

2017-2022年中国休闲食品 市场分析预测与投资前景预测报告

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年中国休闲食品市场分析预测与投资前景预测报告》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/N03827PPX4.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

我国休闲食品发展起步较晚，但近年发展迅速。2002年我国休闲食品的市场规模仅317亿元，处于起步阶段，至2008年增长至528亿元。2011-2015年是我国休闲食品行业高速发展的5年，CAGR达到12.7%，2014年市场规模已接近千亿。最近两年行业增速有所放缓，但仍维持了6%以上的增长，目前市场规模已达到1095亿元。

休闲食品规模近两年增速放缓，主要是由于消费量的增速明显下滑引起的。2011-2015年，休闲食品的消费量增速一直维持在10%以上，而15和16年则跌落至不到3%。主要是近期人均可支配收入增速放缓影响，当收入增速放缓后，消费者将最先减少休闲食品等可选消费的数量。

我国休闲食品市场规模突破千亿

市场规模增长放缓主要受消费量影响

我国近两年人均可支配收入增速放缓

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国休闲食品市场分析预测与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了休闲食品相关概念及发展环境，接着分析了中国休闲食品规模及消费需求，然后对中国休闲食品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国休闲食品面临的机遇及发展前景。您若想对中国休闲食品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：

第一章 休闲食品行业相关概述

1.1 休闲食品行业定义及分类

1.1.1 休闲食品的定义

1.1.2 休闲食品的分类

1、烘焙类休闲食品

2、炒货类休闲食品

3、糖果类休闲食品

4、膨化类休闲食品

5、其它种类休闲食品

1.2 休闲食品行业统计标准

1.2.1 休闲食品行业统计口径

1.2.2 休闲食品行业统计方法

1.2.3 休闲食品行业数据种类

1.2.4 休闲食品行业研究范围

1.3 休闲食品行业经营模式分析

1.3.1 个体经营的零售模式

1.3.1 超市卖场零售模式

1.3.1 连锁零售模式

第二章 2015年休闲食品行业热点分析及解读

2.1 休闲食品行业热点

2.1.1 “巧克力+”时代来临

2.1.2 休闲餐新的消费潮流

2.1.3 添加水果、坚果的休闲冰淇淋需求激增

2.1.4 休闲食品市场进一步向品牌集中

2.1.5 休闲食品渠道扩张的电商“互联网+”趋势

2.1.6 饼干的形状趋于多样化

2.1.7 保健食品趋势

第三章 2014-2016年中国休闲食品行业发展环境分析

3.1 休闲食品行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业管理体制及主管部门

3.1.2 休闲食品业主要标准规范

3.1.3 休闲食品业相关产业政策

1、《食品添加剂使用标准》

2、焙烤业实施标准化管理

3、糕点产品市场准入制度

4、焙烤行业其它法规政策

3.2 休闲食品行业经济环境分析（E）

- 3.2.1 中国GDP增长情况分析
- 3.2.2 工业经济发展形势分析
- 3.2.3 社会固定资产投资分析
- 3.2.4 全社会消费品零售总额
- 3.2.5 城乡居民收入增长分析
- 3.2.6 居民消费价格变化分析
- 3.2.7 对外贸易发展形势分析
- 3.3 休闲食品行业社会环境分析（S）
- 3.3.1 人口环境分析
- 3.3.2 教育环境分析
- 3.3.3 文化环境分析
- 3.3.4 科技环境分析
- 3.3.5 生态环境分析
- 3.3.6 中国城镇化率

第四章 中国休闲食品行业发展状况分析

4.1 中国休闲食品行业发展状况分析

4.1.1 中国休闲食品行业发展总体概况

2009-2016年间，我国休闲食品的年人均消费量从1.24kg增长至2.2kg，CAGR达8.5%，增速远高于发展相对成熟市场。2016年我国休闲食品人均2.2kg的消费量已接近韩国和台湾地区的水平，但相比更为成熟的日本、英国和美国仍然有较大的提升空间。。2014年及之前，我国休闲食品的吨均价维持在3.3万元左右，增速低于同时期CPI的增长。2015和2016年，我国休闲食品的均价明显上升，突破3.5和3.6万元的吨价，增速高于同时期CPI的增长。受益于消费主力年轻化的趋势以及未来人均收入的进一步提升，休闲食品的均价有望进一步增长。

2009-2016年我国休闲食品人均消费量增速高于成熟市场

我国休闲食品人均消费量还有提升空间（kg）

我国休闲食品均价开始上升

- 1、休闲食品行业的发展规模
- 2、休闲食品行业市场现状
- 3、休闲食品行业的消费群体
- 4、休闲食品行业面临的挑战及发展趋势

4.1.2 中国休闲食品行业发展主要特点

- 1、竞争激烈——品牌是关键
- 2、生产趋于专业化和标准化
- 3、中高端市场成为争夺焦点
- 4、行业同质化现象严重

4.1.3 2015年休闲食品行业经营情况分析

- 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

4.2 休闲食品行业经济指标分析

4.2.1 行业经济指标分析

4.2.2 不同性质企业经济指标分析

- 1、国有企业
- 2、集体企业
- 3、股份合作企业
- 4、股份制企业
- 5、私营企业
- 6、外商和港澳台投资企业
- 7、其他性质企业
- 8、不同性质企业主要经济指标变化情况分析

(1) 不同性质企业数量分析

(2) 不同性质企业资产规模分析

(3) 不同性质企业销售收入分析

(4) 不同性质企业利润总额分析

4.3 休闲食品行业供需平衡分析

4.3.1 总体供给情况分析

- 1、总产值分析
- 2、产成品分析

4.3.2 各地区供给情况分析

- 1、总产值排名前10个地区分析

2、产成品排名前10个地区分析

4.3.3 总体需求情况分析

1、销售产值分析

2、销售收入分析

4.3.4 各地区需求情况分析

1、销售产值排名前10个地区分析

2、销售收入排名前10个地区分析

4.3.5 全国休闲食品行业产销率分析

第五章 中国休闲食品行业进出口分析

5.1 休闲食品行业进出口状况综述

5.2 休闲食品行业出口市场分析

5.2.1 2014年行业出口分析

5.2.2 2015年行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

5.3 休闲食品行业进口市场分析

5.3.1 2014年行业进口分析

5.3.2 2015年行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

5.4 休闲食品行业进出口前景及建议

5.4.1 休闲食品行业出口前景及建议

1、休闲食品行业出口不利因素分析

(1) 国内食品安全事故

(2) 国外食品行业检测标准趋严

(3) 整体宏观经济环境不景气

2、休闲食品行业出口的有利因素分析

(1) 政府监管力度加大

(2) 企业自身标准提升

(3) 经济增长前景预期向好

5.4.2 休闲食品行业进口前景及建议

第六章 2015年中国主要休闲食品产业现状分析

6.1 炒货类休闲食品产业发展情况分析

6.1.1 中国炒货类休闲食品产业发展情况分析

- 1、炒货类休闲食品产业链
- 2、炒货类休闲食品主要产品
- 3、炒货类休闲食品发展现状
- 4、行业技术水平现状分析

6.1.2 炒货类休闲食品行业经营模式

- 1、采购模式
- 2、生产模式
- 3、销售模式
- 4、物流模式

6.1.3 炒货类休闲食品细分市场现状

1、葵花子市场现状分析

- (1) 向日葵种植面积
- (2) 向日葵产量情况
- (3) 葵花子市场现状

2、花生市场现状分析

- (1) 花生种植面积
- (2) 花生产量分析
- (3) 花生市场现状

3、豆类市场现状分析

- (1) 豆类种植面积
- (2) 中国豆类产量
- (3) 豆类市场现状

4、南瓜子市场现状分析

5、高档坚果类市场现状

6.1.4 干果及坚果市场零售规模分析

- 1、干果市场零售规模
- 2、坚果市场零售规模

6.1.5 炒货类休闲食品发展趋势分析

- 1、消费市场发展趋势
- 2、行业地位发展趋势
- 3、品牌发展趋势分析
- 4、消费结构发展趋势

6.2 烘焙类休闲食品行业发展情况分析

6.2.1 烘焙食品行业发展情况分析

- 1、行业发展概况分析
- 2、企业数量增长分析
- 3、资产规模增长分析
- 4、销售规模增长分析
- 5、利润规模增长分析

6.2.2 烘焙类休闲食品市场发展现状

- 1、品牌发展情况分析
- 2、市场竞争现状分析
- 3、行业技术水平现状

6.2.3 中国饼干市场发展情况分析

- 1、饼干行业发展状况
- 2、饼干产品生产分析
- 3、饼干市场零售规模
- 4、饼干品牌渗透率
- 5、未来发展趋势分析

6.2.4 蛋糕市场情况分析

- 1、蛋糕生产状况分析
- 2、蛋糕零售数量分析
- 3、蛋糕零售金额分析
- 4、蛋糕行业竞争态势

6.2.5 面包市场情况分析

- 1、面包生产状况分析
- 2、面包行业竞争态势

6.2.6 月饼点心市场情况分析

- 1、月饼点心生产状况
- 2、糕饼市场零售规模

3、糕点市场零售规模

4、月饼点心竞争态势

5、月饼点心品牌发展

6.2.7 烘焙类休闲食品未来市场展望

1、烘焙类休闲食品发展机遇

2、烘焙类休闲食品面临挑战

3、烘焙类休闲食品发展策略

6.3 糖果与巧克力行业发展情况分析

6.3.1 糖果与巧克力行业发展情况

1、行业发展概况分析

2、企业数量增长分析

3、资产规模增长分析

4、销售规模增长分析

5、利润规模增长分析

6.3.2 中国糖果行业发展情况分析

1、中国糖果标准分类

2、中国糖果产量分析

3、糖果行业细分市场现状

4、糖果行业消费市场现状

5、糖果市场消费层次分析

6、糖果行业品牌发展现状

7、糖果市场品牌渗透率

6.3.3 中国巧克力制品市场分析

1、巧克力市场生产分析

2、巧克力市场消费概况

3、巧克力行业品牌情况

4、巧克力的品牌渗透率

5、模注巧克力制品开发

6、巧克力市场竞争格局

7、巧克力消费需求方向

6.4 果脯蜜饯类休闲食品发展情况分析

6.4.1 中国水果种植业发展情况分析

1、果树种植情况分析

2、主要产品生产情况

3、区域发展情况分析

6.4.2 蜜饯行业发展情况分析

1、行业发展概况分析

2、企业数量增长分析

3、资产规模增长分析

4、销售规模增长分析

5、利润规模增长分析

6.4.3 果脯蜜饯休闲食品行业发展情况

1、中国果脯蜜饯发展历史

2、果脯蜜饯市场现状分析

3、果脯蜜饯市场品牌状况

6.4.4 果脯蜜饯休闲食品的发展趋势分析

1、产品发展趋势分析

2、品类发展趋势分析

3、技术发展趋势分析

4、包装发展趋势分析

5、添加剂发展趋势分析

6、口感外形发展趋势分析

6.5 膨化休闲食品市场发展情况分析

6.5.1 膨化休闲食品加工业发展情况分析

1、行业技术发展情况

2、产品法律法规分析

3、产品主要类别分析

6.5.2 膨化休闲食品市场发展现状分析

1、需求因素分析

2、市场零售规模

3、市场格局分析

4、品牌渗透率分析

6.5.3 薯类膨化休闲食品发展情况分析

1、薯类种植与生产情况

2、薯类休闲食品市场概况

3、薯类休闲食品市场规模

4、薯片市场竞争格局分析

6.5.4 膨化休闲食品行业发展趋势分析

1、市场前景展望分析

2、行业技术发展趋势

3、食品安全发展趋势

4、品牌文化发展趋势

6.6 中国口香糖市场发展情况分析

6.6.1 中国口香糖市场发展现状分析

1、口香糖市场零售量

2、口香糖市场零售额

3、中国口香糖品牌发展

4、中国口香糖消费整体状况分析

6.6.2 中国口香糖细分市场发展分析

1、中国无糖口香糖市场销售规模

2、中国含糖口香糖市场销售规模

3、中国泡泡糖市场销售规模

6.6.3 中国口香糖市场营销终端分析

1、各类口香糖终端的基本特点

2、各类口香糖终端的分布格局

3、口香糖市场主要销售模式

6.6.4 中国口香糖竞争现状分析

1、中国口香糖市场竞争激烈

2、中国木糖醇市场竞争现状

3、爽口片市场竞争现状分析

4、外资企业在中国市场情况

6.6.5 未来口香糖重点产品分析

1、戒烟口香糖

2、无糖口香糖

3、环保口香糖

4、无胶基口香糖

第七章 其他休闲食品市场发展情况分析

7.1 中国果冻行业发展现状分析

7.1.1 果冻市场品牌渗透率

7.1.2 果冻休闲食品细分市场

7.1.3 果冻休闲食品分销渠道

7.1.4 果冻休闲食品市场竞争

7.1.5 果冻行业进入壁垒分析

7.2 肉类休闲食品市场现状分析

7.2.1 中国畜牧产品肉类产量

7.2.2 肉类休闲食品市场概况

7.2.3 肉类休闲食品安全问题

7.3 绿色休闲食品市场现状分析

7.3.1 绿色休闲食品基本情况

7.3.2 绿色休闲食品类别分析

7.3.3 绿色休闲食品市场规模

7.3.4 绿色休闲食品行业利润

第八章 中国休闲食品市场消费调查

8.1 休闲食品消费者基本情况分析

8.1.1 消费者购买休闲食品频率

8.1.2 不同年龄的消费者偏好

8.1.3 休闲食品消费家庭结构

8.2 休闲食品消费者需求分析

8.2.1 消费者产品偏好分析

8.2.2 消费者购买目的分析

8.2.3 消费者考虑因素研究

8.2.4 消费者价格偏好分析

8.3 休闲食品消费者认知情况

8.3.1 消费者购买休闲食品途径分析

8.3.2 消费者对休闲食品认知渠道分析

8.3.3 消费者对休闲食品品牌认知情况

8.4 休闲食品安全问题消费者调查

8.4.1 休闲食品质量问题认知情况分析

8.4.2 休闲食品安全问题解决途径选择

8.4.3 休闲食品消费者信心情况分析

第九章 中国休闲食品行业市场竞争格局分析

9.1 国际休闲食品企业在华竞争力分析

9.1.1 国际企业在华竞争力分析

9.1.2 典型企业在华经营状况——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

9.2 中国休闲食品行业竞争五力分析

9.2.1 休闲食品行业上游议价能力

9.2.2 休闲食品行业下游议价能力

9.2.3 休闲食品行业新进入者威胁

9.2.4 休闲食品行业替代产品威胁

9.2.5 休闲食品行业现有企业竞争

9.3 中国休闲食品行业竞争SWOT分析

9.3.1 休闲食品行业优势分析（S）

9.3.2 休闲食品行业劣势分析（W）

9.3.3 休闲食品行业机会分析（O）

9.3.4 休闲食品行业威胁分析（T）

9.4 中国休闲食品企业竞争力分析

9.4.1 中国焙烤食品行业集中度分析

1、糖果行业资产集中度分析

2、糖果行业收入集中度分析

3、糖果行业利润集中度分析

9.4.2 中国糖果企业竞争力分析

1、干果行业资产集中度分析

2、干果行业收入集中度分析

3、干果行业利润集中度分析

9.4.3 中国果脯蜜饯行业集中度分析

- 1、果脯蜜饯行业资产集中度分析
- 2、果冻及果脯蜜饯行业收入集中度分析
- 3、果冻及果脯蜜饯行业利润集中度分析

第十章 中国休闲食品行业主要企业生产经营分析

10.1 焙烤食品行业领先企业个案分析

10.1.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析
- 7、企业产品结构分析
- 8、企业销售渠道与网络
- 9、企业经营状况优劣势分析

10.1.2 上好佳（中国）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.1.3 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.1.4 百事食品（中国）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

10.1.5 好丽友食品有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

10.1.6 福建福马食品集团有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.1.7 福建达利食品集团有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动态

10.1.8 乐天（中国）食品有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.1.9 福建盼盼食品集团有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业组织架构

- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.1.10 杭州顶园食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.1.11 上海江崎格力高食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.1.12 通用磨坊食品（南京）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.1.13 上海克莉丝汀食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.1.14 广东嘉士利食品集团有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.2 糖果行业领先企业个案分析

10.2.1 箭牌糖果（中国）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

10.2.2 玛氏食品（中国）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

10.2.3 东莞徐记食品有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.2.4 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.2.5 上海金丝猴食品股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

- 2、企业经营情况分析
- 3、企业组织结构
- 4、企业产品结构分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业经营状况优劣势分析
- 7、企业兼并与重组

10.2.6 金冠（中国）食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.2.7 福建雅客食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.2.8 上海冠生园食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.2.9 吉百利糖果（广州）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.2.10 中粮金帝食品（深圳）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.3 干果行业领先企业个案分析

10.3.1 合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.3.2 青岛东生集团股份有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.3.3 日照华赛食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.3.4 天喔食品（集团）有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业组织结构
- 4、企业产品结构分析

5、企业销售渠道与网络

6、企业经营状况优劣势分析

7、企业投资兼并与重组分析

10.3.5 招远必泰食品有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.3.6 烟台市大成食品有限责任公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.3.7 广州市果王食品有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

10.3.8 上海来伊份股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

10.3.9 四川徽记食品股份有限公司经营情况分析

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业产品结构分析

- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.3.10 上海兰馨阿明食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营状况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.4 果冻、果脯蜜饯及熟食行业领先企业个案分析

10.4.1 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.4.2 蜡笔小新（福建）食品工业有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业组织架构
- 4、企业产品结构分析
- 5、企业销售渠道与网络
- 6、企业经营状况优劣势分析
- 7、企业最新发展动向分析

10.4.3 福建东方食品集团有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.4.4 广东佳宝集团有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析

- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.4.5 山东鼎力枣业食品集团有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.4.6 山东沾化健源食品有限责任公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.4.7 北京御食园食品股份有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.4.8 河北怡达食品集团有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.4.9 盐津铺子食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业投资兼并与重组分析

10.4.10 福州大世界橄榄有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.4.11 江西煌上煌集团食品股份有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析
- 6、企业最新发展动向分析

10.4.12 周黑鸭食品有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业经营状况优劣势分析

10.4.13 长沙绝味轩企业管理有限公司经营情况分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业销售渠道与网络

5、企业经营状况优劣势分析

6、企业最新发展动向分析

第十一章 2017-2022年中国休闲食品投资分析及行业前景预测

11.1 休闲食品投资前景分析

11.1.1 休闲食品未来需求

11.1.2 行业未来前景展望

11.1.3 市场发展潜力分析

11.1.4 农村市场投资前景

11.1.5 进口食品投资前景

11.1.6 绿色食品前景看好

11.2 休闲食品行业投资风险

11.2.1 市场竞争风险

11.2.2 行业发展风险

11.2.3 企业经营风险

11.3 休闲食品行业投资机会

11.3.1 行业发展机会

11.3.2 突破细分市场

11.3.3 进口零食投资建议

11.4 休闲食品行业未来发展趋势分析

11.4.1 未来发展思路

11.4.2 行业发展格局

11.4.3 未来发展趋势

11.4.4 产品发展趋势

11.4.5 行业消费趋势

11.4.6 行业消费趋势

11.5 2017-2022年中国休闲食品行业前景预测

11.5.1 2017-2022年中国休闲食品行业发展规模预测分析

11.5.2 2017-2022年中国糕点、面包制造业预测分析

11.5.3 2017-2022年中国饼干及其他焙烤食品制造业预测分析

11.5.4 2017-2022年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业预测分析

第十二章 中国休闲食品行业市场营销策略及渠道分析

12.1 休闲食品销售渠道分析

12.1.1 休闲食品销售渠道模式分析

- 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

12.1.2 休闲食品销售渠道概述

1、商超渠道

- (1) 超市自营现场加工
- (2) 外包联营形式
- (3) 休闲食品成品外采

2、批发渠道

3、零售网点

4、专卖店渠道

5、网络渠道

12.1.3 休闲食品专卖店渠道分析

1、休闲食品专卖店

- (1) 休闲食品专卖店渠道发展情况
- (2) 休闲食品专卖店渠道特点及趋势

2、土特产专卖店

- (1) 土特产专卖店渠道发展情况
- (2) 土特产专卖店产品种类
- (3) 土特产专卖店产品价格定位

3、休闲食品专卖店营销案例分析

- (1) 久久丫休闲食品专卖店
- (2) 周黑鸭休闲食品专卖店
- (3) 来伊份休闲食品专卖店
- (4) 良品铺子休闲食品专卖店

12.1.4 休闲食品电子商务渠道分析

1、网络渠道发展情况

2、网络渠道营销方式分析

(1) 直接方法

(2) 间接方法

3、网络渠道特点及趋势

(1) 休闲食品销售渠道特点

(2) 休闲食品销售渠道建设策略

12.2 休闲食品品牌营销策略分析

12.2.1 休闲食品品牌现状分析

12.2.2 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

12.2.3 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

(1) 先建品牌才能区隔竞争对手

(2) 先建品牌才能做大产品销量

(3) 先建品牌才能提高产品的利润空间

(4) 产品包装特色化、时尚化、国际化

(5) 做成全国性知名品牌的六大营销要素

12.2.4 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

12.2.5 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

12.2.6 休闲食品品牌策略案例分析

1、好丽友品牌策略案例分析

(1) 情感营销

(2) 选择与集中

(3) 步步为盈

2、喜之郎品牌策略案例分析

(1) 喜之郎品牌战略选择

(2) 强化产品与品牌联系

(3) 品牌营销战略的调整

12.3 休闲食品包装营销策略分析

12.3.1 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

(1) 量上不同

(2) 涉及的风格不同

(3) 消费对象多侧重于女性

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

12.3.2 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

(1) 注重设计的文化性

(2) 礼品包装材料的自然性

5、礼品包装的发展趋势

12.4 休闲食品广告营销策略分析

12.4.1 休闲食品广告投放现状分析

12.4.2 休闲食品营销广告媒体种类分析

12.4.3 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

(1) 达利品牌推广原则

(2) 达利品牌战略选择

(3) 达利广告营销成功源于

2、雅客广告营销案例分析

(1) 雅客广告营销机构的选择

(2) 雅客广告的营销策略

(3) 雅客品牌代言人

(4) 品牌市场推广的成功

12.5 休闲食品节日营销策略分析

12.5.1 节日营销的概念

12.5.2 节日的消费特点

1、长假消费特点

2、短期节日消费特点

12.5.3 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

12.5.4 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

(1) 春节糖果市场需求及增长情况分析

(2) 春节饼干市场需求及增长情况分析

(3) 春节干果市场需求及增长情况分析

(4) 春节果脯蜜饯市场需求及增长情况分析

2、春节休闲食品营销策略

(1) 文化营销

(2) 互动营销

(3) 展会营销

第十三章 研究结论及建议 (ZY ZM)

13.1 研究结论

143.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：休闲食品从产品属性分类

图表：2014-2016年休闲食品行业销售收入及占GDP比重

图表：我国统计上大中小微型企业划分标准

图表：中国企业的市场主体分类

图表：中国不同所有制性质企业的划分

图表：中国休闲食品行业所处发展阶段

图表：中国休闲食品行业市场特征

图表：2014-2016年休闲食品行业经营效益分析

图表：2014-2016年中国休闲食品行业盈利能力分析

图表：2014-2016年中国休闲食品行业运营能力分析

图表：2014-2016年中国休闲食品行业偿债能力分析

图表：2014-2016年中国休闲食品行业发展能力分析

图表：2014-2016年休闲食品行业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年国有休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年集体休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年股份合作休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年股份制休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年私营休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年外商和港澳台投资休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年其他性质休闲食品企业主要经济指标统计表

图表：2014-2016年不同性质企业数量比重变化趋势图

图表：2014-2016年不同性质企业资产总额比重变化趋势图

图表：2014-2016年不同性质企业销售收入比重变化趋势图

图表：2014-2016年不同性质企业利润总额比重变化趋势图

图表：2014-2016年休闲食品行业工业总产值及增长率走势

图表：2014-2016年休闲食品行业产成品及增长率走势图

图表：2014-2016年工业总产值居前的10个地区统计表

图表：工业总产值居前的10个地区比重图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/N03827PPX4.html>