

2017-2022年中国休闲食品 市场深度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

《2017-2022年中国休闲食品市场深度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/R43802P0J0.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

坚果兼顾健康与美味，符合消费升级趋势。根据中国食品工业协会的数据，2005-2014年，国内坚果炒货市场维持了两位数的增长，至2014年国内坚果炒货行业销售额达到1117亿元，我们预测2015年实现10%的增长，则2015年国内坚果炒货行业销售额将超过1200亿元，占整个休闲食品行业比例超过30%。从坚果电商规模来看，预计2015年市场规模为80-100亿元，坚果电商渗透率仅为8%左右，与婴幼儿奶粉电商渗透率超过25%相比，坚果电商仍然有较大的增长空间。根据阿里研究院数据，零食坚果特产品类2015年增速为47.13%，比2014年的50.4%增速略微下降，但是仍保持了较快的增速。

零食坚果品类电商增速

从休闲食品市场规模来看，2011-2015年我国休闲食品零售市场规模年复合增速为12.67%，15年零售端收入预计达到3931亿元，同比增速12.9%；预计到2019年我国休闲食品零售市场规模将达到5987亿元。

我国休闲食品零售市场规模及预测

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国休闲食品市场深度研究与前景趋势报告》共十三章。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：

第一章 中国休闲食品行业发展环境分析23

1.1 政策环境分析23

1.1.1 行业政策解读23

1.1.2 管理机构改造24

1.1.3 有机食品认证新规24

- 1.1.4 食品安全法修订草案26
- 1.1.5 食品安全法律法规动态27
- 1.2 宏观经济环境38
 - 1.2.1 国内生产总值38
 - 1.2.2 农业产品产量39
 - 1.2.3 社会消费规模40
 - 1.2.4 固定资产投资42
- 1.3 社会环境分析45
 - 1.3.1 人口数量结构45
 - 1.3.2 城乡居民收入46
 - 1.3.3 居民消费价格47
 - 1.3.4 居民恩格尔系数52
 - 1.3.5 食品行业薪酬54

第二章 2012-2016年中国食品行业发展分析56

- 2.1 中国食品行业发展综述56
 - 2.1.1 发展态势56
 - 2.1.2 发展特点57
 - 2.1.3 发展优势58
- 2.2 2012-2016年中国食品行业运行分析60
 - 2.2.1 产品产销分析60
 - 2.2.2 价格走势分析61
 - 2.2.3 行业经济效益61
 - 2.2.4 固定资产投资62
 - 2.2.5 区域发展分析62
 - 2.2.6 国际贸易规模62
- 2.3 2012-2016年中国食品制造业财务数据分析63
 - 2.3.1 行业规模分析63
 - 2.3.2 行业盈利能力63
 - 2.3.3 行业营运能力64
 - 2.3.4 行业偿债能力64
- 2.4 中国食品行业发展面临的挑战及发展策略64

- 2.4.1 产业化程度低64
- 2.4.2 运用高新技术65
- 2.4.3 培养专业人才65
- 2.4.4 创新产品生产65
- 2.4.5 转变经营模式66

第三章 2012-2016年中国休闲食品行业发展分析68

3.1 休闲食品行业发展概况68

- 3.1.1 行业发展历程68
- 3.1.2 行业发展阶段68
- 3.1.3 行业发展特点69
- 3.1.4 行业发展重点71

3.2 2012-2016年休闲食品行业发展规模71

- 3.2.1 行业产值规模71
- 3.2.2 市场消费规模72
- 3.2.3 经济发展指标72
- 3.2.4 子行业产值规模72

3.3 2012-2016年休闲食品市场竞争格局73

- 3.3.1 市场格局概述73
- 3.3.2 细分市场份额73
- 3.3.3 区域格局分析74
- 3.3.4 品牌竞争格局74
- 3.3.5 中外企业竞争优势75

3.4 休闲食品包装问题分析77

- 3.4.1 食品包装的功能77
- 3.4.2 小微包装趋势78
- 3.4.3 休闲食品包装设计81
- 3.4.4 食品包装的发展趋势82

3.5 中国休闲食品行业发展对策分析83

- 3.5.1 不断追求产品创新83
- 3.5.2 保障休闲食品质量83
- 3.5.3 充分利用科学技术84

3.5.4 提高经营管理能力84

3.5.5 运用市场营销手段84

第四章 2012-2016年焙烤类休闲食品发展分析86

4.1 2012-2016年焙烤食品发展分析86

4.1.1 行业相关定义86

4.1.2 行业发展态势86

4.1.3 市场规模分析86

4.1.4 行业营销模式87

4.1.5 行业发展预测89

4.1.6 发展趋势预测89

4.2 2012-2016年主要焙烤类休闲食品行业财务状况90

4.2.1 中国糕点、面包制造行业经济规模90

4.2.2 中国糕点、面包制造行业盈利能力90

4.2.3 中国糕点、面包制造行业营运能力指标分析91

4.2.4 中国糕点、面包制造行业偿债能力指标分析91

4.3 糕点食品91

4.3.1 中外行业对比91

4.3.2 市场竞争主体94

4.3.3 体验营销策略95

4.3.4 企业发展困境98

4.3.5 中式糕点发展分析100

4.4 面包食品101

4.4.1 行业发展特点101

4.4.2 行业竞争格局102

4.4.3 行业进入壁垒102

4.4.4 未来发展趋势104

4.5 饼干食品105

4.5.1 行业简介及标准105

4.5.2 消费总量及预测105

4.5.3 品牌影响力分析107

4.5.4 细分领域分析107

- 4.5.5 行业发展困境108
- 4.5.6 市场潜力分析109
- 4.5.7 行业发展策略110
- 4.6 膨化食品112
 - 4.6.1 市场发展态势112
 - 4.6.2 细分产品格局113
 - 4.6.3 最新法律法规113
 - 4.6.4 品牌影响力分析116
 - 4.6.5 相关设备需求117

第五章 2012-2016年坚果炒货类休闲食品发展分析119

5.1 2012-2016年坚果炒货行业发展分析119

- 5.1.1 行业发展概述119
- 5.1.2 行业市场规模119
- 5.1.3 产业集群发展120
- 5.1.4 商业模式分析120
- 5.1.5 产品消费趋势123
- 5.1.6 市场发展趋势123
- 5.2 坚果类产品125
 - 5.2.1 全球市场规模125
 - 5.2.2 消费行为选择125
 - 5.2.3 进口规模分析126
 - 5.2.4 澳扩大对华坚果出口127
 - 5.2.5 坚果贸易加工基地128
 - 5.2.6 加强品牌营销策略129
- 5.3 炒货类产品130
 - 5.3.1 炒货行业市场态势130
 - 5.3.2 消费者行为分析131
 - 5.3.3 花生市场竞争格局132
 - 5.3.4 花生市场营销策略132
 - 5.3.5 瓜子市场营销策略134
 - 5.3.6 炒货机市场格局135

第六章 2012-2016年糖果类休闲食品发展分析137

6.1 2012-2016年糖果行业发展分析137

6.1.1 行业规模分析137

6.1.2 产品产量规模137

6.1.3 区域格局分析139

6.1.4 消费行为分析145

6.1.5 企业并购行为147

6.1.6 本土企业突围办法149

6.2 2012-2016年糖果、巧克力制造行业财务状况154

6.2.1 中国糖果、巧克力制造行业经济规模指标分析154

6.2.2 中国糖果、巧克力制造行业盈利能力指标分析154

6.2.3 中国糖果、巧克力制造行业营运能力指标分析155

6.2.4 中国糖果、巧克力制造行业偿债能力指标分析155

6.3 传统糖果155

6.3.1 市场竞争格局155

6.3.2 热点产品分析156

6.3.3 行业发展趋势157

6.3.4 传统糖果商转型157

6.4 巧克力158

6.4.1 原材料减产成因158

6.4.2 价格上涨趋势158

6.4.3 品牌影响力159

6.4.4 市场竞争格局161

6.4.5 市场潜力分析162

6.5 口香糖163

6.5.1 消费行为分析163

6.5.2 市场竞争格局165

6.5.3 品牌影响力165

6.5.4 市场消费潜力166

6.5.5 口香糖污染问题167

第七章 2012-2016年果冻及果脯食品市场分析173

7.1 果脯蜜饯173

7.1.1 行业发展概况173

7.1.2 蜜饯产品流派173

7.1.3 重点品牌介绍174

7.1.4 消费行为分析175

7.2 2012-2016年蜜饯制造行业财务状况175

7.2.1 中国蜜饯制造行业经济规模指标分析175

7.2.2 中国蜜饯制造行业盈利能力指标分析176

7.2.3 中国蜜饯制造行业营运能力指标分析176

7.2.4 中国蜜饯制造行业偿债能力指标分析176

7.3 果冻177

7.3.1 果冻行业发展177

7.3.2 行业相关标准177

7.3.3 行业发展规模184

7.3.4 市场竞争格局184

7.3.5 行业存在的问题185

7.3.6 行业发展趋势186

7.4 红枣制品187

7.4.1 行业发展概况187

7.4.2 红枣市场规模187

7.4.3 行业产业链分析188

7.4.4 市场发展预测189

第八章 2012-2016年休闲食品其他热点细分市场分析191

8.1 绿色休闲食品191

8.1.1 行业基本概述191

8.1.2 细分产品分析191

8.1.3 市场规模分析191

8.1.4 海苔市场概况192

8.2 进口休闲食品193

8.2.1 市场规模分析193

- 8.2.2 进口主要来源194
- 8.2.3 热门零售品种194
- 8.2.4 市场定位分析195
- 8.2.5 销售渠道分析195
- 8.2.6 市场发展前景197
- 8.3 儿童休闲食品198
 - 8.3.1 儿童饮食营养意见198
 - 8.3.2 儿童食品标准缺失200
 - 8.3.3 儿童食品选购意见201
 - 8.3.4 儿童休闲食品存在的问题202
 - 8.3.5 儿童休闲食品改进措施203

第九章 2012-2016年中国休闲食品电商市场分析206

- 9.1 2012-2016年中国食品电商市场分析206
 - 9.1.1 食品网购规模206
 - 9.1.2 消费人群特征206
 - 9.1.3 商业模式分类209
 - 9.1.4 市场竞争主体210
 - 9.1.5 市场规模预测211
- 9.2 2012-2016年中国休闲食品电商市场分析212
 - 9.2.1 市场规模分析212
 - 9.2.2 电商发展意义212
 - 9.2.3 商业模式创新213
 - 9.2.4 差异化营销策略215
 - 9.2.5 市场拓展方向220
- 9.3 重点电商平台休闲食品市场分析221
 - 9.3.1 淘宝网221
 - 9.3.2 一号店221
 - 9.3.3 京东商城222
- 9.4 典型案例分析222
 - 9.4.1 三只松鼠纯电商发展222
 - 9.4.2 良品铺子O2O模式224

9.4.3 西米网的失败经验228

第十章 2012-2016年中国休闲食品消费行为及营销分析233

10.1 休闲食品消费行为分析233

10.1.1 休闲食品消费概况233

10.1.2 细分产品消费分析233

10.1.3 消费者属性分析235

10.1.4 消费者选择因素235

10.2 休闲食品市场营销策略236

10.2.1 前期市场调研236

10.2.2 规划优质产品线236

10.2.3 做好产品营销237

10.2.4 旺季营销策略238

10.2.5 加强创新升级238

10.3 休闲食品品牌推广策略239

10.3.1 品牌规划模式239

10.3.2 差异化策略240

10.3.3 品牌发展战略240

10.3.4 品牌传播渠道240

10.3.5 品牌营销形式241

10.4 休闲食品广告投投放情况分析242

10.4.1 广告投放总体规模242

10.4.2 广告投放类型分析242

10.4.3 电视广告投放情况242

10.4.4 细分领域广告投放243

第十一章 2012-2016年中国休闲食品经营模式分析244

11.1 行业主要运营模式简析244

11.1.1 主要经营模式介绍244

11.1.2 连锁经营模式245

11.1.3 量贩式零食店245

11.1.4 发展自有品牌247

- 11.2 休闲食品市场渠道分析248
 - 11.2.1 市场零售业态248
 - 11.2.2 连锁专卖店248
 - 11.2.3 市场网购渠道248
 - 11.2.4 销售渠道下沉250
 - 11.2.5 渠道品牌分析253
- 11.3 休闲食品连锁经营模式分析256
 - 11.3.1 连锁加盟的方式256
 - 11.3.2 重点企业分析257
 - 11.3.3 连锁经营的优势260
 - 11.3.4 开展连锁经营的方法267

第十二章 2012-2016年中国休闲食品行业重点企业分析271

- 12.1 雀巢公司 (Nestle) 271
 - 12.1.1 企业发展概况271
 - 12.1.2 企业经营状况271
 - 12.1.3 中国市场战略277
 - 12.1.4 模块组合营销285
 - 12.1.5 经营业务分析290
- 12.2 亿滋国际 (Mondelez International, Inc) 290
 - 12.2.1 企业发展概况290
 - 12.2.2 企业经营状况290
 - 12.2.3 中国市场开拓296
 - 12.2.4 饼干销量下滑296
- 12.3 好时食品集团297
 - 12.3.1 企业发展概况297
 - 12.3.2 企业经营状况298
 - 12.3.3 收购本土企业303
 - 12.3.4 设立研发中心303
- 12.4 中国旺旺控股有限公司305
 - 12.4.1 企业发展概况305
 - 12.4.2 企业经营状况306

- 12.4.3 产品创新策略311
- 12.4.4 销售渠道拓展311
- 12.4.5 进军方便面市场314
- 12.4.6 抢占低温酸奶市场315
- 12.5 康师傅控股有限公司317
 - 12.5.1 企业发展概况317
 - 12.5.2 企业经营情况320
 - 12.5.3 主营业务下滑326
 - 12.5.4 市场领先地位327
 - 12.5.5 建立长沙工厂 328
 - 12.5.6 增设营运中心328
- 12.6 洽洽食品股份有限公司329
 - 12.6.1 企业发展概况329
 - 12.6.2 经营效益分析330
 - 12.6.3 业务经营分析333
 - 12.6.4 财务状况分析334
 - 12.6.5 未来前景展望336
- 12.7 好想你枣业股份有限公司336
 - 12.7.1 企业发展概况336
 - 12.7.2 经营效益分析336
 - 12.7.3 业务经营分析339
 - 12.7.4 财务状况分析340
 - 12.7.5 未来前景展望342
- 12.8 广东喜之郎集团有限公司343
 - 12.8.1 企业发展概况343
 - 12.8.2 企业发展历程343
 - 12.8.3 企业发展规模343
 - 12.8.4 多元产品品牌349
 - 12.8.5 产品品质管理352

第十三章 2017-2022年中国休闲食品投资分析及行业前景预测353 (ZY CW)

- 13.1 休闲食品投资前景分析353

- 13.1.1 休闲食品未来需求353
- 13.1.2 市场发展潜力分析353
- 13.1.3 农村市场投资前景354
- 13.1.4 进口食品投资前景355
- 13.1.5 绿色食品前景看好356
- 13.2 休闲食品行业投资风险357
 - 13.2.1 市场竞争风险357
 - 13.2.2 行业投资风险357
 - 13.2.3 企业经营风险358
- 13.3 休闲食品行业投资机会358
 - 13.3.1 行业发展机会358
 - 13.3.2 突破细分市场358
 - 13.3.3 进口零食投资建议359
- 13.4 休闲食品行业未来发展趋势分析359
 - 13.4.1 未来发展思路359
 - 13.4.2 行业发展格局360
 - 13.4.4 行业消费趋势363
 - 13.4.5 行业发展路径365
- 13.5 2017-2022年中国休闲食品行业前景预测370
 - 13.5.1 2017-2022年中国休闲食品行业预测分析370
 - 13.5.2 2017-2022年中国糕点、面包制造业预测分析371
 - 13.5.3 2017-2022年中国饼干及其他焙烤食品制造业预测分析371
 - 13.5.4 2017-2022年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业预测分析372

图表目录：

图表 1 2005年4季度—2016年4季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 38

图表 2 2014-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度41

图表 3 2016年份社会消费品零售总额主要数据41

图表 4 2005年—2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 42

图表 5 2014-2016年全国居民消费价格涨跌幅47

图表 6 2014-2016年猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况48

图表 7 2014-2016年鲜菜、鲜果价格变动情况49

图表 8 2014-2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅50

图表 9 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅51

图表 10 2016年居民消费价格主要数据51

图表 11 1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表53

图表 12 2008-2016年食品行业薪酬涨幅55

图表 13 2013-2016年中国食品制造业规模分析63

图表 14 2013-2016年中国食品制造业盈利能力分析63

图表 15 2013-2016年中国食品制造业营运能力分析64

图表 16 2013-2016年中国食品制造业偿债能力分析64

图表 17 休闲食品行业发展历程68

图表 18 2013-2016年中国休闲食品行业产值规模分析71

图表 19 2013-2016年中国休闲食品行业市场消费规模分析72

图表 20 2013-2016年中国焙烤食品行业市场规模分析86

图表 21 2013-2016年中国糕点、面包制造业规模分析90

图表 22 2013-2016年中国糕点、面包制造业盈利能力分析90

图表 23 2013-2016年中国糕点、面包制造业营运能力分析91

图表 24 2013-2016年中国糕点、面包制造业偿债能力分析91

图表 25 2013-2016年中国坚果炒货行业市场规模分析119

图表 26 2013-2016年全球坚果类产品行业市场规模分析125

图表 27 2013-2016年我国坚果类产品行业市场规模分析126

图表 28 2013-2016年中国糖果行业市场规模分析137

图表 29 2010-2016年中国糖果产量统计分析137

图表 30 2016年全国糖果产量分省市统计表138

图表 31 2013-2016年中国糖果、巧克力制造业规模分析154

图表 32 2013-2016年中国糖果、巧克力制造业盈利能力分析154

图表 33 2013-2016年中国糖果、巧克力制造业营运能力分析155

图表 34 2013-2016年中国糖果、巧克力制造业偿债能力分析155

图表 35 我国传统型糖果品牌市场份额（单位：%）156

图表 36 2013-2016年中国蜜饯制造业规模分析175

图表 37 2013-2016年中国蜜饯制造业盈利能力分析176

图表 38 2013-2016年中国蜜饯制造业营运能力分析176

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/R43802P0J0.html>