

2020-2026年中国休闲食品 行业分析与投资可行性报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国休闲食品行业分析与投资可行性报告》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.cction.com/report/202005/163869.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国休闲食品行业分析与投资可行性报告》共十七章。首先介绍了中国休闲食品行业市场发展环境、休闲食品整体运行态势等，接着分析了中国休闲食品行业市场运行的现状，然后介绍了休闲食品市场竞争格局。随后，报告对休闲食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲食品行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲食品产业有个系统的了解或者想投资中国休闲食品行业，本报告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.一部分产业环境透视

第.一章 休闲食品行业发展综述

第.一节 休闲食品行业定义及分类

一、休闲食品定义

二、休闲食品的特点

三、休闲食品的分类和范围

第二节 食品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 近两年中国休闲食品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

第四节 休闲食品行业产业链分析

一、上游行业与本行业的关联性及其影响

二、下游行业与本行业的关联性及其影响

第二章 休闲食品行业市场环境及影响分析

第一节 休闲食品行业政治法律环境

一、有机食品认证新规

二、食品安全法修订草案

三、食品安全法律法规动态

四、食品工业“十三五”发展规划

五、食品卫生重要作用

1、食品卫生的重要性

2、食品卫生的基本要求

3、健康饮食的重要前提

第二节 休闲食品行业市场消费环境分析

一、休闲食品消费特征分析

二、休闲食品消费群体结构分析

1、消费群体年龄结构

2、消费群体性别结构

三、休闲食品消费趋势分析

第三节 行业技术环境分析

一、食品生产加工技术概况

二、休闲食品技术发展水平

1、我国休闲食品行业技术水平所处阶段

2、与国外休闲食品行业的技术差距

三、休闲食品加工设备技术分析

四、加工技术创新及未来趋势

第三章 中国休闲食品行业的国际比较分析

第一节 全球食品产业重要增长点

一、多极化发展态势加剧

二、食品跨国集团占主导

三、消费需求持续增长

第二节 中国休闲食品行业的国际比较分析

一、中国休闲食品行业竞争力指标分析

二、中国休闲食品行业经济指标国际比较分析

三、休闲食品行业国际竞争力比较

1、生产要素

2、需求条件

3、支援与相关产业

4、企业战略、结构与竞争状态

第三节 休闲食品行业市场需求分析

一、市场现状分析

二、市场需求旺盛

三、人均消费差距

四、市场前景展望

第二部分行业深度分析

第四章我国休闲食品行业运行现状分析

第一节 我国休闲食品行业发展状况分析

一、我国休闲食品行业发展阶段

二、我国休闲食品行业发展总体概况

三、我国休闲食品行业发展特点分析

四、我国休闲食品行业商业模式分析

第二节 休闲食品市场情况分析

一、中国休闲食品市场现状综述

1、我国休闲食品市场容量

2、创新成就休闲食品业“领军者”

3、休闲食品行业布局

二、中国休闲食品业存在的问题分析

1、跌入多品系漩涡

2、品牌分辨模糊

3、通路建设粗放

4、产品创新力不足

三、中国休闲食品产品市场发展分析

1、区域板块效应明显

2、品类细化和口味化趋势明显

3、高收入满巢家庭成消费主流

第三节 中国食品行业发展面临的挑战及发展策略

一、产业化程度低

二、运用高新技术

三、培养专业人才

四、创新产品生产

五、转变经营模式

六、建立现代化商业制度

第五章我国休闲食品所属行业整体运行指标分析

第一节 中国食品所属行业产销情况分析

一、我国食品所属行业工业总产值

二、我国食品所属行业工业销售产值

三、我国食品所属行业产销率

第二节 中国休闲食品产销情况

一、休闲食品产值

二、休闲食品消费总额

三、休闲食品人均消费规模

第三节 中国休闲食品所属行业经济指标分析

一、行业盈利能力分析

1、销售收入

2、利润规模

二、所属行业营运能力分析

三、所属行业发展能力分析

四、进出口状况

第六章 2014-2019年中国休闲食品经营模式分析

第一节 行业主要运营模式简析

一、主要经营模式介绍

二、连锁经营模式

三、量贩式零食店

四、发展自有品牌

第二节 休闲食品市场渠道分析

一、市场零售业态

二、连锁专卖店

三、市场网购渠道

四、销售渠道下沉

五、渠道品牌分析

第三节 休闲食品连锁经营模式分析

一、连锁加盟的方式

二、重点企业分析

三、连锁经营的优势

四、开展连锁经营的方法

第三部分市场全景调研

第七章 2014-2019年焙烤类休闲食品发展分析

第一节 2014-2019年焙烤食品发展分析

一、行业相关定义

二、行业发展态势

三、市场规模分析

四、行业营销模式

五、发展趋势预测

第二节 2014-2019年主要焙烤类休闲食品行业财务状况

一、中国糕点、面包制造行业经济规模

二、中国糕点、面包制造行业盈利能力

三、中国糕点、面包制造行业营运能力指标分析

第三节 糕点食品

一、行业生命周期

二、市场竞争主体

三、体验营销策略

四、企业发展困境

五、中式糕点发展分析

第四节 面包食品

一、行业发展特点

二、行业竞争格局

三、行业进入壁垒

四、未来发展趋势

第五节 饼干食品

一、行业简介及标准

二、消费总量及预测

三、品牌影响力分析

四、细分领域分析

五、行业发展困境

六、市场潜力分析

七、行业发展策略

第六节 膨化食品

一、市场发展态势

二、细分产品格局

三、最新法律法规

四、品牌影响力分析

五、相关设备需求

第八章 2014-2019年坚果炒货类休闲食品发展分析

第一节 2014-2019年坚果炒货行业发展分析

一、行业发展概述

二、行业市场规模

三、产业集群发展

四、产品消费趋势

五、市场发展趋势

第二节 坚果类产品

一、全球市场规模

二、消费行为选择

三、进口规模分析

四、澳对华出口坚果

五、坚果贸易加工基地

六、加强品牌营销策略

第三节 炒货类产品

一、炒货行业市场态势

二、消费者行为分析

三、花生市场竞争格局

四、花生市场营销策略

五、瓜子市场营销策略

第九章 2014-2019年糖果类休闲食品发展分析

第一节 2014-2019年糖果行业发展分析

一、行业规模分析

二、产品产量规模

三、区域格局分析

四、消费行为分析

五、企业并购行为

六、本土企业突围办法

第二节 2014-2019年糖果、巧克力制造行业财务状况

一、中国糖果、巧克力制造行业经济规模指标分析

二、中国糖果、巧克力制造行业盈利能力指标分析

三、中国糖果、巧克力制造行业营运能力指标分析

第三节 传统糖果

一、市场竞争格局

二、热点产品分析

三、行业发展趋势

四、传统糖果商转型

第四节 巧克力

一、原材料减产成因

二、价格上涨趋势

三、品牌影响力

四、市场竞争格局

五、消费潜力分析

第五节 口香糖

一、消费行为分析

二、市场竞争格局

三、品牌影响力

四、市场消费潜力

五、口香糖污染问题

第十章 2014-2019年果冻及果脯食品市场分析

第一节 果脯蜜饯

一、行业发展概况

二、蜜饯产品流派

三、重点品牌介绍

四、消费行为分析

第二节 2014-2019年蜜饯制造行业财务状况

一、中国蜜饯制造行业经济规模指标分析

二、中国蜜饯制造行业盈利能力指标分析

三、中国蜜饯制造行业营运能力指标分析

第三节 果冻

一、果冻行业发展

二、行业相关标准

三、行业发展规模

四、市场竞争格局

五、行业存在的问题

六、行业发展趋势

第四节 红枣制品

一、行业发展概况

二、红枣市场规模

三、行业产业链分析

四、市场发展预测

第十一章中国休闲食品消费行为及营销分析

第一节 休闲食品消费行为分析

- 一、休闲食品消费概况
- 二、细分产品消费分析
- 三、消费者属性分析
- 四、消费者选择因素

第二节 休闲食品市场营销策略

- 一、前期市场调研
- 二、规划优质产品线
- 三、做好产品营销
- 四、旺季营销策略
- 五、加强创新升级

第三节 休闲食品品牌推广策略

- 一、品牌规划模式
- 二、差异化策略
- 三、品牌发展战略
- 四、品牌传播渠道
- 五、品牌营销形式

第四节 休闲食品广告投投放情况分析

- 一、广告投放总体规模
- 二、广告投放类型分析
- 三、电视广告投放情况
- 四、细分领域广告投放

第四部分竞争格局分析

第十二章 2020-2026年休闲食品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、休闲食品行业竞争结构分析
- 二、休闲食品行业企业间竞争格局分析
- 三、休闲食品行业集中度分析

第二节 中国休闲食品行业竞争格局综述

- 一、休闲食品行业竞争概况

- 1、中国休闲食品行业品牌竞争格局
- 2、休闲食品业未来竞争格局和特点
- 3、休闲食品市场进入及竞争对手分析

二、中国休闲食品行业竞争力分析

- 1、我国休闲食品行业竞争力剖析
- 2、我国休闲食品企业市场竞争的优势
- 3、与外企比较分析
- 4、国内休闲食品企业竞争能力提升途径

三、中国休闲食品竞争力优势分析

四、休闲食品行业主要企业竞争力分析

第三节 休闲食品行业竞争格局分析

- 一、国内外休闲食品竞争分析
- 二、我国休闲食品市场竞争分析
- 三、我国休闲食品市场集中度分析
- 四、国内主要休闲食品企业动向

第十三章 休闲食品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国休闲食品企业总体发展状况分析

- 一、休闲食品企业资本运作分析
- 二、休闲食品企业创新及品牌建设
- 三、休闲食品行业企业排名分析

第二节 中国领先休闲食品企业经营形势分析

一、雀巢（中国）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业发展目标

二、亿滋食品企业管理（上海）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业发展目标

三、箭牌糖果（中国）有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业发展目标

四、中国旺旺控股有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业发展目标

五、洽洽食品股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业发展目标

六、玛氏食品（中国）有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业发展目标

七、好丽友食品有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业发展目标

八、不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业发展目标

九、百事食品（中国）有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业发展目标

十、福建达利食品集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业发展目标

第五部分发展前景展望

第十四章 2020-2026年休闲食品行业前景及趋势预测

第一节 休闲食品行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十二五”期间休闲食品行业运行情况
- 二、“十二五”规划对经济发展的影响
- 三、“十二五”期间休闲食品行业发展成果
- 四、休闲食品行业“十三五”发展方向预测

第二节 2020-2026年休闲食品市场发展前景

- 一、2020-2026年休闲食品市场发展方向及潜力
- 二、2020-2026年休闲食品市场发展前景展望
- 三、2020-2026年休闲食品细分行业发展前景分析

第三节 2020-2026年休闲食品市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年休闲食品行业发展趋势

1、渠道发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2020-2026年休闲食品市场规模预测

1、休闲食品行业市场容量预测

2、休闲食品行业销售收入预测

三、2020-2026年休闲食品行业应用趋势预测

四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第四节 2020-2026年中国休闲食品行业供需预测

一、2020-2026年中国休闲食品行业供给预测

二、2020-2026年中国休闲食品行业产量预测

三、2020-2026年中国休闲食品市场销量预测

四、2020-2026年中国休闲食品行业需求预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 休闲食品行业投资机会与风险防范

第一节 休闲食品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、休闲食品行业投资现状分析

第二节 2020-2026年休闲食品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、休闲食品行业投资机遇

第三节 2020-2026年休闲食品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国休闲食品行业投资建议

- 一、休闲食品行业未来发展方向
- 二、休闲食品行业主要投资建议
- 三、中国休闲食品企业融资分析

第六部分发展战略研究

第十六章 休闲食品行业发展战略研究

第一节 休闲食品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 品牌格局特征

- 一、外资品牌居于绝对的品牌优势
- 二、相对细分的市场国内品牌表现可圈可点
- 三、二三线品牌创新是其唯一突破口
- 四、品牌文化渗透力不强

第三节 品牌发展战略

- 一、重视产品的研发倡导创新理念
- 二、重视体验式营销和文化营销
- 三、以产品品牌带动企业品牌形象
- 四、社会责任感

第四节 休闲食品经营策略分析

一、休闲食品市场细分策略

二、休闲食品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、休闲食品新产品差异化战略

第五节 休闲食品行业投资战略研究

一、休闲食品行业投资战略

二、2020-2026年休闲食品行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

第一节 休闲食品行业研究结论及建议

第二节 休闲食品子行业研究结论及建议

第三节 休闲食品行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2019年食品出厂价格指数走势

图表：2019年食品工业经济效益指标

图表：2019年按区域分的食品工业收入及利润

图表：2019年食品工业固定资产投资状况

图表：2014-2019年食品制造业销售收入

图表：2014-2019年食品制造业销售收入增长趋势图

图表：2014-2019年食品制造业资产总额

图表：2014-2019年食品制造业总资产增长趋势图

图表：2014-2019年食品制造业利润总额

图表：2014-2019年食品制造业利润总额增长趋势图

图表：2014-2019年食品制造业销售毛利率趋势图

图表：休闲食品行业发展历程

图表：中国休闲食品行业所处发展阶段

图表：休闲食品区域效应明显

图表：我国休闲食品八大类

图表：主要休闲食品子行业占食品行业业务收入占比

图表：各地区主要休闲食品品类及品牌

图表：休闲食品主要品类零售额占比

图表：2014-2019年中国焙烤食品制造总体运行情况

图表：2014-2019年中国焙烤食品规模以上企业数量

图表：2014-2019年糕点、面包制造业销售规模

图表：2014-2019年糕点、面包制造业销售收入

图表：2014-2019年糕点、面包制造业资产总额

图表：2014-2019年糕点、面包制造业成本费用

图表：2014-2019年糕点、面包制造业利润总额

图表：2019年中国饼干市场消费量

图表：2019年饼干/威化行业品牌影响力排名

图表：2019年膨化食品行业品牌排行榜

图表：2019年我国干果及坚果进口量

图表：2019年全国糖果产量

图表：2019年全国糖果产量分省市统计表

图表：糖果产品消费者属性分析

图表：糖果消费区域分析

图表：糖果市场消费者需求

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业销售规模

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业销售收入

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业资产总额

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业成本费用

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业盈利水平

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业利润总额

图表：2014-2019年糖果、巧克力制造业销售毛利率

图表：2019年巧克力行业品牌排行榜

图表：巧克力市场格局分析

图表：口香糖在不同群体中渗透率

图表：消费者口香糖消费频次

图表：2019年口香糖行业品牌排行榜

图表：2019年蜜饯果脯产品品牌排行榜

图表：消费品对果脯蜜饯产品的品牌选择

图表：消费者对果脯蜜产品的选择

图表：2014-2019年蜜饯制造业销售收入

图表：2014-2019年蜜饯制造业销售收入增长趋势图

图表：2014-2019年蜜饯制造业资产总额

图表：2014-2019年蜜饯制造业总资产增长趋势图

图表：2014-2019年蜜饯制造业利润总额

图表：2014-2019年蜜饯制造业销售毛利率趋势图

图表：2014-2019年蜜饯制造行业总资产周转率对比图

图表：2014-2019年我国红枣产量

图表：红枣深加工产业链

图表：2014-2019年我国绿色休闲食品市场规模及预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163869.html>