

# 2022-2028年中国休闲食品 市场发展现状与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国休闲食品市场发展现状与发展前景报告》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.abaogao.com/b/shipin/2241289CYN.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

休闲食品 (leisure food)其实也是快速消费品的一类，是在人们闲暇、休息时所吃的食品。最贴切的解释是吃得玩的食品。主要分类有：干果，膨化食品，糖果，肉制食品等。随着生活水平的提高，休闲食品一直是深受广大人民群众喜爱的食品。走进超市，就会看到薯片、薯条、虾条、雪饼、果脯、酸角糕、话梅、花生、松子、杏仁、开心果、鱼片、肉干、五香炸肉等休闲食品。休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国休闲食品市场发展现状与发展前景报告》共十五章。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：

第一部分产业环境透视

第一章中国休闲食品行业背景分析

第一节休闲食品行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、行业在国民经济中的地位

第二节休闲食品行业统计标准

一、休闲食品行业统计部门和统计口径

二、休闲食品行业统计方法

三、休闲食品行业数据种类

第二章中国休闲食品行业市场环境分析

## 第一节休闲食品行业经济环境分析

### 一、国际宏观经济环境分析

- 1、欧洲经济环境分析及影响
- 2、美国经济环境分析及影响
- 3、日本经济环境分析及影响

### 二、国内宏观经济发展分析

- 1、2020年经济增长的稳定性不断提高
- 2、工业生产运行平稳
- 3、农业生产基本稳定
- 4、固定资产投资增速缓中趋稳
- 5、社会消费品零售总额增势表现强劲
- 6、居民消费价格温和上涨，工业品价格同比降幅收窄
- 7、对外贸易继续萎缩，进出口双双回落
- 8、居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小
- 9、信贷高增，宽松依旧
- 10、国家外汇储备跌至五年新低

### 三、中国经济发展展望

## 第二节休闲食品行业政策环境分析

### 一、行业相关政策

### 二、行业发展规划

## 第三节休闲食品行业社会环境分析

### 一、人口环境分析

### 二、教育环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、中国城镇化率

## 第四节休闲食品行业市场消费环境分析

### 一、休闲食品消费特征分析

- 1、“主食类”休闲食品已融入人们的日常生活
- 2、口香糖和干果类食品日渐成为消费主流
- 3、果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘

### 二、休闲食品消费群体结构分析

- 1、消费群体年龄结构

## 2、消费群体性别结构

## 三、休闲食品消费趋势分析

## 第二部分行业深度分析

### 第三章2016-2020年中国休闲食品行业发展状况分析

#### 第一节中国休闲食品行业发展状况分析

##### 一、中国休闲食品行业发展总体概况

- 1、休闲食品行业的发展规模
- 2、休闲食品行业市场现状
- 3、休闲食品行业的发展特点
- 4、我国休闲食品行业商业模式分析

##### 二、中国休闲食品行业发展主要特点

- 1、竞争激烈&mdash;品牌是关键
- 2、健康是休闲食品的发展趋势
- 3、中高端市场成为争夺焦点
- 4、差异化是企业发展的方向

#### 第二节休闲食品行业供需平衡分析

- 一、总体供给情况分析
- 二、各地区供给情况分析
- 三、总体需求情况分析
- 四、各地区需求情况分析
- 五、全国休闲食品所属行业产销率分析

#### 第三节我国休闲食品市场价格走势分析

- 一、休闲食品市场定价机制组成
- 二、休闲食品市场价格影响因素
- 三、休闲食品产品价格走势分析
- 四、2022-2028年休闲食品产品价格走势预测

## 第四章我国休闲食品所属行业整体运行指标分析

### 第一节2016-2020年中国休闲食品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析

### 三、行业资产规模分析

### 四、行业市场规模分析

#### 第二节2016-2020年中国休闲食品所属行业产销情况分析

##### 一、我国休闲食品所属行业工业总产值

##### 二、我国休闲食品所属行业工业销售产值

#### 第三节2016-2020年中国休闲食品所属行业财务指标总体分析

##### 一、行业盈利能力分析

##### 二、行业偿债能力分析

##### 三、行业营运能力分析

##### 四、行业发展能力分析

### 第五章我国休闲食品行业营销趋势及策略分析

#### 第一节休闲食品传统销售渠道分析

##### 一、休闲食品传统销售渠道模式分析

###### 1、独立包装的休闲食品销售渠道

###### 2、散装食品销售渠道

###### 3、土特产类销售渠道

###### 4、渠道发展方向

##### 二、休闲食品传统销售渠道概述

###### 1、商超渠道

###### 2、批发渠道

###### 3、零售网点

###### 4、专卖店渠道

##### 三、休闲食品专卖店渠道分析

###### 1、品类专卖店

###### 2、品种专卖店

###### 3、产品专卖店

###### 4、其他细分类的专卖店

#### 第二节休闲食品互联网销售渠道竞争策略

##### 一、互联网对休闲食品行业的冲击与挑战

###### 1、互联网对休闲食品行业的影响层面

###### 2、互联网对休闲食品行业带来的冲击

### 3、互联网对传统休闲食品行业的颠覆与重构

## 二、互联网思维下传统休闲食品企业转型突围策略

### 1、休闲食品企业电商切入模式及运营建议

### 2、休闲食品企业O2O战略布局及实施运营

### 3、休闲食品企业互联网营销推广方式及思路

### 4、休闲食品企业如何实现数据化运营与管理

### 5、传统休闲食品企业互联网转型优秀案例研究

## 第三节休闲食品品牌营销策略分析

### 一、休闲食品品牌现状分析

### 二、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

### 三、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

### 四、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

### 五、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

### 六、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

## 第四节休闲食品包装营销策略分析

### 一、食品包装设计特点分析

#### 1、儿童食品包装设计特点

- 2、青少年人休闲食品包装设计特点
- 3、成年人休闲食品包装设计特点
- 4、老年人食品包装设计特点

## 二、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、礼品包装设计的特点
- 4、礼品包装的发展趋势

## 第五节休闲食品广告营销策略分析

- 一、休闲食品广告投放现状分析
  - 二、休闲食品营销广告媒体种类分析
  - 三、休闲食品行业广告营销案例分析
- 1、达利食品广告营销案例分析
  - 2、雅客广告营销案例分析

## 第六节休闲食品节日营销策略分析

- 一、节日营销的概念
  - 二、节日的消费特点
  - 三、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
- 四、休闲食品春节营销策略分析
- 1、春节休闲食品市场需求分析
  - 2、春节休闲食品营销策略

## 第三部分市场全景调研

## 第六章中国焙烤食品行业市场分析

### 第一节焙烤食品行业市场发展概述

- 一、焙烤食品行业市场发展现状
- 二、焙烤食品行业经营状况分析



## 第二节膨化食品市场分析

### 一、谷物膨化食品市场分析

### 二、薯类膨化食品市场分析

### 三、豆类膨化食品市场分析

### 四、膨化食品主要品牌竞争情况

### 五、膨化食品主要消费群体分析

## 第三节饼干产品市场分析

### 一、饼干产品市场发展情况

### 二、饼干产品行业经营状况分析

### 三、饼干产品主要品牌竞争情况

### 四、饼干产品主要消费群体分析

## 四、糕点产品市场分析

### 1、糕点产品市场发展情况

### 2、糕点产品行业市场竞争情况

### 3、糕点产品主要消费群体分析

## 五、面包产品市场分析

### 1、面包产品市场发展情况

### 2、面包产品主要品牌竞争情况

## 六、焙烤食品行业市场需求前景预测

### 1、焙烤食品行业市场发展趋势分析

### 2、焙烤食品行业市场前景预测分析

## 第七章中国糖果行业市场分析

### 第一节糖果行业市场发展概述

#### 一、糖果行业市场发展现状

#### 二、糖果行业市场经营状况分析

#### 三、糖果行业产业链上游市场分析

### 第二节传统型糖果产品市场分析

#### 一、硬糖产品市场分析

#### 二、奶糖产品市场分析

#### 三、巧克力产品市场分析

#### 四、酥糖产品市场分析

### 第三节功能性糖果产品市场分析

#### 一、维生素糖果产品市场分析

#### 二、功能性清咽润喉糖市场分析

#### 三、无糖糖果产品市场分析

### 第四节胶基糖果（口香糖）产品市场分析

#### 一、胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析

#### 二、胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况

#### 三、胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析

### 第五节糖果行业市场发展趋势及前景预测

#### 一、糖果行业市场消费特点及趋势分析

#### 三、糖果行业市场发展前景预测

## 第八章中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析

### 第一节果冻行业市场分析

#### 一、果冻产品市场发展现状

#### 二、果冻产品主要品牌竞争情况

#### 三、果冻产品主要消费群体分析

#### 四、果冻产品市场发展趋势及前景预测

### 第二节果脯蜜饯行业市场分析

#### 一、果脯蜜饯产品市场发展现状

#### 二、果脯蜜饯产品上游产业供应链分析

#### 三、果脯蜜饯产品区域市场分析

#### 四、果脯蜜饯产品消费市场调研分析

#### 五、果脯蜜饯产品市场发展趋势

## 第九章休闲食品产业集群发展及区域市场分析

### 第一节中国休闲食品产业集群发展特色分析

#### 一、长江三角洲休闲食品产业发展特色分析

#### 二、珠江三角洲休闲食品产业发展特色分析

#### 三、环渤海地区休闲食品产业发展特色分析

### 第二节休闲食品重点区域市场分析预测

#### 一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
  - 2、行业区域集中度分析
  - 3、行业区域分布特点分析
  - 4、行业规模指标区域分布分析
  - 5、行业企业数的区域分布分析
- 二、休闲食品重点区域市场分析
- 1、江苏
  - 2、浙江
  - 3、上海
  - 4、福建
  - 5、广东

#### 第四部分竞争格局分析

#### 第十章中国休闲食品行业企业竞争力分析

##### 第一节国际休闲食品企业在华竞争力分析

- 一、国际企业在华竞争力分析
- 二、典型企业在华经营状况&mdash;好丽友
  - 1、好丽友在华销售收入增长情况
  - 2、好丽友在华产品市场情况

##### 第二节中国休闲食品企业竞争力分析

- 一、中国焙烤食品行业集中度分析
- 二、中国糖果企业集中度分析
- 三、中国干果行业集中度分析
- 四、中国果脯蜜饯行业集中度分析
- 五、中国休闲食品行业五力竞争模型
  - 1、休闲食品行业上游议价能力分析
  - 2、休闲食品行业下游议价能力分析
  - 3、休闲食品行业替代者威胁分析
  - 4、休闲食品行业潜在进入者威胁分析
  - 5、休闲食品行业竞争状况总结

##### 第三节中国休闲食品企业发展趋势分析

- 一、中国休闲食品企业面临的问题

## 二、中国休闲食品企业发展趋势

### 第十一章休闲食品行业领先企业经营形势分析

#### 第一节上好佳（中国）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

#### 第二节福建亲亲股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

#### 第三节好丽友食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

#### 第四节福建福马食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

#### 第五节福建达利食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

## 五、企业经营状况优劣势分析

### 第六节福建盼盼食品集团有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业组织架构分析

#### 三、企业产品结构分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业经营状况优劣势分析

### 第七节洽洽食品股份有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业组织架构分析

#### 三、企业产品结构分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业经营状况优劣势分析

### 第八节上海江崎格力高食品有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业组织架构分析

#### 三、企业产品结构分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业经营状况优劣势分析

### 第九节上海克莉丝汀食品有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业组织架构分析

#### 三、企业产品结构分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业经营状况优劣势分析

### 第十节蜡笔小新（福建）食品工业有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业组织架构分析

#### 三、企业产品结构分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业经营状况优劣势分析

## 第五部分发展前景展望

### 第十二章2022-2028年休闲食品行业前景及趋势预测

#### 第一节2022-2028年休闲食品市场发展前景

- 一、2022-2028年休闲食品市场发展潜力
- 二、2022-2028年休闲食品市场发展前景展望
- 三、2022-2028年休闲食品细分行业发展前景分析

#### 第二节2022-2028年休闲食品市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年休闲食品行业发展趋势
- 二、2022-2028年休闲食品市场容量预测
- 三、2022-2028年休闲食品行业应用趋势预测

#### 第三节2022-2028年中国休闲食品行业供需预测

- 一、2022-2028年中国休闲食品行业供给预测
- 二、2022-2028年中国休闲食品行业需求预测
- 三、2022-2028年中国休闲食品行业供需平衡预测

#### 第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十三章2022-2028年休闲食品行业面临的困境及对策

#### 第一节2020年休闲食品行业面临的困境

#### 第二节休闲食品企业面临的困境及对策

- 一、重点休闲食品企业面临的困境及对策
  - 1、重点休闲食品企业面临的困境
  - 2、重点休闲食品企业对策探讨
- 二、中小休闲食品企业发展困境及策略分析
  - 1、中小休闲食品企业面临的困境
  - 2、中小休闲食品企业对策探讨
- 三、国内休闲食品企业的出路分析

#### 第三节中国休闲食品行业存在的问题及对策

- 一、中国休闲食品行业存在的问题
- 二、休闲食品行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施
  - 1、实施重点客户战略的必要性
  - 2、合理确立重点客户
  - 3、实施重点客户战略要重点解决的问题
  - 4、重点客户管理功能

#### 第四节中国休闲食品市场发展面临的挑战与机遇

### 第六部分发展战略研究

#### 第十四章休闲食品行业发展战略研究

##### 第一节休闲食品行业发展战略研究

- 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

##### 第二节对我国休闲食品品牌的战略思考

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、企业的品牌战略
- 五、品牌战略管理的策略

##### 第三节休闲食品经营策略分析

- 一、休闲食品市场细分策略
- 二、休闲食品市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、休闲食品新产品差异化战略

##### 第四节休闲食品行业投资战略研究

- 一、2020年休闲食品行业投资战略

## 二、2022-2028年细分行业投资战略

### 第十五章研究结论及投资建议 ()

#### 第一节休闲食品行业研究结论及建议

#### 第二节休闲食品子行业研究结论及建议

#### 第三节休闲食品行业投资建议

##### 一、行业发展策略建议

##### 二、行业投资方向建议

##### 三、行业投资方式建议

#### 部分图表目录：

图表：2016-2020年欧元区GDP季同比增长变化（单位：%）

图表：2016-2020年欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（单位：%）

图表：2016-2020年欧元区HICP、PPI同比增长变化（单位：%）

图表：2016-2020年欧元区失业率变化（单位：%）

图表：2016-2020年美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%）

图表：2016-2020年美国实际GDP各构成要素季度环比折年率走势（单位：%）

图表：2016-2020年各因素对美国经济增长的贡献度（单位：%）

图表：2016-2020年美国工业产值增长及产能利用率变化（单位：%）

图表：2016-2020年美国CPI&PPI变化趋势（单位：%）

图表：2016-2020年美国失业率变化（单位：%）

图表：2016-2020年（季调后）日本实际GDP环比变化（单位：%）

图表：2020年日本工业产值情况

图表：2016-2020年日本CPI增长变化（单位：%）

图表：2016-2020年日本失业率变化（单位：%）

图表：2016-2020年我国季度GDP增长率

图表：2016-2020年我国三次产业增加值季度增长率

图表：2016-2020年我国工业增加值走势图

图表：2016-2020年固定资产投资增速走势图

图表：2016-2020年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率

图表：2016-2020年我国社会消费品零售总额走势图

图表：2016-2020年我国社会消费品零售总额构成走势图



图表：2016-2020年我国CPI、PPI运行趋势

图表：2016-2020年企业商品价格指数走势（2020年同期为100）

图表：2016-2020年进出口走势图

图表：2016-2020年我国货币供应量

图表：2016-2020年我国存贷款同比增速走势图

图表：2016-2020年我国外汇储备

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/2241289CYN.html>