

2014-2020年中国瓜子行业 监测与投资战略研究报告

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

《2014-2020年中国瓜子行业监测与投资战略研究报告》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/201404/103490.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

调查结果显示，北京消费者中有82.0%能记住一个以上瓜子产品品牌;回答记不住瓜子品牌的消费者比率为18.0%。瓜子产品是消费者经常吃的休闲食品，表面上看市场竞争已进入比较成熟的阶段。但通过对消费者需求，主要竞争品牌产品和营销策略等方面的细致调研分析，包括洽洽在内的众多知名瓜子品牌在品牌策划、产品策划和市场策划等营销环节还存在许多与消费者需求脱节的地方，这就为中小瓜子企业和新进入瓜子市场的品牌留下了做大品牌和产品销量的市场机会。

在北京消费者经常吃的瓜子品牌中，洽洽以63.4%的品牌提名率排在第一位，品牌知名度远远超出其它瓜子品牌。排在消费者经常吃的瓜子品牌第二位的是真心，占消费者选择比率的17.3%;往下依次是傻子瓜子占消费者选择比率的5.3%;正林瓜子占消费者选择比率的4.0%;沙土瓜子的消费者选择比率为2.7%;其它瓜子品牌合计占7.3%。可以看出洽洽在北京瓜子市场处于领导地位。

调查数据显示，在过去一年中总共吃过两个瓜子品牌的消费者人数最多，占消费者选择比率的30.9%;其次是吃过三个瓜子品牌的消费者比率占21.5%;回答在过去一年中只吃过一个瓜子品牌的消费者比率占15.4%;这三项合计达到67.8%。也分别有8.1%、1.3%和2.7%的消费者回答在过去一年中分别吃过四个、五个和五个以上的瓜子品牌。回答记不清吃过几个瓜子品牌的消费者比率也达到20.1%。由此可见瓜子产品的品牌忠诚度较高。消费者平均每月吃瓜子的花费主要集中在11-50元之间，消费者选择比率合计达到55.1%，超过被调查消费者的半数以上。回答每月吃瓜子花费在10元及以下的消费者比率占24.8%。也有9.0%的消费者每月吃瓜子的花费在51-100元;每月吃瓜子的花费在100元以上的重度消费者合计占11.1%。可以看出北京瓜子产品市场容量足够大。

本研究报告由公司行业研究中心与产业深度研究部共同完成，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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【 目录 】

第一章 瓜子产业概述

第一节 瓜子产业定义

第二节瓜子产业发展历程

第三节瓜子分类情况

第四节瓜子产业链分析

一、产业链模型介绍

二、瓜子产业链模型分析

第二章 中国瓜子产业发展环境分析

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

第二节瓜子产业相关政策

一、国家“十二五”产业政策

二、其他相关政策

第三节中国瓜子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 全球瓜子市场分析

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 中国瓜子产业供需现状分析

第一节瓜子产业总体规模

第二节瓜子产能概况

一、2009-2012年产能分析

二、2014-2020年产能预测

第三节瓜子产量概况

第四节瓜子市场需求概况

一、2009-2012年市场需求量分析

二、2014-2020年市场需求量预测

第五节进出口分析

第五章 中国瓜子产业总体发展状况

第一节中国瓜子产业规模情况分析

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

第二节中国瓜子产业财务能力分析

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

第五节瓜子企业竞争策略分析

第六章 2012年我国瓜子产业重点区域分析

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 瓜子产业市场分析

第一节重点产品瓜子

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 瓜子产业国内重点生产厂家分析

第一节A公司

一、企业基本情况

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、企业基本情况

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、企业基本情况

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、企业基本情况

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、企业基本情况

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 2014-2020年瓜子产业发展趋势及投资风险分析

第一节当前瓜子市场存在的问题

第二节瓜子未来发展预测分析

- 一、2014-2020年中国瓜子产业发展规模
- 二、2014-2020年中国瓜子产业技术趋势预测
- 三、总体产业“十二五”整体规划及预测

第三节2014-2020年中国瓜子产业投资风险分析

- 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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103490.html>