

2023-2029年中国休闲食品 行业发展态势与市场运营趋势报告

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

《2023-2029年中国休闲食品行业发展态势与市场运营趋势报告》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.cction.com/report/202307/383722.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《2023-2029年中国休闲食品行业发展态势与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

在竞争日益激烈的时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着休闲食品行业竞争的不断加剧，大型休闲食品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的休闲食品生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的休闲食品品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚!

本报告利用产业研究院长期对休闲食品行业市场跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了休闲食品行业的背景以及所处阶段;中国休闲食品行业的生产运营与发展现状;休闲食品行业当前的市场环境与企业竞争力;休闲食品行业的市场需求特征;休闲食品行业的进出口市场;休闲食品行业的竞争格局、竞争趋势;休闲食品主要细分产品市场需求状况;休闲食品市场的领先企业经营情况;休闲食品行业未来的发展趋势与前景;同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个休闲食品行业的市场走向和发展趋势。

报告目录：

第1章：中国休闲食品行业发展综述

1.1 中国休闲食品行业相关概述

1.1.1 休闲食品行业的概念界定

1.1.2 休闲食品行业的产品分类

1.1.3 本报告统计口径及研究范围说明

(1) 行业范围

(2) 统计口径说明

(3) 数据来源说明

1.2 中国休闲食品行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

- (1) 行业市场监管体制
- (2) 行业相关标准汇总
- (3) 行业相关法律法规政策汇总
- (4) 行业相关发展规划
- (5) 政策环境对行业发展影响

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) 宏观经济现状分析
- (2) 中国GDP与休闲食品行业关联性分析

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 中国社会消费品零售总额情况
- (2) 居民可支配收入和消费结构情况
- (3) 社会环境对行业发展影响

1.2.4 行业贸易环境分析

- (1) 行业贸易环境现状
- (2) 行业贸易环境趋势

1.2.5 行业消费环境分析

- (1) 休闲食品产品关注指数
- (2) 休闲食品相关关注内容
- (3) 休闲食品消费群体分析
- (4) 休闲食品消费价格分析
- (5) 休闲食品消费趋势分析

第2章：全球休闲食品行业发展分析

2.1 全球休闲食品行业发展概述

2.1.1 全球休闲食品行业发展历程

2.1.2 全球休闲食品行业发展概况

2.2 全球休闲食品行业市场现状分析

2.2.1 全球休闲食品行业市场特征

2.2.2 全球休闲食品行业市场规模

- (1) 全球休闲食品市场规模
- (2) 全球烘焙行业市场规模
- (3) 全球坚果行业市场规模
- (4) 全球咸味零食行业市场规模

2.2.3 全球休闲食品行业竞争格局

- (1) 全球休闲食品行业竞争格局区域及品牌分布
- (2) 全球烘焙食品行业竞争格局
- (3) 全球糖果食品行业竞争格局
- (4) 全球咸味零食行业竞争格局

2.3 全球标杆休闲食品企业发展情况

2.3.1 日本卡乐比株式会社

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品分析
- (4) 企业休闲食品营销渠道分析
- (5) 企业发展规划动态

2.3.2 美国康尼格拉公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品分析
- (4) 企业休闲食品营销渠道分析
- (5) 企业发展规划分析

2.3.3 意大利费列罗集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品分析
- (4) 企业休闲食品营销渠道分析
- (5) 企业发展规划分析

2.3.4 美国卡夫亨氏公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品分析
- (4) 企业休闲食品营销渠道分析
- (5) 企业发展规划分析

2.3.5 瑞士雀巢公司

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品分析

(4) 企业发展规划分析

2.4 全球休闲食品行业发展预测分析

2.4.1 品牌国际化趋势

2.4.2 全产业链布局

2.4.3 企业并购或业务收购，资本运作加速

第3章：中国休闲食品行业发展分析

3.1 中国休闲食品行业发展概述

3.1.1 中国休闲食品行业发展历程

3.1.2 中国休闲食品行业发展概况

3.2 中国休闲食品行业市场情况分析

3.2.1 休闲食品市场供给分析

(1) 休闲食品行业主要品牌图谱

(2) 休闲食品行业厂商分布地图

(3) 休闲食品行业特产分布地图

(4) 休闲食品行业产值情况

3.2.2 休闲食品市场需求分析

(1) 行业整体市场规模

(2) 细分产品结构分析

3.2.3 休闲食品行业供需平衡分析

3.2.4 休闲食品产品价格分析

(1) 消费额价格区间分布

(2) 休闲食品价格分布

3.3 中国休闲食品行业进出口分析

3.3.1 休闲食品行业出口市场分析

(1) 休闲食品行业出口金额分析

(2) 休闲食品行业出口数量分析

(3) 休闲食品行业出口结构分析

3.3.2 休闲食品行业进口市场分析

(1) 休闲食品行业进口金额分析

(2) 休闲食品行业进口数量分析

(3) 休闲食品行业进口结构分析

3.3.3 休闲食品行业进出口前景及建议

(1) 休闲食品行业出口前景

(2) 休闲食品行业出口建议分析

(3) 休闲食品行业进口前景

(4) 休闲食品行业进口建议分析

3.4 中国休闲食品行业竞争格局分析

3.4.1 休闲食品行业竞争格局

3.4.2 休闲食品行业竞争状态分析

(1) 休闲食品行业现有竞争者分析

(2) 休闲食品行业潜在进入者分析

(3) 休闲食品行业替代品威胁分析

(4) 休闲食品行业供应商议价能力

(5) 休闲食品行业购买者议价能力

(6) 休闲食品行业竞争情况总结

3.5 中国休闲食品行业痛点分析

第4章：中国休闲食品细分市场发展分析

4.1 中国膨化食品市场发展分析

4.1.1 膨化食品行业相关概述

(1) 膨化食品行业概念

(2) 膨化食品产品分类

4.1.2 膨化食品消费环境分析

(1) 膨化食品品牌指数分析

(2) 膨化食品消费趋势分析

4.1.3 膨化食品市场现状分析

(1) 膨化食品市场规模

(2) 膨化食品产品价格走势

4.1.4 膨化食品竞争格局分析

4.1.5 膨化食品行业发展预测

4.2 中国烘焙糕点市场发展分析

4.2.1 烘焙糕点行业相关概述

(1) 烘焙糕点行业概念

（2）烘焙糕点产品分类

4.2.2 烘焙糕点消费环境分析

（1）烘焙糕点品牌指数分析

（2）烘焙糕点消费趋势分析

4.2.3 烘焙糕点市场现状分析

（1）烘焙糕点市场规模

（2）烘焙糕点产品价格走势

4.2.4 烘焙糕点竞争格局分析

4.2.5 烘焙糕点行业发展预测

（1）焙烤食品行业发展趋势

（2）焙烤食品行业前景预测

4.3 中国饼干产品市场发展分析

4.3.1 饼干产品行业相关概述

（1）饼干产品行业概念

（2）饼干产品分类

4.3.2 饼干产品消费环境分析

（1）饼干产品品牌指数分析

（2）饼干产品消费趋势分析

4.3.3 饼干产品市场现状分析

（1）饼干产品市场规模

（2）饼干产品消费量

（3）饼干产品价格走势

4.3.4 饼干产品竞争格局分析

4.3.5 饼干产品行业发展预测

4.4 中国糖果巧克力市场发展分析

4.4.1 糖果巧克力行业相关概述

（1）糖果巧克力行业概念

（2）糖果巧克力产品分类

4.4.2 糖果巧克力消费环境分析

（1）糖果巧克力品牌指数分析

（2）糖果巧克力消费趋势分析

4.4.3 糖果巧克力市场现状分析

(1) 糖果巧克力市场规模

(2) 糖果巧克力产品价格走势

4.4.4 糖果巧克力竞争格局分析

4.4.5 糖果巧克力行业发展预测

4.5 中国坚果炒货市场发展分析

4.5.1 坚果炒货行业相关概述

(1) 坚果炒货行业概念

(2) 坚果炒货产品分类

4.5.2 坚果炒货消费环境分析

(1) 坚果炒货品牌指数分析

(2) 坚果炒货消费趋势分析

4.5.3 坚果炒货市场现状分析

(1) 坚果炒货市场规模

(2) 坚果炒货产品价格走势

4.5.4 坚果炒货竞争格局分析

4.5.5 坚果炒货行业发展预测

4.6 中国休闲卤制品市场发展分析

4.6.1 休闲卤制品行业相关概述

(1) 休闲卤制品行业概念

(2) 休闲卤制品产品分类

4.6.2 休闲卤制品消费环境分析

4.6.3 休闲卤制品市场现状分析

(1) 休闲卤制品市场规模

(2) 休闲卤制品产品价格走势

4.6.4 休闲卤制品竞争格局分析

4.6.5 休闲卤制品行业发展预测

第5章：中国休闲食品产业链分析

5.1 中国休闲食品产业链

5.2 中国休闲食品产业链上游分析

5.2.1 畜牧养殖业市场运行情况分析

(1) 畜牧业产值情况

(2) 肉类产品供应情况

(3) 肉类产品价格走势分析

5.2.2 水果业市场运行情况分析

(1) 水果业供给情况

(2) 水果业需求情况

(3) 水果产品价格走势分析

5.2.3 制糖业市场运行情况分析

(1) 白糖市场供给情况

(2) 白糖市场需求情况

(3) 白糖价格走势分析

5.2.4 上游行业对休闲食品市场影响分析

第6章：中国休闲产品行业营销策略分析

6.1 中国休闲产品行业线下销售渠道策略分析

6.1.1 线下销售渠道概述

6.1.2 传统分销渠道分析

(1) 渠道特性分析

(2) 渠道优劣势分析

(3) 渠道经营策略分析

6.1.3 连锁直营渠道分析

(1) 渠道特性分析

(2) 渠道优劣势分析

(3) 渠道经营策略分析

6.2 中国休闲食品行业电子商务渠道分析

6.2.1 电商渠道销售概述

6.2.2 电商销售渠道分析

(1) 渠道特性分析

(2) 渠道优劣势分析

(3) 渠道经营策略分析

6.3 中国休闲食品行业产品策略分析

6.3.1 行业产品策略分析

6.3.2 行业典型产品案例分析

(1) 三只松鼠的产品组合策略

(2) 三只松鼠的产品创新策略

(3) 三只松鼠的产品IP衍生策略

6.4 中国休闲食品行业定价策略分析

6.4.1 行业定价策略分析

6.4.2 行业典型定价案例分析

6.5 中国休闲食品行业促销策略分析

6.5.1 行业促销策略分析

6.5.2 行业典型促销案例分析

(1) 广告宣传策略

(2) 活动促销策略

(3) 构建形式灵活多样, 内容丰富多彩的促销系统

6.6 中国休闲食品行业营销策略趋势

6.6.1 品牌战略

6.6.2 渠道模式创新

6.6.3 多方整合推广策略

第7章：中国休闲食品行业主要企业生产经营分析

7.1 中国休闲食品行业企业整体概览

7.2 中国休闲食品行业膨化食品重点企业经营分析

7.2.1 中国旺旺控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.2.2 上好佳(中国)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.2.3 百事食品（中国）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.3 中国休闲食品行业烘焙糕点重点企业经营分析

7.3.1 福建达利食品集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.3.2 好丽友食品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.3.3 桃李面包股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.4 中国休闲食品行业饼干产品重点企业经营分析

7.4.1 亿滋食品（北京）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.4.2 东莞徐记食品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.5 中国休闲食品行业糖果巧克力重点企业经营分析

7.5.1 玛氏食品（中国）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业休闲食品营销模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展规划动向分析

7.5.2 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业休闲食品产品结构

- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

第8章：中国休闲食品行业发展前景与投资规划

8.1 中国休闲食品行业发展前景预测

8.1.1 中国休闲食品行业生命周期分析

8.1.2 中国休闲食品行业市场规模预测

8.1.3 中国休闲食品行业发展趋势预测

- (1) 行业整体趋势预测
- (2) 竞争格局趋势预测

8.2 中国休闲食品行业投资特性分析

8.2.1 行业投资现状分析

8.2.2 行业投资风险分析

- (1) 行业标准风险
- (2) 市场风险
- (3) 原料风险
- (4) 竞争风险
- (5) 技术风险
- (6) 宏观经济风险

8.2.3 行业投资壁垒分析

- (1) 品牌壁垒
- (2) 规模化经营壁垒
- (3) 技术壁垒

8.3 中国休闲食品行业投资价值分析

8.3.1 行业投资价值分析

- (1) 长期投资价值
- (2) 短期投资获利

8.3.2 行业投资机会分析

- (1) 产业链投资机会分析
- (2) 重点区域投资机会分析

8.3.3 休闲食品电子商务投资机遇

8.4 中国休闲食品行业投资发展建议

图表目录

图表1：休闲食品从产品属性分类

图表2：主要数据来源

图表3：休闲食品行业市场监管部门

图表4：休闲食品行业国家市场监管局总局机关

图表5：休闲食品行业相关标准汇总

图表6：休闲食品行业相关政策汇总

图表7：休闲食品行业相关发展规划

图表8：2012-2021年中国国内生产总值及增长走势（单位：万亿元，%）

图表9：2009-2021年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）

图表10：2021年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表11：2016-2021年中国GDP与休闲食品行业的关联性分析（单位：%）

图表12：2012-2021年全国消费品零售额情况（单位：亿元，%）

图表13：2015-2021年中国居民可支配收入情况及增速（单位：元，%）

图表14：2010-2021年中国居民消费结构情况（单位：元）

图表15：2015-2021年中国居民消费结构占比（单位：%）

图表16：2021年我国海关进出口贸易政策分析

图表17：技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响

图表18：2019-2021年我国汇率波动变化走势图

图表19：2021年中国休闲食品行业产品品牌关注度排行

图表20：2021年消费者购买休闲食品的关注因素（单位：%）

图表21：消费者购买休闲食品的消费动机（单位：%）

图表22：2021年中国休闲食品市场消费者年龄分布（单位：%）

图表23：中国休闲食品市场消费者性别分布（单位：%）

图表24：2021年中国休闲食品市场消费者职业渠道分布（单位：%）

图表25：2016-2021年中国休闲食品行业全网销量及销售均价（单位：元/件，件）

图表26：中国休闲食品消费新趋势

图表27：全球休闲食品行业龙头企业发展历程及模式

图表28：全球休闲食品行业龙头企业全产业链布局现状

图表29：2017-2021年全球休闲食品行业市场规模变化趋势（单位：%）

图表30：2017-2021年全球烘焙行业市场规模（单位：亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/383722.html>