2018-2024年中国休闲食品
行业前景研究与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国休闲食品行业前景研究与市场运营趋势报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201811/23-279739.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

按照销售渠道的不同，休闲食品公司分为三种经营模式，传统品牌分销、新兴电商品牌以及连锁经营品牌。休闲食品公司三种经营模式 - 销售模式 特点 核心盈利能力 典型公司 传统分销 销售模式以经销商分销为主 对上游的掌控力强，适当涉及原料种植，靠自建产能生产产品 规模优势 洽洽食品 新兴电商 线上销售，拥有自己的客服团队，注重消费体验 产品主要向供应商采购，自身生产就是分装过程，不涉及原料种植，销售以线上为主，通过第三方物流公司完成对消费者的配送， 品牌 三只松鼠，百草味 连锁经营 销售以直营门店和网络为主，门店销售人员直接与消费者接触 产品向供应商采购，通过统一的仓储和第三方物流完成产品对终端门店的配送， 供应链 良品铺子，来伊份 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国休闲食品行业前景研究与市场运营趋势报告》共十二章。首先介绍了休闲食品行业市场发展环境、休闲食品整体运行态势等，接着分析了休闲食品行业市场运行的现状，然后介绍了休闲食品市场竞争格局。随后，报告对休闲食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲食品行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲食品产业有个系统的了解或者想投资休闲食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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1章：中国休闲食品行业背景分析
1.1休闲食品行业定义及分类
1.1.1行业概念及定义
1.1.2行业主要产品大类
1.1.3行业在国民经济中的地位
1.2休闲食品行业统计标准
1.2.1休闲食品行业统计部门和统计口径

1.2.2休闲食品行业统计方法

1.2.3休闲食品行业数据种类

第2章：中国休闲食品行业发展状况分析

2.1中国休闲食品行业发展状况分析休闲食品行业前十公司规模 公司 成立年份 销售额（亿元） 头部公司市场占有率 良品铺子 2006 60 20.40% 三只松鼠 2012 44.2 15.10% 洽洽食品 2001 35.77 12.20% 绝味鸭脖 2005 32.7 11.10% 来伊份 1999 31.8 10.80% 周黑鸭 2008 28.2 9.60% 百草味 1997 20.7 7.00% 溜溜果园 2011 13 4.40% 天喔 1999 11.51 3.90% 楼兰蜜语 2006 9 3.10% 盐津铺子 2005 6.8 2.30% 合计： 338.68 100% 数据来源：公开资料整理

2.1.1中国休闲食品行业发展总体概况

2.1.2中国休闲食品行业发展主要特点

（1）竞争激烈——品牌是关键

（2）生产趋于专业化和标准化

（3）中高端市场成为争夺焦点

（4）行业同质化现象严重

2.1.3休闲食品行业经营情况分析

（1）行业经营效益分析

（2）行业盈利能力分析

（3）行业运营能力分析

（4）行业偿债能力分析

（5）行业发展能力分析

2.2休闲食品行业经济指标分析

2.2.1行业经济指标分析
2.2.2不同规模企业经济指标分析
2.2.3不同性质企业经济指标分析
2.3休闲食品行业供需平衡分析
2.3.1总体供给情况分析
（1）总产值分析
（2）产成品分析
2.3.2各地区供给情况分析
（1）总产值排名前10个地区分析
（2）产成品排名前10个地区分析
2.3.3总体需求情况分析
（1）销售产值分析
（2）销售收入分析
2.3.4各地区需求情况分析
（1）销售产值排名前10个地区分析
（2）销售收入排名前10个地区分析
2.3.5全国休闲食品行业产销率分析

第3章：中国休闲食品行业进出口分析
3.1休闲食品行业进出口状况综述
3.2休闲食品行业出口市场分析
3.2.12014-2017年行业出口分析
（1）行业出口整体情况
（2）行业出口产品结构
3.2.22014-2017年行业出口分析
（1）行业出口整体情况
（2）行业出口产品结构
3.2.32014-2017年行业出口分析
（1）行业出口整体情况
（2）行业出口产品结构
3.3休闲食品行业进口市场分析
3.3.12014-2017年行业进口分析

（1）行业进口整体情况
（2）行业进口产品结构
3.3.22014-2017年行业进口分析
（1）行业进口整体情况
（2）行业进口产品结构
3.3.32014-2017年行业进口分析
（1）行业进口整体情况
（2）行业进口产品结构
3.4休闲食品行业进出口前景及建议
3.4.1休闲食品行业出口前景及建议
3.4.2休闲食品行业进口前景及建议

第4章：中国休闲食品行业市场环境分析
4.1休闲食品行业经济环境分析
4.1.1宏观经济环境分析
（1）宏观经济走势分析
（2）宏观经济走势预测
4.1.2宏观经济环境对相关行业的影响
（1）宏观经济对上游产业的影响
（2）宏观经济对行业的影响
4.2休闲食品行业政策环境分析
4.2.1行业相关政策
（1）《国家食品安全事故应急预案》
（2）《2014-2017年食糖进口关税配额申请和分配标准》
（3）《食品添加剂使用标准》
（4）《食品中真菌毒素限量》GB2761-2011正版
（5）《预包装食品标签通则》
（6）《食用盐碘含量》
（7）《个体工商户条例》
4.2.2行业发展规划
（1）食品工业“十三五”发展规划
（2）《轻工业调整与振兴规划》

4.3休闲食品行业贸易环境分析
4.3.1行业产品贸易环境现状
（1）出口退税政策对休闲食品出口的影响
（2）技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响
（3）人民币升值对休闲食品出口的影响
4.3.2行业贸易环境发展趋势
4.4休闲食品行业市场消费环境分析
4.4.1休闲食品消费特征分析
4.4.2休闲食品消费结构分析
4.4.3休闲食品消费趋势分析

第5章：中国焙烤食品市场
5.1焙烤食品行业市场发展概述
5.1.1焙烤食品市场现状
5.1.2焙烤食品行业产业链上游市场分析
（1）谷类产品市场发展分析
（2）米面产品市场发展分析
1）小麦市场发展分析
2）玉米市场发展分析
5.2膨化食品市场分析
5.2.1谷物膨化食品市场分析
5.2.2薯类膨化食品市场分析
5.2.3豆类膨化食品市场分析
5.2.4膨化食品主要品牌竞争情况
5.2.5膨化食品主要消费群体分析
（1）膨化食品消费者性别分析
（2）膨化食品消费者婚姻状况分析
（3）膨化食品消费者家庭人口分析
5.3饼干产品市场分析
5.3.1饼干产品市场发展情况
5.3.2饼干产品主要品牌竞争情况
5.3.3饼干产品主要消费群体分析

5.4糕点产品市场分析

5.4.1糕点产品市场发展情况

5.4.2糕点产品主要品牌竞争情况

（1）品牌及其影响

（2）经营策略分析

（3）关键成功因素

5.4.3糕点产品主要消费群体分析

5.5面包产品市场分析

5.5.1面包产品市场发展情况

5.5.2面包产品主要品牌竞争情况

（1）品牌及其影响

（2）商业模式分析

（3）关键成功因素

5.5.3面包产品主要消费群体分析

5.6焙烤食品行业市场需求前景预测

5.6.1焙烤食品行业分析

5.6.2焙烤食品市场分析

（1）糕点需求前景预测

（2）饼干需求前景预测

（3）面包需求前景预测

第6章：中国糖果市场

6.1糖果行业市场发展概述

6.1.1糖果市场现状

6.1.2糖果行业产业链上游市场分析

（1）甜味剂行业发展状况分析

（2）明胶行业发展状况分析

（3）多糖醇行业发展状况分析

（4）糖果添加剂行业发展状况分析

1）中草药提取物行业分析

2）香精香料行业分析

3）其它糖果添加剂市场发展分析

6.2传统型糖果产品市场分析
6.2.1硬糖产品市场分析
（1）硬糖产品市场发展情况
（2）硬糖产品主要品牌竞争情况
6.2.2奶糖产品市场分析
（1）奶糖产品市场发展情况
（2）奶糖产品主要品牌竞争情况
6.2.3巧克力产品市场分析
（1）巧克力产品市场发展情况
（2）巧克力产品主要品牌竞争情况
6.2.4酥糖产品市场分析
（1）酥糖产品市场发展情况
（2）酥糖产品主要品牌竞争情况
6.3功能性糖果产品市场分析
6.3.1维生素糖果产品市场分析
（1）维生素糖果产品市场发展情况
（2）维生素糖果产品主要品牌竞争情况
6.3.2功能性清咽润喉糖市场分析
（1）功能性清咽润喉糖市场发展情况
（2）功能性清咽润喉糖主要品牌竞争情况
6.3.3无糖糖果产品市场分析
（1）无糖糖果产品市场发展情况
（2）无糖糖果产品主要品牌竞争情况
6.4胶基糖果（口香糖）产品市场分析
6.4.1胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析
6.4.2胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况
6.4.3胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析
6.5糖果行业市场市场前景预测
6.5.1糖果行业市场消费特点及趋势分析
6.5.2糖果行业市场发展情报

第7章：中国干果市场

7.1干果行业市场发展概述
7.1.1干果市场现状
7.1.2干果行业市场价格走势分析
7.1.3干果行业主要品牌竞争情况
7.1.4干果行业主要消费群体分析
7.2干果行业细分产品市场分析
7.2.1瓜子产品市场分析
7.2.2花生产品市场分析
7.2.3杏仁产品市场分析
7.2.4核桃产品市场分析
7.2.5开心果产品市场分析
7.3特色干果全面调研
7.3.1新疆干果市场分析
7.3.2山东花生市场分析
7.4干果行业市场需求前景预测
7.4.1干果行业市场消费特点及趋势分析
7.4.2干果行业市场发展情报

第8章：中国果冻及果脯蜜饯市场
8.1果冻市场
8.1.1果冻产品市场发展现状
8.1.2果冻产品主要品牌竞争情况
8.1.3果冻产品主要消费群体分析
8.1.4果冻产品市场市场前景预测
（1）果冻产品市场消费特点及趋势分析
（2）果冻产品市场发展情报
8.2果脯蜜饯市场
8.2.1果脯蜜饯产品市场发展现状
（1）果脯蜜饯产品全面调研
（2）果脯蜜饯产品市场规模分析
（3）果脯蜜饯产品市场分析
8.2.2果脯蜜饯产品上游产业供应链分析

（1）水果行业发展特征与趋势
（2）制糖行业的发展特征与趋势
（3）包装机械的发展特征与趋势
8.2.3果脯蜜饯产品区域市场分析
（1）北京果脯蜜饯市场分析
（2）江西酸枣糕市场分析
（3）山东红枣市场分析
8.2.4果脯蜜饯产品消费市场调研分析
（1）果脯蜜饯产品市场品牌影响力情况
（2）果脯蜜饯产品市场消费情况
（3）果脯蜜饯产品消费影响因素分析
8.2.5果脯蜜饯产品市场发展趋势
（1）果脯蜜饯市场面临问题
（2）果脯蜜饯市场发展趋势

第9章：中国熟食市场1
9.1熟食行业市场发展状况分析
9.1.1熟食行业分析
9.1.2熟食行业上游产业供应链分析
（1）猪肉行业市场发展状况分析
（2）牛肉行业市场发展状况分析
9.2熟食连锁经营市场状况分析
9.2.1熟食连锁经营市场发展整体情况
9.2.2熟食连锁经营市场规模分析
9.2.3熟食连锁经营市场分析
9.3地区特色熟食产业发展状况分析
9.3.1重庆熟食产品市场分析
9.3.2湖南熟食产品市场分析
9.3.3新疆牛肉干产品市场分析
9.3.4内蒙风干牛肉干产品市场分析
9.3.5北京熟食产品市场分析
9.4熟食行业市场市场前景预测

9.4.1熟食行业市场消费特点及趋势分析
9.4.2熟食行业市场发展情报

第10章：中国休闲食品行业分析及渠道分析
10.1休闲食品销售渠道分析
10.1.1休闲食品销售渠道模式变迁
10.1.2休闲食品销售渠道概述
（1）商超渠道
（2）批发渠道
（3）零售网点
（4）专卖店渠道
（5）网络渠道
10.1.3休闲食品专卖店渠道分析
（1）休闲食品专卖店
1）休闲食品专卖店渠道发展情况
2）休闲食品专卖店渠道特点及趋势
（2）土特产专卖店
1）土特产专卖店渠道发展情况
2）土特产专卖店产品种类
3）土特产专卖店产品价格定位
（3）休闲食品专卖店营销案例分析
1）久久丫休闲食品专卖店
2）周黑鸭休闲食品专卖店
3）来伊份休闲食品专卖店
4）良品铺子休闲食品专卖店
10.1.4休闲食品电子商务渠道分析
（1）网络渠道发展情况
（2）网络渠道营销方式分析
1）直接方法
2）间接方法
（3）网络渠道特点及趋势
1）休闲食品销售渠道特点

2）休闲食品销售渠道建设策略

10.2休闲食品品牌营销策略分析

10.2.1休闲食品品牌现状分析

10.2.2休闲食品主要品牌营销策略

（1）单一品牌策略

（2）多种品牌策略

（3）品牌策略选择

10.2.3地方特色休闲食品品牌策略

（1）地方特色休闲食品品牌营销问题

（2）地方特色休闲食品品牌策略分析

10.2.4休闲食品品牌发展战略

（1）立足品牌塑造

（2）实现品牌健康诉求

（3）挖掘品牌文化内涵

（4）形成品牌鲜明差异

10.2.5休闲食品品牌发展趋势

（1）倡导产品创新思维理念

（2）重视体验式营销和文化营销

（3）以产品品牌带动企业品牌形象

（4）重视公关价值和社会效应

10.2.6休闲食品品牌策略案例分析

（1）好丽友品牌策略案例分析

（2）喜之郎品牌策略案例分析

（3）盼盼法式小面品牌策略案例分析

10.3休闲食品包装营销策略分析

10.3.1食品包装设计特点分析

（1）儿童食品包装设计特点

（2）青年人休闲食品包装设计特点

（3）旅游休闲食品包装设计特点

（4）老年人食品包装设计特点

10.3.2休闲食品礼品包装分析

（1）礼品包装的功能

（2）礼品包装的种类
（3）礼品包装推出的周期
（4）礼品包装设计的特点
（5）礼品包装的发展趋势
10.4休闲食品广告营销策略分析
10.4.1休闲食品广告投放现状分析
10.4.2休闲食品营销广告媒体种类分析
10.4.3休闲食品行业广告营销案例分析
（1）旺旺广告营销案例分析
（2）达利食品广告营销案例分析
（3）雅客广告营销案例分析
（4）洽洽广告营销案例分析
10.5休闲食品节日营销策略分析
10.5.1节日营销的概念
10.5.2节日的消费特点
10.5.3节日营销的要点
（1）明确目标
（2）突出促销主题
（3）关注促销形式
（4）产品卖点节日化
（5）促销方案要科学
10.5.4休闲食品春节营销策略分析
（1）春节休闲食品全面调研
（2）春节休闲食品营销策略

第11章：中国休闲食品行业企业竞争力分析
11.1国际休闲食品企业在华竞争力分析
11.1.1国际品牌在华竞争情况
11.1.2国际企业在华竞争力分析
（1）法国达能集团
（2）美国百事食品公司
（3）菲律宾晨光公司

（4）韩国好丽友公司
（5）美国通用磨坊食品公司
（6）美国卡夫食品国际公司
（7）日本格力高集团
（8）韩国乐天集团
（9）美国箭牌糖果有限公司
（10）美国玛氏公司
（11）不凡帝范梅勒集团
（12）吉百利史威士股份有限公司
（13）意大利费列罗集团
11.2中国休闲食品企业竞争力分析
11.2.1中国焙烤食品行业集中度分析
（1）焙烤食品行业资产集中度分析
（2）焙烤食品行业收入集中度分析
（3）焙烤食品行业利润集中度分析
11.2.2中国糖果企业竞争力分析
（1）糖果行业资产集中度分析
（2）糖果行业收入集中度分析
（3）糖果行业利润集中度分析
11.2.3中国干果行业集中度分析
（1）干果行业资产集中度分析
（2）干果行业收入集中度分析
（3）干果行业利润集中度分析
11.2.4中国果脯蜜饯行业集中度分析
（1）果脯蜜饯行业资产集中度分析
（2）果冻及果脯蜜饯行业收入集中度分析
（3）果冻及果脯蜜饯行业利润集中度分析
11.2.5中国休闲食品行业五力竞争模型
（1）上游议价能力分析
（2）下游议价能力分析
（3）新进入者威胁分析
（4）替代品威胁分析

（5）行业竞争现状分析

11.3中国休闲食品企业发展趋势分析

11.3.1中国休闲食品企业面临问题

（1）产品同质化严重

（2）产品缺乏创意

（3）营销网络不健全

（4）产品研发后劲不足

（5）食品安全问题

11.3.2中国休闲食品企业发展趋势

（1）口味及品类创新为必然趋势

（2）产品包装发展趋势

（3）营销模式发展趋势

（4）竞争策略发展趋势

第12章：中国休闲食品行业主要企业生产经营分析

12.1焙烤食品行业领先企业个案分析（ZY LII）

12.1.1中国旺旺控股有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

12.1.2上好佳（中国）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

12.2糖果行业领先企业个案分析

12.2.1箭牌糖果（中国）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

12.2.2玛氏食品（中国）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析
12.3干果行业领先企业个案分析
12.3.1合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营优劣势分析
12.3.2青岛东生集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营优劣势分析
12.4果冻、果脯蜜饯及熟食行业领先企业个案分析
12.4.1南京喜之郎食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业经营优劣势分析（ZY LII）

部分图表目录：

图表1：2014-2017年休闲食品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%）
图表2：2014-2017年休闲食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）
图表3：2014-2017年中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）
图表4：2014-2017年中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）
图表5：2014-2017年中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表6：2012-2011中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）
图表7：2014-2017年休闲食品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表8：2014-2017年中国大型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表9：2014-2017年中国中型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表10：2014-2017年中国小型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表11：2014-2017年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）
图表12：2014-2017年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
图表13：2014-2017年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
图表14：2014-2017年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表15：2014-2017年国有休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表16：2014-2017年集体休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表17：2014-2017年股份合作休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表18：2014-2017年股份制休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表19：2014-2017年私营休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表20：2014-2017年外商和港澳台投资休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表21：2014-2017年其他性质休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）
图表22：2014-2017年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）
图表23：2014-2017年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）
图表24：2014-2017年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）
图表25：2014-2017年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）
图表26：2014-2017年休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表27：2014-2017年休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表28：2014-2017年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表29：2014-2017年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表30：2014-2017年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201811/23-279739.html