

2016-2022年中国休闲食品 行业前景研究与前景趋势报告

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年中国休闲食品行业前景研究与前景趋势报告》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.abaogao.com/b/shipin/E17161Y3FS.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

休闲食品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。

从2004年到2014年，全国休闲食品行业年产值从1931亿元增长到9050亿元，占国内GDP比重由1.20%上升到1.42%，CAGR10=16.7%。其中，小品类休闲食品（坚果炒货、果脯蜜饯、豆制品、肉干肉脯等）产值从540亿元增长到3875亿元，CAGR10高达21.78%。休闲食品行业2011-2015年复合增长率为12.7%。各子品类中，2011-2015年间，果脯蜜饯、豆制品增速较快，超过20%，坚果炒货、肉干肉脯增速在15%-20%。饼干糕点占比最高，增速最慢。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国休闲食品行业前景研究与前景趋势报告》共十二章。首先介绍了休闲食品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国休闲食品行业规模及消费需求，然后对中国休闲食品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国休闲食品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国休闲食品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章：中国休闲食品行业背景分析 17

1.1 休闲食品行业定义及分类 17

1.1.1 行业概念及定义 17

1.1.2 行业主要产品大类 17

1.1.3 行业在国民经济中的地位 17

1.2 休闲食品行业统计标准 18

1.2.1 休闲食品行业统计部门和统计口径 18

1.2.2 休闲食品行业统计方法 18

1.2.3 休闲食品行业数据种类 18

第2章：2009-2015年中国休闲食品行业发展状况分析 20

2.1 中国休闲食品行业发展状况分析 20

2.1.1 中国休闲食品行业发展总体概况 20

2.1.2 中国休闲食品行业发展主要特点 20

(1) 竞争激烈——品牌是关键 20

线下零食各子行业重点品牌市场占有率 果脯蜜饯 重点品牌 溜溜果园 怡达 御食园 佳宝 华味亨 CR5 市占率 0.60% 0.43% 0.38% 0.36% 0.30% 2.08% 坚果炒货 重点品牌 洽 洽 金鸽 正林 真心 徽记 CR5 市占率 3.23% 0.87% 0.79% 0.60% 0.40% 5.88% 肉干 肉脯 重点品牌 有友 五洲 棒棒娃 母亲 品品 CR5 市占率 2.63% 1.42% 1.35% 1.26% 1.20% 7.87% 豆制品 重点品牌 奇爽 盐津铺子 口口香 华鹏 吴府记 CR5 市占率 0.84% 0.28% 0.14% 0.12% 0.10% 1.48%

(2) 生产趋于专业化和标准化 20

(3) 中高端市场成为争夺焦点 20

(4) 行业同质化现象严重 21

2.1.3 2015年休闲食品行业经营情况分析 21

(1) 行业经营效益分析 21

(2) 行业盈利能力分析 21

(3) 行业运营能力分析 22

(4) 行业偿债能力分析 22

(5) 行业发展能力分析 22

2.2 2009-2015年休闲食品行业经济指标分析 23

2.2.1 行业经济指标分析 23

2.2.2 不同规模企业经济指标分析 24

2.2.3 不同性质企业经济指标分析 28

2.3 2009-2015年休闲食品行业供需平衡分析 38

2.3.1 总体供给情况分析 38

(1) 总产值分析 38

(2) 产成品分析 38

2.3.2 各地区供给情况分析 39

- (1) 总产值排名前10个地区分析 39
- (2) 产成品排名前10个地区分析 40
- 2.3.3 总体需求情况分析 41
 - (1) 销售产值分析 41
 - (2) 销售收入分析 42
- 2.3.4 各地区需求情况分析 42
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析 42
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析 44
- 2.3.5 全国休闲食品行业产销率分析 45
- 2.4 2015年1-11月休闲食品行业运营状况分析 45
 - 2.4.1 规模分析 45
 - 2.4.2 资本/劳动密集度分析 46
 - 2.4.3 产销分析 46
 - 2.4.4 成本费用结构分析 47
 - 2.4.5 盈亏分析 47

第3章：中国休闲食品行业进出口分析 49

- 3.1 休闲食品行业进出口状况综述 49
- 3.2 休闲食品行业出口市场分析 49
 - 3.2.1 2015年行业出口分析 49
 - (1) 行业出口整体情况 49
 - (2) 行业出口产品结构 50
 - 3.2.2 2015年行业出口分析 52
 - (1) 行业出口整体情况 52
 - (2) 行业出口产品结构 52
 - 3.2.3 2015年1-6月行业出口分析 53
 - (1) 行业出口整体情况 53
 - (2) 行业出口产品结构 54
- 3.3 休闲食品行业进口市场分析 55
 - 3.3.1 2015年行业进口分析 55
 - (1) 行业进口整体情况 56
 - (2) 行业进口产品结构 56

- 3.3.2 2015年行业进口分析 57
 - (1) 行业进口整体情况 57
 - (2) 行业进口产品结构 58
- 3.3.3 2015年1-6月行业进口分析 60
 - (1) 行业进口整体情况 60
 - (2) 行业进口产品结构 60
- 3.4 休闲食品行业进出口前景及建议 62
 - 3.4.1 休闲食品行业出口前景及建议 62
 - 3.4.2 休闲食品行业进口前景及建议 62

第4章：中国休闲食品行业市场环境分析 63

- 4.1 休闲食品行业经济环境分析 63
 - 4.1.1 宏观经济环境分析 63
 - (1) 宏观经济走势分析 63
 - (2) 宏观经济走势预测 66
 - 4.1.2 宏观经济环境对相关行业的影响 67
 - (1) 宏观经济对上游产业的影响 67
 - (2) 宏观经济对行业的影响 67
- 4.2 休闲食品行业政策环境分析 68
 - 4.2.1 行业相关政策 68
 - (1) 《国家食品安全事故应急预案》 68
 - (2) 《2012年食糖进口关税配额申请和分配标准》 68
 - (3) 《食品添加剂使用标准》 69
 - (4) 《食品中真菌毒素限量》 GB2761-2011正版 69
 - (5) 《预包装食品标签通则》 69
 - (6) 《食用盐碘含量》 69
 - (7) 《个体工商户条例》 70
 - 4.2.2 行业发展规划 71
 - (1) 食品工业“十二五”发展规划 71
 - (2) 《轻工业调整与振兴规划》 71
- 4.3 休闲食品行业贸易环境分析 72
 - 4.3.1 行业产品贸易环境现状 72

- (1) 出口退税政策对休闲食品出口的影响 72
- (2) 技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响 73
- (3) 人民币升值对休闲食品出口的影响 73
- 4.3.2 行业贸易环境发展趋势 73
- 4.4 休闲食品行业市场消费环境分析 74
- 4.4.1 休闲食品消费特征分析 74
- 4.4.2 休闲食品消费结构分析 74
- 4.4.3 休闲食品消费趋势分析 74

第5章：中国焙烤食品行业市场分析 76

- 5.1 焙烤食品行业市场发展概述 76
- 5.1.1 焙烤食品行业市场发展现状 76
- 5.1.2 焙烤食品行业上游产业供应链分析 76
- (1) 谷类产品市场发展分析 76
- (2) 米面产品市场发展分析 77
- 1) 小麦市场发展分析 77
- 2) 玉米市场发展分析 78
- 5.2 膨化食品市场分析 81
- 5.2.1 谷物膨化食品市场分析 81
- 5.2.2 薯类膨化食品市场分析 81
- 5.2.3 豆类膨化食品市场分析 81
- 5.2.4 膨化食品主要品牌竞争情况 81
- 5.2.5 膨化食品主要消费群体分析 82
- (1) 膨化食品消费者性别分析 83
- (2) 膨化食品消费者婚姻状况分析 83
- (3) 膨化食品消费者家庭人口分析 83
- 5.3 饼干产品市场分析 83
- 5.3.1 饼干产品市场发展情况 83
- 5.3.2 饼干产品主要品牌竞争情况 84
- 5.3.3 饼干产品主要消费群体分析 84
- 5.4 糕点产品市场分析 84
- 5.4.1 糕点产品市场发展情况 84

- 5.4.2 糕点产品主要品牌竞争情况 85
- 5.4.3 糕点产品主要消费群体分析 85
- 5.5 面包产品市场分析 85
 - 5.5.1 面包产品市场发展情况 85
 - 5.5.2 面包产品主要品牌竞争情况 86
 - 5.5.3 面包产品主要消费群体分析 87
- 5.6 焙烤食品行业市场需求前景预测 87
 - 5.6.1 焙烤食品行业市场发展趋势分析 87
 - 5.6.2 焙烤食品行业市场前景预测分析 88
 - (1) 糕点需求前景预测 88
 - (2) 饼干需求前景预测 88
 - (3) 面包需求前景预测 88

第6章：中国糖果行业市场分析 89

- 6.1 糖果行业市场发展概述 89
 - 6.1.1 糖果行业市场发展现状 89
 - 6.1.2 糖果行业上游产业供应链分析 90
 - (1) 甜味剂行业发展状况分析 90
 - (2) 明胶行业发展状况分析 90
 - (3) 多糖醇行业发展状况分析 91
 - (4) 糖果添加剂行业发展状况分析 91
 - 1) 中草药提取物行业发展分析 91
 - 2) 香精香料行业发展分析 91
 - 3) 其它糖果添加剂市场发展分析 91
- 6.2 传统型糖果产品市场分析 91
 - 6.2.1 硬糖产品市场分析 91
 - (1) 硬糖产品市场发展情况 92
 - (2) 硬糖产品主要品牌竞争情况 92
 - 6.2.2 奶糖产品市场分析 92
 - (1) 奶糖产品市场发展情况 92
 - (2) 奶糖产品主要品牌竞争情况 92
 - 6.2.3 巧克力产品市场分析 93

- (1) 巧克力产品市场发展情况 93
- (2) 巧克力产品主要品牌竞争情况 93
- 6.2.4 酥糖产品市场分析 93
 - (1) 酥糖产品市场发展情况 93
 - (2) 酥糖产品主要品牌竞争情况 95
- 6.3 功能性糖果产品市场分析 95
 - 6.3.1 维生素糖果产品市场分析 95
 - (1) 维生素糖果产品市场发展情况 95
 - (2) 维生素糖果产品主要品牌竞争情况 96
 - 6.3.2 功能性清咽润喉糖市场分析 96
 - (1) 功能性清咽润喉糖市场发展情况 96
 - (2) 功能性清咽润喉糖主要品牌竞争情况 96
 - 6.3.3 无糖糖果产品市场分析 96
 - (1) 无糖糖果产品市场发展情况 96
 - (2) 无糖糖果产品主要品牌竞争情况 96
- 6.4 胶基糖果(口香糖)产品市场分析 97
 - 6.4.1 胶基糖果(口香糖)产品市场现状分析 97
 - 6.4.2 胶基糖果(口香糖)产品主要品牌竞争情况 97
 - 6.4.3 胶基糖果(口香糖)产品主要消费群体分析 97
- 6.5 糖果行业市场发展趋势及前景预测 98
 - 6.5.1 糖果行业市场消费特点及趋势分析 98
 - 6.5.2 糖果行业市场发展前景预测 99

第7章：中国干果行业市场分析 100

- 7.1 干果行业市场发展概述 100
 - 7.1.1 干果行业市场发展现状 100
 - 7.1.2 干果行业市场价格走势分析 100
 - 7.1.3 干果行业主要品牌竞争情况 100
 - 7.1.4 干果行业主要消费群体分析 100
- 7.2 干果行业细分产品市场分析 101
 - 7.2.1 瓜子产品市场分析 101
 - 7.2.2 花生产品市场分析 101

- 7.2.3 杏仁产品市场分析 101
- 7.2.4 核桃产品市场分析 101
- 7.2.5 开心果产品市场分析 102
- 7.3 特色干果市场需求分析 102
 - 7.3.1 新疆干果市场分析 102
 - 7.3.2 山东花生市场分析 102
- 7.4 干果行业市场需求前景预测 103
 - 7.4.1 干果行业市场消费特点及趋势分析 103
 - 7.4.2 干果行业市场发展前景预测 103

第8章：中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析 105

- 8.1 果冻行业市场分析 105
 - 8.1.1 果冻产品市场发展现状 105
 - 8.1.2 果冻产品主要品牌竞争情况 105
 - 8.1.3 果冻产品主要消费群体分析 105
 - 8.1.4 果冻产品市场发展趋势及前景预测 106
 - (1) 果冻产品市场消费特点及趋势分析 106
 - (2) 果冻产品市场发展前景预测 107
- 8.2 果脯蜜饯行业市场分析 107
 - 8.2.1 果脯蜜饯产品市场发展现状 107
 - (1) 果脯蜜饯产品市场需求分析 107
 - (2) 果脯蜜饯产品市场规模分析 108
 - (3) 果脯蜜饯产品市场竞争格局分析 108
 - 8.2.2 果脯蜜饯产品上游产业供应链分析 108
 - (1) 水果行业发展特征与趋势 108
 - (2) 制糖行业的发展特征与趋势 109
 - (3) 包装机械的发展特征与趋势 110
 - 8.2.3 果脯蜜饯产品区域市场分析 110
 - (1) 北京果脯蜜饯市场分析 111
 - (2) 江西酸枣糕市场分析 111
 - (3) 山东红枣市场分析 112
 - 8.2.4 果脯蜜饯产品消费市场调研分析 112

- (1) 果脯蜜饯产品市场品牌影响力情况 112
- (2) 果脯蜜饯产品市场消费情况 113
- (3) 果脯蜜饯产品消费影响因素分析 114

8.2.5 果脯蜜饯产品市场发展趋势 115

- (1) 果脯蜜饯市场面临的问题 115
- (2) 果脯蜜饯市场发展趋势 115

第9章：中国熟食行业市场分析 116

9.1 熟食行业市场发展状况分析 116

9.1.1 熟食行业市场发展现状分析 116

9.1.2 熟食行业上游产业供应链分析 116

- (1) 猪肉行业市场发展状况分析 116
- (2) 牛肉行业市场发展状况分析 116

9.2 熟食连锁经营市场状况分析 117

9.2.1 熟食连锁经营市场发展整体情况 117

9.2.2 熟食连锁经营市场规模分析 117

9.2.3 熟食连锁经营市场竞争格局分析 117

9.3 地区特色熟食产业发展状况分析 118

9.3.1 重庆熟食产品市场分析 118

9.3.2 湖南熟食产品市场分析 118

9.3.3 新疆牛肉干产品市场分析 119

9.3.4 内蒙风干牛肉干产品市场分析 119

9.3.5 北京熟食产品市场分析 119

9.4 熟食行业市场发展趋势及前景预测 120

9.4.1 熟食行业市场消费特点及趋势分析 120

9.4.2 熟食行业市场发展前景预测 120

第10章：中国休闲食品行业营销策略及渠道分析 121

10.1 休闲食品销售渠道分析 121

10.1.1 休闲食品销售渠道模式变迁 121

10.1.2 休闲食品销售渠道概述 121

- (1) 商超渠道 121

- (2) 批发渠道 122
- (3) 零售网点 122
- (4) 专卖店渠道 122
- (5) 网络渠道 122
- 10.1.3 休闲食品专卖店渠道分析 122
 - (1) 休闲食品专卖店 122
 - 1) 休闲食品专卖店渠道发展情况 122
 - 2) 休闲食品专卖店渠道特点及趋势 122
 - (2) 土特产专卖店 123
 - 1) 土特产专卖店渠道发展情况 123
 - 2) 土特产专卖店产品种类 123
 - 3) 土特产专卖店产品价格定位 123
 - (3) 休闲食品专卖店营销案例分析 123
 - 1) 久久丫休闲食品专卖店 123
 - 2) 周黑鸭休闲食品专卖店 124
 - 3) 来伊份休闲食品专卖店 124
 - 4) 良品铺子休闲食品专卖店 124
- 10.1.4 休闲食品网络渠道分析 125
 - (1) 网络渠道发展情况 125
 - (2) 网络渠道营销方式分析 125
 - 1) 微博营销 125
 - 2) 网络团购 125
 - 3) 淘宝零售 126
 - (3) 网络渠道特点及趋势 126
 - 1) 休闲食品销售渠道特点 126
 - 2) 休闲食品销售渠道建设策略 126
- 10.2 休闲食品品牌营销策略分析 126
 - 10.2.1 休闲食品品牌现状分析 126
 - 10.2.2 休闲食品主要品牌营销策略 126
 - (1) 单一品牌策略 127
 - (2) 多种品牌策略 127
 - (3) 品牌策略选择 127

10.2.3 地方特色休闲食品品牌策略	127
(1) 地方特色休闲食品品牌营销问题	127
(2) 地方特色休闲食品品牌策略分析	128
10.2.4 休闲食品品牌发展战略	128
(1) 立足品牌塑造	128
(2) 实现品牌健康诉求	128
(3) 挖掘品牌文化内涵	128
(4) 形成品牌鲜明差异	129
10.2.5 休闲食品品牌发展趋势	129
(1) 倡导产品创新思维理念	129
(2) 重视体验式营销和文化营销	129
(3) 以产品品牌带动企业品牌形象	129
(4) 重视公关价值和社会效应	129
10.2.6 休闲食品品牌策略案例分析	130
(1) 好丽友品牌策略案例分析	130
(2) 喜之郎品牌策略案例分析	130
(3) 盼盼法式小面品牌策略案例分析	132
10.3 休闲食品包装营销策略分析	133
10.3.1 食品包装设计特点分析	133
(1) 儿童食品包装设计特点	133
(2) 青年人休闲食品包装设计特点	133
(3) 旅游休闲食品包装设计特点	133
(4) 老年人食品包装设计特点	133
10.3.2 休闲食品礼品包装分析	133
(1) 礼品包装的功能	133
(2) 礼品包装的种类	134
(3) 礼品包装推出的周期	134
(4) 礼品包装设计的特点	134
(5) 礼品包装的发展趋势	135
10.4 休闲食品广告营销策略分析	135
10.4.1 休闲食品广告投放现状分析	135
10.4.2 休闲食品营销广告媒体种类分析	135

10.4.3 休闲食品行业广告营销案例分析 135

- (1) 旺旺广告营销案例分析 135
- (2) 达利食品广告营销案例分析 137
- (3) 雅客广告营销案例分析 137
- (4) 洽洽广告营销案例分析 138

10.5 休闲食品节日营销策略分析 138

10.5.1 节日营销的概念 138

10.5.2 节日的消费特点 138

10.5.3 节日营销的要点 139

- (1) 明确目标 139
- (2) 突出促销主题 139
- (3) 关注促销形式 139
- (4) 产品卖点节日化 139
- (5) 促销方案要科学 139

10.5.4 休闲食品春节营销策略分析 139

(1) 春节休闲食品市场需求分析 140

- 1) 春节糖果市场需求及增长情况分析 140
- 2) 春节饼干市场需求及增长情况分析 140
- 3) 春节干果市场需求及增长情况分析 140
- 4) 春节果脯蜜饯市场需求及增长情况分析 140

(2) 春节休闲食品营销策略 140

- 1) 文化营销 140
- 2) 互动营销 141
- 3) 展会营销 141

第11章：中国休闲食品行业企业竞争力分析 142

11.1 国际休闲食品企业在华竞争力分析 142

11.1.1 国际品牌在华竞争情况 142

11.1.2 国际企业在华竞争力分析 142

- (1) 法国达能集团 142
- (2) 美国百事食品公司 143
- (3) 菲律宾晨光公司 144

- (4) 韩国好丽友公司 144
- (5) 美国通用磨坊食品公司 145
- (6) 美国卡夫食品国际公司 145
- (7) 日本格力高集团 146
- (8) 韩国乐天集团 146
- (9) 美国箭牌糖果有限公司 146
- (10) 美国玛氏公司 147
- (11) 不凡帝范梅勒集团 147
- (12) 吉百利史威士股份有限公司 148
- (13) 意大利费列罗集团 148
- 11.2 中国休闲食品企业竞争力分析 149
 - 11.2.1 中国焙烤食品企业竞争力分析 149
 - (1) 焙烤食品企业资产竞争力分析 149
 - (2) 焙烤食品企业收入竞争力分析 150
 - (3) 焙烤食品企业利润竞争力分析 151
 - 11.2.2 中国糖果企业竞争力分析 153
 - (1) 糖果企业资产竞争力分析 153
 - (2) 糖果企业收入竞争力分析 154
 - (3) 糖果企业利润竞争力分析 156
 - 11.2.3 中国干果企业竞争力分析 157
 - (1) 干果企业资产竞争力分析 157
 - (2) 干果企业收入竞争力分析 159
 - (3) 干果企业利润竞争力分析 160
 - 11.2.4 中国果脯蜜饯企业竞争力分析 161
 - (1) 果脯蜜饯企业资产竞争力分析 161
 - (2) 果冻及果脯蜜饯企业收入竞争力分析 163
 - (3) 果冻及果脯蜜饯企业利润竞争力分析 163
 - 11.2.5 中国休闲食品行业五力竞争模型 164
 - (1) 上游议价能力分析 164
 - (2) 下游议价能力分析 164
 - (3) 新进入者威胁分析 165
 - (4) 替代品威胁分析 165

(5) 行业竞争现状分析	165
11.3 中国休闲食品企业发展趋势分析	165
11.3.1 中国休闲食品企业面临的问题	165
(1) 产品同质化严重	165
(2) 产品缺乏创意	165
(3) 营销网络不健全	165
(4) 产品研发后劲不足	166
(5) 食品安全问题	166
11.3.2 中国休闲食品企业发展趋势	166
(1) 口味及品类创新为必然趋势	166
(2) 产品包装发展趋势	167
(3) 营销模式发展趋势	167
(4) 竞争策略发展趋势	167
第12章：中国休闲食品行业主要企业生产经营分析	169 (ZY CW)
12.1 焙烤食品行业领先企业个案分析	169
12.1.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析	169
(1) 企业发展简况分析	169
(2) 主要经济指标分析	169
(3) 企业盈利能力分析	170
(4) 企业运营能力分析	170
(5) 企业偿债能力分析	171
(6) 企业发展能力分析	171
(7) 企业产品结构及新产品动向	172
(8) 企业销售渠道与网络	172
(9) 企业经营状况优劣势分析	173
(10) 企业最新发展动向分析	173
12.1.2 上好佳(中国)有限公司经营情况分析	174
(1) 企业发展简况分析	174
(2) 企业产销能力分析	174
(3) 企业盈利能力分析	175
(4) 企业运营能力分析	175

- (5) 企业偿债能力分析 176
- (6) 企业发展能力分析 176
- (7) 企业产品结构及新产品动向 177
- (8) 企业销售渠道与网络 177
- 12.1.3 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析 177
 - (1) 企业发展简况分析 178
 - (2) 企业产销能力分析 178
 - (3) 企业盈利能力分析 179
 - (4) 企业运营能力分析 179
 - (5) 企业偿债能力分析 180
 - (6) 企业发展能力分析 180
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 181
 - (8) 企业销售渠道与网络 181
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 181
- 12.1.4 百事食品(中国)有限公司经营情况分析 181
 - (1) 企业发展简况分析 182
 - (2) 企业产销能力分析 182
 - (3) 企业盈利能力分析 183
 - (4) 企业运营能力分析 183
 - (5) 企业偿债能力分析 184
 - (6) 企业发展能力分析 184
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 185
 - (8) 企业销售渠道与网络 185
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 185
- 12.1.5 好丽友食品有限公司经营情况分析 186
 - (1) 企业发展简况分析 186
 - (2) 企业产销能力分析 186
 - (3) 企业盈利能力分析 186
 - (4) 企业运营能力分析 187
 - (5) 企业偿债能力分析 187
 - (6) 企业发展能力分析 187
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 188

- (8) 企业销售渠道与网络 188
- (9) 企业经营状况优劣势分析 188
- (10) 企业最新发展动向分析 188

图表目录：

图表1：2006-2015年上半年中国休闲食品行业市场规模变化趋势（单位：亿元，%） 2

图表2：2006-2015年休闲食品行业工业总产值及在GDP比重（单位：亿元，%） 17

图表3：2009-2015年休闲食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%） 21

图表4：2009-2015年中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%） 21

图表5：2009-2015年中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次） 22

图表6：2009-2015年中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：%、倍） 22

图表7：2009-2015年中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%） 23

图表8：2009-2015年休闲食品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 23

图表9：2009-2015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，%）
24

图表10：2009-2015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，%）
25

图表11：2009-2015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，%）
26

图表12：2008-2015年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 27

图表13：2008-2015年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 27

图表14：2008-2015年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 28

图表15：2008-2015年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 28

图表16：2009-2015年国有休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 29

图表17：2009-2015年集体休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 29

图表18：2009-2015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，%）
30

图表19：2009-2015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，%）
31

图表20：2009-2015年私营休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 32

图表21：2009-2015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，%） 33

图表22：2009-2015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，%） 34

图表23：2008-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 36

图表24：2008-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 36

图表25：2008-2015年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 36

图表26：2008-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 37

图表27：2006-2015年休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 38

图表28：2006-2015年休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 39

图表29：2009-2015年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 39

图表30：2015年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 40

图表31：2009-2015年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 41

图表32：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 41

图表33：2006-2015年休闲食品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 42

图表34：2006-2015年休闲食品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 42

图表35：2009-2015年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 43

图表36：2015年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 44

图表37：2009-2015年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 44

图表38：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 44

图表39：2006-2015年全国休闲食品行业产销率变化趋势图（单位：%） 45

图表40：2015年1-11月休闲食品行业产业规模分析（单位：家，万人，亿元） 45

图表41：2015年1-11月休闲食品行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位） 46

图表42：2015年1-11月休闲食品行业产销情况（单位：亿元） 47

图表43：2015年1-11月休闲食品行业成本费用情况（单位：亿元） 47

图表44：2015年1-11月休闲食品行业成本费用结构情况（单位：%） 47

图表45：2015年1-11月休闲食品行业盈亏情况（单位：亿元，%） 47

图表46：2009-2015年上半年中国休闲食品行业进出口状况表（单位：万美元，%） 49

图表47：2015年休闲食品行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元） 49

图表48：2015年中国休闲食品行业出口产品（单位：吨，万美元） 51

图表49：2015年休闲食品行业出口产品结构（单位：%） 51

图表50：2015年休闲食品行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元） 52

图表51：2015年中国休闲食品行业出口产品（单位：吨，万美元） 53

图表52：2015年休闲食品行业出口产品结构（单位：%） 53

图表53：2015年1-6月休闲食品行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元） 53

图表54：2015年1-6月中国休闲食品行业出口产品（单位：吨，万美元） 55

图表55：2015年1-6月休闲食品行业出口产品结构（单位：%） 55

图表56：2015年休闲食品行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元） 56

图表57：2015年中国休闲食品行业进口产品（单位：吨，万美元） 56

图表58：2015年休闲食品行业进口产品结构（单位：%） 57

图表59：2015年休闲食品行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元） 57

图表60：2015年中国休闲食品行业进口产品（单位：吨，万美元） 59

图表61：2015年休闲食品行业进口产品结构（单位：%） 59

图表62：2015年1-6月休闲食品行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元） 60

图表63：2015年1-6月中国休闲食品行业进口产品（单位：吨，万美元） 61

图表64：2015年1-6月休闲食品行业进口产品结构（单位：%） 61

图表65：2010.11-2011.11美国国债收益率、通胀预期（单位：%） 64

图表66：2009.09-2011.11欧元区CPI走势（单位：%） 65

图表67：2009.10-2011.11欧元区经济信心指数 65

图表68：2011人民币兑美元汇率变化预测 67

图表69：2006-2015年国内粳米价格走势（单位：元/吨） 76

图表70：2004-2015年中国小麦供需平衡表（单位：百万吨，%） 77

图表71：2006-2015年中国小麦价格走势（单位：元/吨） 78

图表72：2004-2015年中国玉米供需平衡表（单位：百万吨，%） 78

图表73：2007-2015年中国玉米价格走势（单位：元/吨） 80

图表74：2015年11月18日各地区（水分15%以下）玉米报价情况（单位：元/吨） 80

图表75：膨化食品品牌渗透率男女差别（单位：%） 83

图表76：膨化食品品牌渗透率婚姻状况差别（单位：%） 83

图表77：2015年国内主要糖果品牌及产品种类 89

图表78：2000-2015年中国酥糖产量变化情况（单位：万吨） 95

图表79：2010-2015年3月中国糖果月度产量及同比增长情况（单位：万吨，%） 99

图表80：2000-2015年9月国内白糖价格走势（单位：元/吨） 109

图表81：过去一年中消费者总共吃过的果脯蜜饯产品品牌个数占比（单位：%） 112

图表82：消费者认为每袋果脯蜜饯产品的适宜价格占比（单位：%） 113

图表83：过去一年中消费者平均每月用于果脯蜜饯产品支出占比（单位：%） 114

图表84：消费者哪个季节吃果脯蜜饯产品的数量最多（单位：%） 114

- 图表85：2015年中国焙烤食品行业前十家企业资产份额分布（单位：万元，%） 149
- 图表86：2009-2015年焙烤食品行业资产集中度变化图（单位：%） 150
- 图表87：2015年中国焙烤食品行业前十家企业销售份额分布（单位：万元，%） 151
- 图表88：2009-2015年焙烤食品行业销售集中度变化图（单位：%） 151
- 图表89：2015年中国焙烤食品行业前十家企业利润份额分布（单位：万元，%） 152
- 图表90：2009-2015年焙烤食品行业利润集中度变化图（单位：%） 153
- 图表91：2015年中国糖果行业前十家企业资产份额分布（单位：万元，%） 154
- 图表92：2009-2015年糖果行业资产集中度变化图（单位：%） 154
- 图表93：2015年中国糖果行业前十家企业销售份额分布（单位：万元，%） 155
- 图表94：2009-2015年糖果行业销售集中度变化图（单位：%） 156
- 图表95：2015年中国糖果行业前十家企业利润份额分布（单位：万元，%） 156
- 图表96：2009-2015年糖果行业利润集中度变化图（单位：%） 157
- 图表97：2015年中国干果行业前十家企业资产份额分布（单位：万元，%） 157
- 图表98：2009-2015年干果行业资产集中度变化图（单位：%） 158
- 图表99：2015年中国干果行业前十家企业销售份额分布（单位：万元，%） 159
- 图表100：2009-2015年干果行业销售集中度变化图（单位：%） 160
- 图表101：2015年中国干果行业前十家企业利润份额分布（单位：万元，%） 160
- 图表102：2009-2015年干果行业利润集中度变化图（单位：%） 160
- 图表103：2015年中国果脯蜜饯行业前十家企业资产份额分布（单位：万元，%） 161
- 图表104：2009-2015年果脯蜜饯行业资产集中度变化图（单位：%） 162
- 图表105：2015年中国果脯蜜饯行业前十家企业销售份额分布（单位：万元，%） 163
- 图表106：2009-2015年果脯蜜饯行业销售集中度变化图（单位：%） 163
- 图表107：2015年中国果脯蜜饯行业前十家企业利润份额分布（单位：万元，%） 163
- 图表108：2009-2015年果脯蜜饯行业利润集中度变化图（单位：%） 164
- 图表109：中国休闲食品分类情况 166
- 图表110：2008-2015年中国旺旺控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 170
- 图表111：2008-2015年中国旺旺控股有限公司盈利能力分析（单位：%） 170
- 图表112：2008-2015年中国旺旺控股有限公司运营能力分析（单位：次） 170
- 图表113：2008-2015年中国旺旺控股有限公司偿债能力分析（单位：%、倍） 171
- 图表114：2008-2015年中国旺旺控股有限公司发展能力分析（单位：%） 171
- 图表115：中国旺旺控股有限公司国内销售网点分布情况 173
- 图表116：中国旺旺控股有限公司优势与劣势 173

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/E17161Y3FS.html>