

2016-2022年中国休闲食品 市场深度调查与未来发展战略分析报告

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深度调查与未来发展战略分析报告》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/L850436TK7.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

1、竞争格局和市场化程度

(1) 休闲食品零售业态多元化

纵观国内休闲食品零售行业业态，随着休闲食品零售行业不断发展和深入，休闲食品零售业态由传统的批发零售到如今的多层次、多渠道零售业态并存。目前，国内的休闲食品零售业态主要有全国性食品零售连锁企业、区域性食品零售连锁企业、大型超市、地方性超市、食品零售店（便利店）、特产专卖店、街边摊等，总体表现出零售业态多元化的特征。

随着消费者的需求向多元化、个性化的方向发展，休闲食品品类愈加细化、多元化。在这种情况下，连锁专卖店作为新兴的休闲食品零售业态，以专业化、品牌化和规模化的特点契合了行业发展的需要，并将得以迅速发展。

(2) 区域性品牌较为普遍，全国性品牌尚待发展

休闲食品连锁行业具有较强的“区域资源”特性，区域性食品零售连锁企业由于更加了解本区域消费的口味偏好、物流配送范围小、本地消费者认同感强，其在商品品类管理、市场份额、物流能力、营销能力方面均具有一定的竞争优势。而全国性品牌，可以利用品牌知名度、渠道优势、规模优势，在考虑食品口味兼顾本地口味之后，复制原有的成功模式，在新的区域开拓市场。一部分区域性品牌在管理、物流、人才、资金方面取得了深厚的积累之后，必然不断扩大营销网络覆盖区域，尝试发展成为全国性品牌。

(3) 规模和品质成为品牌企业竞争的主要因素

随着休闲食品消费需求的逐步升级，休闲食品品类愈加细化与特色化，消费者对休闲食品的营养、健康、安全、新鲜度、美味度等方面要求也不断提高。在运营成本和人力成本逐步上升的压力下，国内休闲食品零售企业的盈利能力在不同程度的受到冲击，市场占有率向少数品牌集中的趋势逐步显现。由于产品创新、供应链管理、营销网络建设和品牌维护需要增加投入，企业未来只有在保证品质稳步提高的前提下，努力通过扩大规模降低生产成本才能在竞争中不断发展和壮大。

2、进入本行业的主要障碍

进入本行业的主要障碍 主要壁垒 壁垒分析 品牌壁垒 休闲食品消费日益品牌化，而对企业而言，品牌是综合实力的体现，品牌的树立需要企业在产品质量管控、企业文化、营销网络、专业服务等多方面长期不懈的努力，是行业壁垒的集中体现。品牌是在企业发展过程中逐步积累形成的，需要经历相当长的时间，对新进入者而言，树立公司品牌不仅需要漫长的时间，而且树立品牌的成本要数倍于原有企业维持和巩固品牌的成本，因此品牌成为制约

新进入者进入本行业的主要壁垒之一。

营销网络及管理壁垒 营销网络是休闲食品连锁零售业的根本，是由销售网络、商情网络、广宣网络、客户网络和服务网络组成的有机体系。我国休闲食品消费具有明显销售区域化特点，对休闲食品连锁零售企业的营销网络在深度和广度上要求更高。休闲食品连锁销售企业要实现跨区域经营，建设全国性的营销网络，需要对营销管理、价格与质量管控、物流配送、库存等各个环节进行科学的精细化管理，需要有一套科学的组织结构、标准化的业务管理流程、完善的人才引进及培育体系，这些都需要在经营实践中不断积累和总结。拥有健全、优质的营销网络，是企业得以迅速发展的关键要素，也是进入新行业的关键门槛。

规模化经营壁垒 对于休闲食品连锁零售行业而言，连锁零售企业的规模效益非常明显，并呈现强者愈强的局面。规模较大的连锁零售企业拥有相对较强的商品分销网络，通过规模效益，一方面可以与供应商建立长期稳定的合作，提高对供应商的议价能力、提升产品品质、降低采购成本；另一方面规模较大的企业经营管理相对规范并具备相对便利和快捷的销售渠道，减少消费者的购买成本，对消费者具有较强的吸引力。相对而言，就规模较小和新进入的休闲食品连锁零售企业而言，其市场抗风险能力不强，既面临外部规模企业的强势竞争，又面临着内部资金、品牌、网络终端等多方面的发展制约，在市场竞争中者很难取得有利的地位。

供应链整合能力壁垒 对于休闲食品连锁零售行业而言，连锁零售企业的规模效益非常明显，并呈现强者愈强的局面。规模较大的连锁零售企业拥有相对较强的商品分销网络，通过规模效益，一方面可以与供应商建立长期稳定的合作，提高对供应商的议价能力、提升产品品质、降低采购成本；另一方面规模较大的企业经营管理相对规范并具备相对便利和快捷的销售渠道，减少消费者的购买成本，对消费者具有较强的吸引力。相对而言，就规模较小和新进入的休闲食品连锁零售企业而言，其市场抗风险能力不强，既面临外部规模企业的强势竞争，又面临着内部资金、品牌、网络终端等多方面的发展制约，在市场竞争中者很难取得有利的地位。

资金规模壁垒 随着休闲食品零售连锁经营的逐渐普及及追求规模效应，对于现阶段以外延扩张为主的休闲食品零售企业来说资金实力就变得尤其重要，门店扩张、存货增加、物流中心建设、信息系统建设、人才培养等都需要大量的资金支持。因此，对休闲食品连锁零售企业的资金实力有较高的要求。

本研究咨询报告由智研数据研究中心领衔撰写，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、智研数据研究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。

报告揭示了休闲食品行业市场潜在需求与市场机会，报告对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：

第一章休闲食品产业概述

第一节休闲食品产业定义

第二节休闲食品产业发展历程

第三节休闲食品分类情况

第四节休闲食品产业链分析

一、产业链模型介绍

二、休闲食品产业链模型分析

第二章中国休闲食品产业发展环境分析

第一节中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节休闲食品产业相关政策

一、国家“十三五”产业政策

二、其他相关政策

第三节中国休闲食品产业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章全球休闲食品市场分析

第一节美国

第二节日本

第三节印度

第四节越南

第五节重点厂商分析

第四章中国休闲食品产业供需现状分析

第一节休闲食品产业总体规模

第二节休闲食品产能概况

一、2010-2015年产能分析

二、2016-2022年产能预测

第三节休闲食品产量概况

第四节休闲食品市场需求概况

一、2010-2015年市场需求量分析

二、2016-2022年市场需求量预测

第五节进出口分析

第五章中国休闲食品产业总体发展状况

第一节中国休闲食品产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

四、产业市场规模状况分析

第二节中国休闲食品产业财务能力分析

第三节产业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

第四节国际竞争力比较

第五节休闲食品企业竞争策略分析

第六章 2012年我国休闲食品产业重点区域分析

第一节华北

第二节华南

第三节华东

第四节华西

第五节其他重点经济开发地区

第七章休闲食品产业市场分析

第一节重点产品休闲食品

- 一、市场占有率
- 二、市场应用及特点
- 三、供应商分析

第二节技术分析

- 一、技术现状
- 二、创新技术研发及方向

第三节产品细分

第四节市场价格分析

第八章休闲食品产业国内重点生产厂家分析

第一节A公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节B公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第九章2016-2022年休闲食品产业发展趋势及投资风险分析

第一节当前休闲食品市场存在的问题

第二节休闲食品未来发展预测分析

- 一、2016-2022年中国休闲食品产业发展规模
- 二、2016-2022年中国休闲食品产业技术趋势预测
- 三、总体产业“十三五”整体规划及预测

第三节2016-2022年中国休闲食品产业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 研究总结 (ZY LXY)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/L850436TK7.html>