.2.4 完好的服务设备 .....                | 22        |
| 3.2.5 完善的服务项目 .....                | 22        |
| 3.2.6 灵活的服务方式 .....                | 22        |
| 3.2.7 娴熟的服务技能 .....                | 22        |
| 3.2.8 科学的服务程序 .....                | 22        |
| 3.2.9 快速服务效率 .....                 | 23        |
| 3.2.10 专业化的员工 .....                | 23        |
| 3.3 服务质量对顾客的影响 .....               | 23        |
| 3.3.1 优质的服务质量有助于提升消费额，促进企业发展 ..... | 23        |
| 3.3.2 优质的服务质量必要性 .....             | 23        |
| 3.3.3 优质的服务质量是必须符合顾客需求的 .....      | 24        |
| 3.4 服务质量的特点 .....                  | 24        |
| 3.4.1 服务质量生产的标准化 .....             | 24        |
| 3.4.2 服务质量对员工素质的规范化 .....          | 24        |
| 3.4.3 服务质量内容的个性化 .....             | 24        |
| 3.4.4 服务质量管理的现代化 .....             | 24        |
| 3.4.5 服务质量企业的创造性 .....             | 24        |
| 3.5 服务质量的五个特性 .....                | 25        |
| 3.5.1 服务质量构成的综合性 .....             | 25        |
| 3.5.2 服务质量显现的短暂性 .....             | 25        |
| 3.5.3 服务质量内容的关联性 .....             | 25        |
| 3.5.4 服务质量考评的一致性 .....             | 25        |
| 3.5.5 服务质量评价的主观性 .....             | 25        |
| <b>四、饼干企业提升服务质量策略 .....</b>        | <b>26</b> |
| 4.1 提高服务质量主要策略 .....               | 26        |
| 4.1.1 真正了解顾客的需求 .....              | 26        |
| 4.1.2 有效地调动和利用内部员工的积极性 .....       | 26        |
| 4.1.3 不断进行产品的创新 .....              | 26        |
| 4.1.4 建立一套严格合理的服务规程 .....          | 26        |
| 4.1.5 打造特色服务 .....                 | 27        |
| 4.1.6 增强服务体验感 .....                | 27        |
| 4.1.7 狠抓服务落实与检核 .....              | 27        |
| 4.1.8 聚焦关键问题和主要矛盾 .....            | 27        |
| 4.1.9 调动顾客参与、互动 .....              | 28        |
| 4.1.10 服务知识与技能培训 .....             | 28        |
| 4.1.11 完善文化建设，树立以人为本的管理理念 .....    | 28        |
| 4.1.12 树立全员服务文化 .....              | 28        |
| 4.2 案例：星级酒店西餐厅服务质量研究 .....         | 29        |
| 4.2.1 贵阳凯宾斯基酒店西餐厅服务质量现状 .....      | 29        |
| 4.2.2 贵阳凯宾斯基西餐厅服务质量存在的问题分析 .....   | 29        |
| (1) 硬件设施问题 .....                   | 29        |
| (2) 菜品质量不稳定 .....                  | 30        |

|                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|
| (3) 员工服务素质较低 .....                | 30        |
| (4) 部门间缺乏沟通 .....                 | 31        |
| 4.2.3 贵阳凯宾斯基酒店西餐厅服务质量改进策略分析 ..... | 31        |
| (1) 酒店设施配置进行更换和更新 .....           | 31        |
| (2) 不断创新菜品并把控卫生 .....             | 31        |
| (3) 加强酒店餐饮员工的培训 .....             | 31        |
| 4.2.4 管理者对服务质量的把控 .....           | 32        |
| (1) 深入了解员工，合理安排工作 .....           | 32        |
| (2) 严格执行服务标准和规范 .....             | 32        |
| (3) 完善考核制度，加强监督管理 .....           | 32        |
| <b>五、饼干企业《提升服务质量策略》制定手册 .....</b> | <b>33</b> |
| 5.1 动员与组织 .....                   | 33        |
| 5.1.1 动员 .....                    | 33        |
| 5.1.2 组织 .....                    | 34        |
| 5.2 学习与研究 .....                   | 34        |
| 5.2.1 学习方案 .....                  | 34        |
| 5.2.2 研究方案 .....                  | 35        |
| 5.3 制定前准备 .....                   | 36        |
| 5.3.1 制定原则 .....                  | 36        |
| 5.3.2 注意事项 .....                  | 37        |
| 5.3.3 有效战略的关键点 .....              | 38        |
| 5.4 战略组成与制定流程 .....               | 40        |
| 5.4.1 战略结构组成 .....                | 40        |
| 5.4.2 战略制定流程 .....                | 41        |
| 5.5 具体方案制定 .....                  | 42        |
| 5.5.1 具体方案制定 .....                | 42        |
| 5.5.2 配套方案制定 .....                | 44        |
| <b>六、饼干企业《提升服务质量策略》实施手册 .....</b> | <b>45</b> |
| 6.1 培训与实施准备 .....                 | 45        |
| 6.2 试运行与正式实施 .....                | 45        |
| 6.2.1 试运行与正式实施 .....              | 45        |
| 6.2.2 实施方案 .....                  | 46        |
| 6.3 构建执行与推进体系 .....               | 46        |
| 6.4 增强实施保障能力 .....                | 47        |
| 6.5 动态管理与完善 .....                 | 48        |
| 6.6 战略评估、考核与审计 .....              | 48        |
| <b>七、总结：商业自是有胜算 .....</b>         | <b>49</b> |

## 一、前言

随着人们生活水平的不断提高，消费者在满足物质需求的基础上，更注重精神上的需求与享受。优质的服务可以提高企业的知名度和美誉度，吸引客人，扩大市场份额，最终给企业带来客观

的经济效益，使其在竞争中立于不败之地。

那么，服务质量的内容主要包含哪些？

服务质量对顾客会带来哪些影响？

服务质量有哪些特点和特性？

最重要的，提高服务质量主要有哪些策略？

下面，我们先从饼干行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

## 二、2023-2028 年饼干市场前景及趋势预测

### 2.1 饼干行业发展基本情况

#### 2.1.1 我国饼干行业发展现状分析

改革开放之初，中国饼干行业还是一个比较传统的食品行业，产业规模小、产量低、产品花色单一，处于平稳发展期。

1978 年改革开放之后，中国饼干行业开始进入快速发展期，特别是在东南沿海城市，各种现代化的生产设备和配方工艺技术被广泛使用，为中国饼干行业的现代化发展奠定了基础。

到了 90 年代中期，更多外资企业进入中国进行投资，如中日合资的日清、法国的达能、日本的格力高等。自此，中国饼干行业的制造水平被激发，整体水平已跃居世界中上游水平。

近几年，随着社会经济的发展，人民生活水平的提高，消费者一方面对饼干的市场需求量呈增长趋势，另一方面对饼干的种类有了更加多元化的需求。目前国内饼干市场以夹心饼干、小食饼干等为主，其中，曲奇饼干等品类增长迅速。随着国民收入的快速增长、消费水平及意识的不断提升，我国饼干行业迎来更为庞大的消费群体，从而面对更广泛的消费需求。未来几年，中国饼干业市场规模将会持续增长。

我国饼干行业发展迅速，一方面国外的一些企业先后进入中国饼干市场，占据着国内大部分高

档饼干市场的份额，并具有较强的市场优势；另一方面，国内饼干市场国有企业发展受到不同程度的影响，新企业异军突起，发展较快，已涌现了一批年产量在几万吨以上颇有实力的企业新秀。目前，在国内饼干市场中，大部分饼干还是以中低档产品为主。一些已发展到一定规模的企业正处在转型阶段，饼干市场竞争日趋激烈，利润空间缩小。一些企业已经减少了低档饼干产品的生产量，开始向中高档产品领域进军，不断提升饼干产品的档次。随着我国饼干市场竞争强度和结构的不断升级，市场多元化和多层次特征越来越明显；形成了现代通路的快速发展和传统通路的顽强生命力并存的局面；经济和消费能力的区域化特征越来越明显；地域的广阔和人口的众多，决定了没有哪个企业、哪个品牌可以成为整个市场的第一品牌，征服所有的消费者；产品的档次难以以市场的分类来明确划分。

## 2.1.2 我国饼干行业发展特点分析

饼干产品不断革新，进入健康新时代

饼干产品趋于多样化、营养化，按照功能可以划分为第一代产品、第二代产品和第三代产品。其中第一代产品主要用于果腹、代餐，解决温饱，这一代产品只使用比较简单的烘焙工艺，口感一般。但是，随着经济发展，解决温饱已不是日常问题，越来越多的消费者将饼干视为零食之一，期望其在口感、外观等方面有较大改善。于是，作为休闲零食且口感大幅提升、种类繁多的第二代饼干产品由此诞生，但在追求口味的同时，第二代产品也存在高糖、高油脂、高盐等问题，如果消费者大量食用，身体将面临肥胖、消化不良等诸多病症。因而，部分消费者将其列入“垃圾食品”，转而追求健康且有营养的产品。在此需求背景下，在美味基础上兼有健康营养特点的第三代饼干产品进入市场，这是经济社会向前发展，消费结构升级所带来的必然趋势，也是饼干未来的发展方向。未来，就行业而言，随着居民收入水平不断提升，消费理念升级，产品愈发多元化，饼干行业将长期维持良好发展，市场空间广阔；就地域而言，山东省内产品需求稳健，省外市场开拓潜力理想，在此行业背景下，公司亟需抓住市场机遇，充分利用多年生产经营过程中积累形成的品牌优势、质量控制优势、管理优势，新增多条饼干生产线，扩大生产规模，克服产能瓶颈，巩固在省内市场的优势地位，提高在省外饼干市场的占有率，成为国内领先的休闲食品生产企业。

图：各代饼干产品的特点

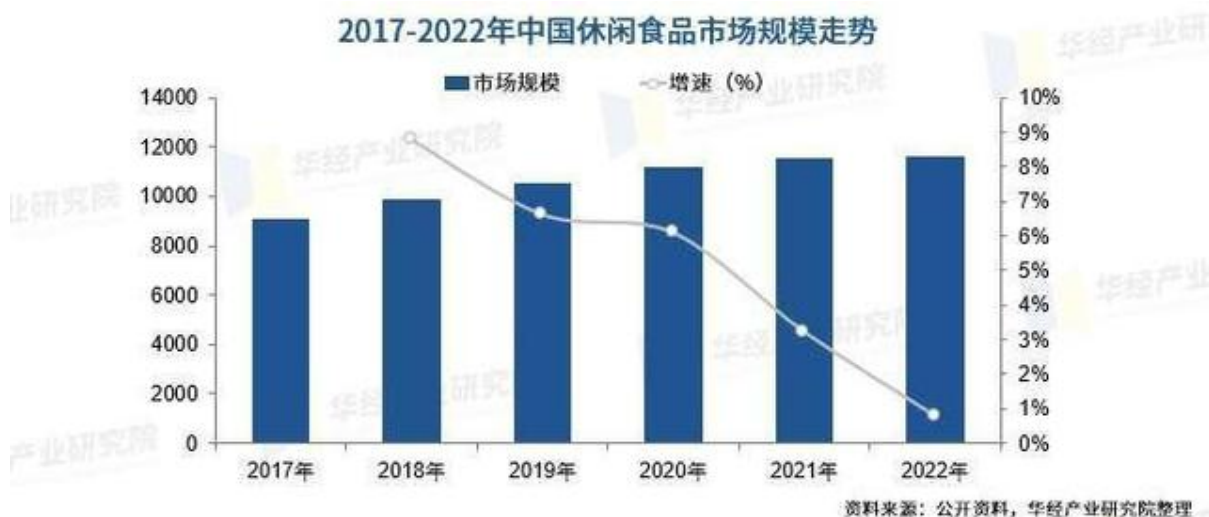


资料来源：青岛食品招股书

## 2.2 2023 年中国饼干行业发展情况分析

### 2.2.1 市场规模

饼干作为休闲食品中重要的品类，市场规模不容小觑。受居民可支配收入增加、城镇化进程持续推进、消费场景日益丰富、产品持续创新等多种因素的推动和赋能，2023 年全球休闲食品市场规模已经达到 1 万亿美元，并以 3% 的增长速度保持增长。



与之相对应的，2018 年，中国饼干行业总规模为 1345.7 亿元，2020 年达到 1460.8 亿元，同比增长 6.4%，2022 年中国饼干市场规模为 1600 亿元。

## 2.2.2 细分品类

根据国家轻工业部颁发的行业标准，中国的饼干产品被分为 11 个种类，包括酥性饼干、韧性饼干、发酵饼干、薄脆饼干、夹心饼干、威化饼干、蛋卷饼干、蛋圆饼干、粘花饼干、水泡饼干等。

目前市场上比较流行的饼干系列：夹心饼干、苏打（蔬打）饼干、薄脆饼干、夹心饼干、甜饼干等。

其中曲奇和夹心两个品类领跑整个饼干行业，曲奇饼干市场份额占比为 27%，夹心饼干市场份额占比为 23%，威化市场份额占比为 8%，蛋卷饼干市场份额为 7%，苏打饼干市场份额占比为 3%。

在细分品类中，2022 年，全球曲奇饼市场规模为 1936.63 亿元，中国曲奇饼干市场规模为 335.39 亿元。在预测期间（2023-2028 年）年复合增长率预估为 6.04%，到 2028 年，全球曲奇饼市场规模将达到 2748.87 亿元。按 6% 复合增长率，预计 2028 年中国曲奇市场规模达到 476 亿元。

## 曲奇和夹心品类领跑行业

曲奇饼干 27%

夹心饼干 23%

威化饼干 8%

蛋卷 7%

苏打饼干 3%

随着社会经济的发展，人民生活水平的提高，饼干行业的种类和口味更加多样，消费者一方面对饼干的市场需求量呈增长趋势，另一方面对饼干的种类有了更加多元化的需求。



2021 年，全球与中国威化饼干市场规模达到 118.02 亿元（人民币）与 35.16 亿元（人民币）。2022 年全球威化饼干市场规模达到 124.18 亿元（人民币），中国威化饼干市场规模达到 36.99 亿元（人民币）。贝哲斯咨询预计全球威化饼干市场将以 5.16% 的复合年增长率增长，至 2027 年全球威化饼干市场总规模将会达到 158.01 亿元，中国威化饼干市场规模将突破 40 亿元。

2022 年中国蛋卷行业产量同比增长 22.2%，销量同比增长 25%，市场规模 43.58 亿元，同比增长 3.7%，受销售渠道拓展、产品持续升级等要素影响，未来市场规模还将持续扩大。

### 2.2.3 销售渠道

从渠道划分来看，目前线下渠道比重下降，线上渠道崛起，线下渠道中的零食店、超市、便利店占整体销售渠道的 83%，网上渠道占 13%。

根据欧睿数据，2008-2022 年，休闲零食商超渠道规模从 1440 亿元增长至 3250 亿元，CAGR 为 6%，渠道占比从 51% 下降至 44%。

对于零食企业来说，商超渠道销量大、投入费用高。2008-2022 年，休闲零食传统流通渠道规模从 1194 亿元增长至 2366 亿元，CAGR 为 5%，占比从 43% 下降至 32%，逐渐被其他渠道取代。对于零食企业来说，需要构建经销商体系提升终端覆盖率。

### 2.2.4 消费需求

虽然饼干市场增速放缓，但风味与口感创新仍带来增长机会。根据百乐嘉利宝调研，超过 50% 的消费者会因饼干的独特风味尝试新品。部分品牌在时令口味、川香麻辣和跨界口味等方面进行创新，推出了百醇橙香百香果味饼干、煌记卤味饼干、雀巢鸳鸯奶茶味威化等产品。《2023 天猫饼干膨化行业趋势报告》显示，薄脆饼干市场份额持续扩大，增速达 19%。同时，Q 弹和多层次口感等小众口味的饼干，增速均超过 70%。此外，威化、薄脆、曲奇、夹心饼干等细分品类正驱动饼干行业增长。

除了口味创新和细分品类，饼干在健康化、功能化和高端化方向也存在着增长机遇。例如，新锐品牌暴肌独角兽的高纤代餐粗粮饼干在京东销量不错，评论数已超 50 万条；玛士撒拉在低 GI 饼干中加入魔芋、苦荞、荞麦等原料，在京东有超过 20 万评论。越来越多的饼干中开始出现药食同源和高端原料，这一趋势在天猫平台上较为明显。《2023 天猫饼干膨化行业趋势报告》指出，添加黑米、山药、猴菇的饼干产品市场规模增速排名前三，采用黑松露、火腿等高端原料的饼干产品被消费者认可。

## 2.3 2022-2023 年中国饼干行业存在的问题与风险分析

### 2.3.1 饼干行业发展面临的困境

饼干行业发展面临多个困境，这些困境主要来自于市场、消费者需求、生产成本和竞争等方面。

1. 市场饱和与竞争加剧：随着饼干市场的不断发展和品牌数量的增加，市场逐渐趋于饱和。同时，行业内外的竞争也在不断加剧，包括来自传统品牌、新兴品牌和跨国公司的竞争。这使得企业在市场份额、销售渠道和品牌建设等方面面临更大的挑战。

2. 消费者需求变化：随着消费者对健康、营养和品质的关注不断提高，传统的饼干产品已经不能满足他们的需求。消费者更倾向于选择健康、低糖、低脂、高纤维等符合现代健康观念的产品。因此，企业需要不断进行产品创新，以满足消费者的需求变化。

3. 生产成本上升：近年来，原材料、人工和能源等生产成本不断上升，给企业带来了巨大的经营压力。尤其是对于一些中小企业来说，由于规模较小，难以通过规模效应来降低生产成本，导致市场竞争力下降。

4. 营销与品牌建设挑战：在激烈的市场竞争中，营销和品牌建设成为企业获取市场份额和消费者认可的重要手段。然而，随着市场环境和消费者需求的变化，传统的营销方式和品牌建设策略已经难以适应新的市场形势。企业需要不断创新营销手段，加强品牌建设和维护，提高品牌知名度和美誉度。

饼干行业在发展过程中面临着多方面的困境和挑战。企业需要积极应对市场变化和消费者需求变化，加强产品创新、成本控制和品牌建设等方面的工作，以提高市场竞争力并实现可持续发展。

## 2.3.2 饼干行业发展面临的制约

饼干行业发展面临的制约主要包括以下几个方面：

1. 原材料价格波动：饼干的主要原材料如小麦粉、糖、油脂等，其价格常受到市场供需变化、政策调整及国际市场价格等多重因素的影响，导致原材料价格波动较大。这种波动增加了企业的生产成本和经营风险，制约了行业的稳定发展。

2. 健康饮食趋势：随着现代健康意识的普及，消费者对高糖、高脂肪食品的偏好逐渐降低，转而追求健康、营养的饮食习惯。传统的高糖、高脂肪饼干和曲奇产品在市场上受到一定程度的挑战，企业需要加大产品研发力度，推出符合健康饮食趋势的新产品。

3. 环保政策压力：随着环保意识的加强，各国政府纷纷出台严格的环保政策和法规，要求企业减少生产过程中的环境污染和资源浪费。这迫使饼干企业在生产过程中需要更加注重环保和可持续发展，增加环保投入，改进生产工艺，以降低能耗和减少排放。这无疑增加了企业的生产成本和运营压力。

4. 技术创新不足：虽然饼干行业在生产工艺、设备等方面取得了一定的进步，但整体而言，行业技术创新水平仍有待提高。企业需要加大科技研发投入，引进先进技术和设备，提高生产效率和产品质量，以满足市场需求和推动行业发展。然而，技术创新需要投入大量资金和时间，且存在技术风险和市场不确定性等制约因素。

饼干行业发展面临多方面的制约，包括原材料价格波动、健康饮食趋势、市场竞争激烈、环保政策压力和技术创新不足等。为了克服这些制约因素，企业需要积极应对市场变化，加强产品创新、成本控制和品牌建设等方面的工作，以提高市场竞争力并实现可持续发展。

## 2.3.3 饼干行业发展存在的问题

受消费观念影响，整体销量增速放缓

由于消费者饮食观念的转变，面对面包糕点等新品类的冲击，一些具有代餐属性、高糖高脂的饼干类产品受到很大挑战，特别像卡夫、康师傅、达利等一线品牌虽然保持较高的市场占有率，但仍受到了较强冲击，饼干行业整体增长放缓。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/30800404200006073>