

2017-2022年中国休闲食品 连锁市场深度调研分析及投资前景趋势研究报告

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

《2017-2022年中国休闲食品连锁市场深度调研分析及投资前景趋势研究报告》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/441043ID75.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

报告目录：

第一章休闲食品分类与行业特征11

第一节休闲食品的定义与分类11

一、休闲食品的定义11

二、烘焙类休闲食品11

三、炒货类休闲食品11

四、糖果类休闲食品12

五、膨化类休闲食品12

六、其它类休闲食品12

第二节休闲食品行业特征分析13

一、行业经营模式13

二、行业的周期性13

三、行业的区域性14

四、行业的季节性14

第二章中国休闲食品零售市场分析15

第一节休闲食品行业发展现状15

一、休闲食品行业发展现状15

二、休闲食品市场主要特点15

三、休闲食品主流消费人群16

四、休闲食品渠道的多元化17

五、休闲食品零售业态竞争17

第二节2012-2016年休闲食品零售规模18

一、休闲食品市场零售量分析18

二、休闲食品市场零售额分析19

三、休闲食品主要产品零售规模19

（一）糕饼零售规模分析19

（二）糕点零售规模分析20

（三）蛋糕零售规模分析20

（四）饼干零售规模分析20

(五) 薯条/薯片零售规模21

(六) 干果零售规模分析21

(七) 坚果零售规模分析22

第三节休闲食品零售市场销售模式22

一、超市卖场零售模式22

二、个体经营零售模式22

三、连锁专卖零售模式22

第三章中国休闲食品连锁加盟市场分析24

第一节连锁经营的相关概述24

一、连锁经营的定义24

二、连锁经营的发展25

三、连锁经营的优势26

四、连锁经营的特点27

第二节休闲食品连锁经营类型27

一、特许加盟27

二、直营连锁27

三、自愿加盟28

第三节休闲食品连锁加盟条件28

一、品牌知名度较高28

二、直营店成功率高28

三、独特性与竞争性28

四、产品具有普及性29

五、内部管理控制强29

第四节休闲食品连锁经营现状29

一、休闲食品连锁经营现状29

二、休闲食品连锁经营优势30

三、休闲食品连锁经营规模31

四、休闲食品连锁门店数量32

第四章休闲食品连锁门店选址与扩张策略34

第一节休闲食品连锁门店选址策略34

- 一、连锁门店市场区域选择34
 - (一)从市场的需求角度分析34
 - (二)从市场的供给角度分析35
- 二、连锁门店开发商圈调查36
 - (一)商圈调查的内容36
 - (二)商圈调查步骤37
- 三、连锁门店店址选择的原则39
 - (一)便利原则39
 - (二)最大效益原则40
 - (三)发展原则40
- 四、连锁门店店址选择的策略41
- 五、连锁门店店址选择的技巧42
 - (一)根据经验选址的技巧42
 - (二)根据地段选址的技巧44
 - (三)根据区域选址的技巧44
- 第二节休闲食品连锁店的CIS设计45
 - 一、连锁门店CIS设计概述45
 - (一)CIS的基本含义45
 - (二)CIS的发展历程46
 - 二、连锁企业理念识别设计47
 - (一)设定连锁企业远景47
 - (二)经营宗旨设计48
 - (三)经营方针设计48
 - (四)经营价值观的设计49
 - (五)企业精神的表达与提炼49
 - 三、连锁企业行为识别设计50
 - (一)连锁企业内部行为设计50
 - (二)连锁企业对外识别活动51
 - 四、连锁企业视觉识别设计53
 - (一)连锁企业视觉设计的基本原则53
 - (二)连锁企业视觉设计的基本程序54
 - (三)连锁企业视觉识别系统的执行55

第三节休闲食品连锁店的扩张策略56

一、经营模式扩张策略56

(一) 直营连锁56

(二) 特许连锁57

(三) 自愿连锁58

二、区域扩张策略60

(一) 跳跃式60

(二) 渗透式60

(三) 综合式61

三、资本扩张策略61

(一) 自建分店模式61

(二) 企业并购模式61

(三) 租赁物业模式61

第五章中国休闲食品消费者调研分析63

第一节休闲食品消费者基本情况分析63

一、消费者购买休闲食品频率63

二、不同年龄的消费者偏好63

三、休闲食品消费家庭结构64

第二节休闲食品消费者需求分析64

一、消费者产品偏好分析64

二、消费者购买目的分析65

三、消费者考虑因素研究65

四、消费者价格偏好分析66

第三节休闲食品消费者认知情况67

一、消费者购买休闲食品途径分析67

二、消费者对休闲食品认知渠道分析67

三、消费者对休闲食品品牌认知情况68

第四节休闲食品安全问题消费者调查68

一、休闲食品质量问题认知情况68

二、休闲食品安全问题解决途径68

三、休闲食品消费者信心分析69

第六章中国休闲食品连锁品牌竞争力分析70

第一节上海来伊份股份有限公司（来伊份）70

一、企业发展基本情况70

二、休闲食品产品品种71

三、企业经营情况分析71

四、企业门店数量情况73

五、品牌加盟流程分析74

第二节好想你枣业股份有限公司(好想你) 75

一、企业发展基本情况75

二、休闲食品产品品种76

三、企业经营情况分析76

四、企业门店数量情况78

五、品牌加盟条件分析78

第三节上海天喔食品(集团)有限公司（天喔一佳）78

一、企业发展基本情况78

二、休闲食品产品品种79

三、企业经营情况分析79

四、企业销售网络分布80

五、企业竞争优势分析81

第四节湖北良品铺子食品有限公司（良品铺子）81

一、企业发展基本情况81

二、休闲食品产品品种82

三、企业经营情况分析82

四、企业门店数量情况83

五、品牌加盟条件分析83

第五节杭州姚太太食品有限公司（姚太太）84

一、企业发展基本情况84

二、休闲食品产品品种85

三、企业经营情况分析85

四、企业门店数量情况86

五、品牌加盟优势分析86

第六节湖北唐十八食品开发科技有限公司（非常食客）86

一、企业发展基本情况86

二、休闲食品产品品种87

三、企业门店数量情况87

四、品牌加盟优势分析88

第七节浙江百纳生元投资管理有限公司（公主驾到）88

一、企业发展基本情况88

二、休闲食品产品品种89

三、企业管理模式分析89

四、企业门店数量情况90

五、品牌加盟条件分析90

第八节宁波博全商贸有限公司（老婆大人）90

一、企业发展基本情况90

二、休闲食品产品品种91

三、企业门店数量情况91

四、品牌选址要求分析92

第九节上海至臻食品有限公司（零食多）92

一、企业发展基本情况92

二、休闲食品产品品种93

三、企业产品原料分析94

四、企业门店数量情况94

五、品牌加盟优势分析95

第十节广东糖朝世家股份有限公司（糖朝世家）95

一、企业发展基本情况95

二、休闲食品产品品种96

三、企业门店经营情况97

四、品牌加盟条件分析97

第十一节上海麦农食品销售管理有限公司（伊味儿）98

一、企业发展基本情况98

二、休闲食品产品品种99

三、企业门店数量情况99

四、品牌加盟条件分析99

第十二节上海百味林实业有限公司（百味林）100

一、企业发展基本情况100

二、休闲食品产品品种101

三、企业销售网络分析101

四、企业门店数量情况102

五、品牌加盟优势分析102

第十三节上海越近食品销售管理有限公司（怡佳仁）103

一、企业发展基本情况103

二、休闲食品产品品种104

三、企业门店数量情况104

四、品牌加盟条件分析104

第十四节味之牛厨实业有限公司（牛厨零食）105

一、企业发展基本情况105

二、休闲食品产品品种106

三、企业门店数量情况106

四、品牌加盟流程分析106

第七章2017-2022年中国休闲食品连锁经营前景分析108

第一节2017-2022年中国休闲食品连锁经营前景分析108

一、休闲食品行业发展趋势分析108

二、休闲食品连锁经营规模预测112

三、休闲食品连锁经营前景预测112

第二节2017-2022年中国休闲食品连锁投资前景分析114

一、休闲食品连锁经营投资壁垒114

二、休闲食品连锁经营SWOT分析115

三、休闲食品连锁经营投资效益120

第三节2017-2022年中国休闲食品连锁投资风险分析121

一、市场竞争风险121

二、成本上升风险121

三、食品安全风险121

四、市场拓展风险122

第四节2017-2022年中国休闲食品连锁投资策略及建议122

- 一、休闲食品连锁市场策略分析122
- 二、休闲食品连锁营销策略分析123
- 三、提高休闲食品连锁企业竞争力的策略124

第八章休闲食品连锁企业投资战略与客户策略128(ZY WZY)

第一节休闲食品连锁企业发展战略规划意义128

- 一、企业转型升级的需要128
- 二、企业强做大做的需要128
- 三、企业可持续发展需要128

第二节休闲食品连锁企业战略规划制定依据129

一、行业主要法律法规及政策129

- (一) 国家产业政策129
- (二) 主要法律法规130

二、行业发展规律132

三、企业资源与能力132

四、可预期的战略定位132

第三节休闲食品连锁企业战略规划策略分析133

一、战略综合规划133

二、技术开发战略133

三、区域战略规划134

四、产业战略规划134

五、营销品牌战略134

六、竞争战略规划136

第四节休闲食品连锁企业重点客户战略实施137

一、重点客户战略的必要性分析137

二、重点客户的鉴别与确定分析139

三、重点客户的开发与培育分析140

四、重点客户战略要需解决的问题144

五、重点客户的市场营销策略分析150

图表目录：

图表1 休闲食品行业主要商业模式13

图表2 2012-2016年中国休闲食品市场零售量与零售额统计18
图表3 2012-2016年中国休闲食品市场零售量与零售额统计19
图表4 2012-2016年中国糕饼市场零售量与零售额情况19
图表5 2012-2016年中国糕点市场零售量与零售额情况20
图表6 2012-2016年中国蛋糕零售量统计20
图表7 2012-2016年中国饼干市场零售量与零售额情况21
图表8 2012-2016年中国薯条/薯片市场零售量与零售额情况21
图表9 2012-2016年中国干果市场零售量与零售额情况21
图表10 2012-2016年中国坚果市场零售量与零售额情况22
图表11 2012-2016年中国休闲食品连锁经营零售市场规模变化趋势图32
图表12 2012-2016年中国休闲食品连锁门店数变化趋势图33
图表13 连锁行业市场分类图36
图表14 连锁企业商圈调查的内容统计表37
图表15 连锁企业商业圈的划分点统计表38
图表16 连锁企业商业圈划分需标出地貌统计表38
图表17 连锁企业商业圈调查抽样地点统计表39
图表18 连锁企业的人本文化体现统计表51
图表19 连锁企业视觉识别设计要素图53
图表20 连锁企业的视觉设计原则统计表54
图表21 消费者购买休闲食品频率分析63
图表22 休闲食品消费人群年龄结构情况63
图表23 休闲食品消费家庭结构分析64
图表24 最常购买休闲食品消费调查情况65
图表25 消费者购买休闲食品的目的分析65
图表26 消费者选择休闲食品主要考虑因素分析66
图表27 消费者最常购买的休闲食品单价分析66
图表28 消费者购买休闲食品途径分析67
图表29 消费者对休闲食品的认知渠道分析67
图表30 上海来伊份股份有限公司主要产品情况表71
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/441043ID75.html>