

2016-2022年中国休闲食品 市场研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国休闲食品市场研究与投资前景评估报告》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/338477W2EJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

前言：

随着我国国民经济发展和居民消费水平的提高，人们消费方式日益多元化、休闲化，休闲食品俨然已经成为人们日常食品消费中的新宠。从2004年到2014年，全国休闲食品行业年产值从1931.38亿元，增长到9050.18亿元，10年间净增长7118.80亿元，年均复合增长为16.70%。

2004-2014年间，小品类休闲食品行业获得了快速发展。全行业产能从2004年的248.18万吨增长到2014年的897.07万吨，净增长648.89万吨，年复合增长率13.71%；全行业产量从2004年的193.58万吨增长到2014年的645.89万吨，净增长452.31万多吨，年复合增长率12.81%；全行业产值从2004年的约540.08亿元增长到2014年的约3875.32亿元，净增长约3335.24亿元，年复合增长率21.78%

随着生活水平的不断提高，消费休闲化已成为市场的主导方向。在很长一段时间里，洋食品站居了主要位置。诸如薯片，巧克力，蛋黄派之类的。而传统食品因其地域口味的差异及营销意识的缺位，只能是盘踞一方，未真正形成消费潮流。随着近十年来民工潮的形成，东西南北中人员的相互交融；饮食习惯也相互融合，相互接纳。这就为各地的风味小吃走向全国创造了先天条件。另一方面，传统食品经过改革开放三十年的沉浮和洗涤，通过一轮轮地洗牌；众多传统休闲食品企业完成了原始积累和自我改造；具备了面向全国，完成品牌塑造和市场布局的实力。在未来的几年，代表这地方风味了休闲食品将是食品领域里的一个新的亮点。其中川渝地区所代表着的麻辣休闲食品，将在作为主力军在国内市场翻江倒海，脱颖而出。

本休闲食品行业研究报告共十七章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。休闲食品行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示休闲食品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国休闲食品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国休闲食品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部

门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 休闲食品行业发展综述

第一节 休闲食品行业相关概念概述

一、行业概念及定义

二、行业主要产品分类

第二节 最近3-5年中国休闲食品行业经济指标分析

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、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 休闲食品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 休闲食品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 休闲食品行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、休闲食品行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、休闲食品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、休闲食品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、休闲食品技术分析

二、休闲食品技术发展水平

三、2014-2015年休闲食品技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国休闲食品行业运行现状分析

第一节 我国休闲食品行业发展状况分析

一、我国休闲食品行业发展阶段

二、我国休闲食品行业发展总体概况

三、我国休闲食品行业发展特点分析

四、休闲食品行业经营模式分析

第二节 2014-2015年休闲食品行业发展现状

一、2014-2015年我国休闲食品行业市场规模

1、我国休闲食品营业规模分析

2、我国休闲食品投资规模分析

3、我国休闲食品产能规模分析

二、2014-2015年我国休闲食品行业发展分析

1、我国休闲食品行业发展情况分析

2、我国休闲食品行业生产情况分析

三、2014-2015年中国休闲食品企业发展分析

1、中外休闲食品企业对比分析

2、我国休闲食品主要企业动态分析

第三节 2014-2015年休闲食品市场情况分析

- 一、2014-2015年中国休闲食品市场总体概况
- 二、2014-2015年中国休闲食品产品市场发展分析

第四章 我国休闲食品行业整体运行指标分析

第一节 2014-2015年中国休闲食品行业总体规模分析

- 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 2014-2015年中国休闲食品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

第三节 我国休闲食品市场供需分析

- 一、2014-2015年我国休闲食品行业供给情况
 - 1、我国休闲食品行业供给分析
 - 2、我国休闲食品行业产量规模分析
 - 3、重点市场占有份额
- 二、2014-2015年我国休闲食品行业需求情况
 - 1、休闲食品行业需求市场
 - 2、休闲食品行业客户结构
 - 3、休闲食品行业需求的地区差异
- 三、2014-2015年我国休闲食品行业供需平衡分析

第四节 休闲食品行业进出口市场分析

- 一、休闲食品行业进出口综述
- 二、休闲食品行业出口市场分析
 - 1、2014-2015年行业出口整体情况
 - 2、2014-2015年行业出口总额分析
 - 3、2014-2015年行业出口产品结构
- 三、休闲食品行业进口市场分析

- 1、2014-2015年行业进口整体情况
- 2、2014-2015年行业进口总额分析
- 3、2014-2015年行业进口产品结构

第三部分 市场全景调研

第五章 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

- 1、焙烤食品行业的分类
- 2、焙烤食品行业市场主体分析
- 3、焙烤食品行业发展现状

二、焙烤食品行业经营状况分析

- 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

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

- 1、薯片市场发展状况分析
- 2、薯片的营销战略
- 3、薯片电商渠道扩展

三、豆类膨化食品市场分析

四、膨化食品主要品牌竞争情况

- 1、百事向上整体获取原料采购优势
- 2、上好佳改善终端策略，提高终端拦截率
- 3、福建达利食品策划品牌形象，制定广告策略

五、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

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

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

三、饼干产品主要品牌竞争情况

1、外资企业品牌主导中高端

2、民营企业竞争实力增强

四、饼干产品主要消费群体分析

第四节 糕点产品市场分析

一、糕点产品市场发展情况

二、糕点产品行业市场竞争情况

1、竞争对手分析

2、购买者分析

3、替代品分析

4、潜在进者分析

5、供应商分析

三、糕点产品主要消费群体分析

1、主要消费群体

2、消费群体特征

3、手稿蛋糕消费对象特征

第五节 面包产品市场分析

一、面包产品市场发展情况

1、行业整体发展态势良好

2、加工、生产、服务趋于专业化、标准化

3、中高端市场成为争夺焦点

二、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

三、面包产品主要消费群体分析

第六节 焙烤食品行业市场需求前景预测

一、焙烤食品行业市场发展趋势分析

- 1、品牌竞争将成为行业竞争的关键
- 2、专业化、标准化的生产流程
- 3、中高端市场成为争夺焦点

二、焙烤食品行业市场前景预测分析

- 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

第六章 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

- 1、糖果市场规模
- 2、糖果市场竞争

二、糖果行业市场经营状况分析

- 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

三、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

第二节 传统型糖果产品市场分析

一、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

二、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

三、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

四、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

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

- 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

二、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

三、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

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
- 二、糖果行业市场发展前景预测

第七章 中国干果行业市场分析

第一节 干果行业市场发展概述

- 一、干果行业市场发展现状

 - 1、行业规模越来越大
 - 2、行业集中度低

- 3、品牌溢价能力差
- 4、行业格局已具雏形，但集群效应没有出现

二、干果行业市场价格走势分析

三、干果行业主要品牌竞争情况

四、干果行业主要消费群体分析

第二节 干果行业细分产品市场分析

一、瓜子产品市场分析

1、瓜子生产市场分析

2、瓜子消费市场分析

二、花生产品市场分析

1、花生产品市场供需状况

2、2014年花生价格走势分析

3、花生休闲产品市场竞争分析

三、杏仁产品市场分析

1、杏仁产品市场供给情况

2、杏仁产品市场生产状况

四、核桃产品市场分析

1、核桃产品市场需求分析

2、核桃产品生产市场分析

3、核桃价格市场分析

五、开心果产品市场分析

1、开心果产量分析

2、开心果市场需求量分析

第三节 特色干果市场需求分析

一、新疆干果市场分析

1、新疆干果销售市场

2、新疆干果价格市场分析

二、山东花生市场分析

第四节 干果行业市场需求前景预测

一、干果行业市场消费特点及趋势分析

1、干果行业市场消费特点

2、干果行业市场发展趋势

二、干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
 - 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
 - 1、果脯蜜饯产品市场需求分析
 - 2、果脯蜜饯产品市场规模分析
 - 3、果脯蜜饯产品市场竞争格局分析
- 二、果脯蜜饯产品上游产业供应链分析
 - 1、水果行业发展现状
 - 2、制糖行业的发展现状
 - 3、包装行业的发展现状
- 三、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
- 四、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、果脯蜜饯产品消费者消费品牌分析
 - 3、果脯蜜饯产品消费类别分析
 - 4、果脯蜜饯产品市场消费价格分析
 - 5、果脯蜜饯产品市场消费者消费金额分析
 - 6、果脯蜜饯产品市场消费者消费季节分析
 - 7、果脯蜜饯产品消费影响因素分析
- 五、果脯蜜饯产品市场发展趋势

- 1、果脯蜜饯市场面临的问题
- 2、果脯蜜饯市场发展趋势

第九章 中国熟食行业市场分析

第一节 熟食行业市场发展状况分析

- 一、熟食行业市场发展现状分析
- 二、熟食行业上游产业供应链分析

- 1、畜牧养殖业现状
- 2、肉类产品供应状况
- 3、畜牧养殖业与熟食行业

第二节 熟食连锁经营市场状况分析

- 一、熟食连锁经营市场发展整体情况
- 二、熟食连锁经营市场规模分析
- 三、熟食连锁经营市场竞争格局分析

第三节 地区特色熟食产业发展状况分析

一、重庆熟食产品市场分析

- 1、重庆市场本土企业
- 2、重庆市场外来企业

二、湖南熟食产品市场分析

- 1、湖南熟食产品市场规模
- 2、湖南熟食产品市场特点

三、新疆牛肉干产品市场分析

四、内蒙风干牛肉干产品市场分析

- 1、内蒙风干牛肉干产品市场
- 2、内蒙风干牛肉干产品市场存在的问题

五、北京熟食产品市场分析

- 1、北京熟食市场主要消费产品
- 2、北京熟食市场主要品牌
- 3、消费者消费熟食原因
- 4、北京熟食市场消费频率
- 5、北京熟食市场消费价位及金额
- 6、北京熟食市场主要消费季节

第四节 熟食行业市场发展趋势及前景预测

一、熟食行业市场消费特点及趋势分析

二、熟食行业市场发展前景预测

第十章 中国休闲食品行业市场营销策略及渠道分析

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、休闲食品专卖店

2、土特产专卖店

3、休闲食品专卖店营销案例分析

第二节 休闲食品互联网销售渠道竞争策略

一、互联网发展现状及带来的变革

1、互联网发展势不可挡

2、互联网发展带来巨大变革

二、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

三、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

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

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

- 1、长假消费特点
- 2、短期节日消费特点

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

第四部分 竞争格局分析

第十一章 2016-2022年休闲食品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、休闲食品行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、休闲食品行业企业间竞争格局分析

三、休闲食品行业集中度分析

四、休闲食品行业SWOT分析

第二节 中国休闲食品行业竞争格局综述

一、休闲食品行业竞争概况

二、中国休闲食品行业竞争力分析

三、中国休闲食品竞争力优势分析

四、休闲食品行业主要企业竞争力分析

第三节 2014-2015年休闲食品行业竞争格局分析

一、2014-2015年国内外休闲食品竞争分析

二、2014-2015年我国休闲食品市场竞争分析

三、2014-2015年我国休闲食品市场集中度分析

四、2014-2015年国内主要休闲食品企业动向

第四节 休闲食品市场竞争策略分析

第十二章 2016-2022年休闲食品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国旺旺控股有限公司

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 上好佳（中国）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 漯河临颖亲亲食品工业有限公司

- 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 百事食品（中国）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 好丽友食品有限公司

- 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 福建福马食品集团有限公司

- 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 福建达利食品集团有限公司

- 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 乐天（中国）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 福建盼盼食品集团有限公司

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 杭州顶园食品有限公司

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

第十三章 2016-2022年休闲食品行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年休闲食品市场发展前景

一、2016-2022年休闲食品市场发展潜力

二、2016-2022年休闲食品市场发展前景展望

三、2016-2022年休闲食品细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年休闲食品市场发展趋势预测

一、2016-2022年休闲食品行业发展趋势

二、2016-2022年休闲食品市场规模预测

1、休闲食品行业市场规模预测

2、休闲食品行业营业收入预测

三、2016-2022年休闲食品行业应用趋势预测

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国休闲食品行业供需预测

一、2016-2022年中国休闲食品行业供给预测

二、2016-2022年中国休闲食品行业产量预测

- 三、2016-2022年中国休闲食品行业销量预测
- 四、2016-2022年中国休闲食品行业需求预测
- 五、2016-2022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

第十四章 2016-2022年休闲食品行业投资机会与风险防范

第一节 休闲食品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、休闲食品行业投资现状分析

第二节 2016-2022年休闲食品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、休闲食品行业投资机遇

第三节 2016-2022年休闲食品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国休闲食品行业投资建议

- 一、休闲食品行业未来发展方向
- 二、休闲食品行业主要投资建议

三、中国休闲食品企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十五章 2016-2022年休闲食品行业面临的困境及对策

第一节 2015年休闲食品行业面临的困境

第二节 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、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第三节 中国休闲食品市场发展面临的挑战与对策

一、中国休闲食品市场发展面临的挑战

二、中国休闲食品市场发展对策分析

第十六章 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、休闲食品品牌的重要性

二、休闲食品实施品牌战略的意义

三、休闲食品企业品牌的现状分析

四、我国休闲食品企业的品牌战略

五、休闲食品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、2015年休闲食品行业投资战略

二、2016-2022年休闲食品行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

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 休闲食品行业发展建议

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(ZY XZX)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/338477W2EJ.html>