

2020-2026年中国干果坚果 行业分析与投资前景评估报告

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年中国干果坚果行业分析与投资前景评估报告》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/202006/167874.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

2011-2019年中国干果坚果市场规模情况

资料来源：中企顾问网整理

近年来虽然我国坚果炒货类休闲食品业得到了快速发展，但仍然存在亟待解决的突出问题，比如，发展规模小，深加工能力差，缺乏享有盛誉和具有主导地位的品牌；生产经营高度分散，同质化严重，市场集中度不高；准入门槛低，产品质量不尽如人意。因此，全行业要积极面对问题，抓住发展机遇，创新产品，提高质量，大力拓展品牌，提高信任指数，以满足大众不断增长的消费需求，促进行业更好更快地发展。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国干果坚果行业分析与投资前景评估报告》共十八章。首先介绍了中国干果坚果行业市场发展环境、中国干果坚果整体运行态势等，接着分析了中国干果坚果行业市场运行的现状，然后介绍了中国干果坚果市场竞争格局。随后，报告对中国干果坚果做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国干果坚果行业发展趋势与投资预测。您若想对干果坚果产业有个系统的了解或者想投资干果坚果行业，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，商务部采集数据等干果坚果。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干果坚果及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测干果坚果。

报告目录：

第一章 干果坚果行业发展综述 1

1.1 干果坚果行业定义及分类 1

1.1.1 行业概念及定义 1

1.1.2 行业主要产品分类 1

1.1.3 行业在国民经济中的地位 2

1.1.4 行业发展特征 2

（1）快速消费品行业 2

（2）质量安全关注行业 3

（3）原材料依赖型产业 3

（4）规模经济的典型特征 3

1.2 干果坚果行业统计标准 4

1.2.1 行业统计部门和统计口径 4

1.2.2 行业主要统计方法介绍 4

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍 4

1.3 干果坚果行业产业链分析 7

1.3.1 行业产业链简介 7

1.3.2 行业下游产业链相关行业分析 10

干果坚果行业下游直接面向广大终端消费者，消费者的购买力和消费喜好对干果坚果零售行业的经营具有直接影响。

干果坚果的消费人群涵盖青少年及儿童、中青年和老年，其中又以青少年儿童、中青年女性为主力消费人群。

青少年及儿童属于主观意愿型消费群体。这类人群有着消费冲动性较强、易于被影响、对事物喜好的稳定性差等消费特点，在挑选干果坚果时主要通过第一感觉决定是否购买，特别对于新奇的、刺激性的干果坚果有着强烈的兴趣，乐于尝试。随着我国居民生活水平的提高，青少年及儿童的零用钱逐步增多，自主消费权越来越大，其购买力也越来越强。

中青年属于品牌型消费群体。这类人群更看重干果坚果的品牌。他们通常比较忙碌，没有过多的时间精挑细选，更讲究品牌，更在意包装的精致和携带的便利性。他们对价格不是很敏感，但却注重购买的便利性。中青年女性消费群对干果坚果具有较高的购买频次和消费量。

老年人属于传统型消费群体，相对于前两者，老年人口味上更单一，形式上更实用。同时老年人也有他们特殊的营养需求，针对他们的产品功能进行细分。

1.3.3 行业产业链上游相关行业分析 11

第二章 干果坚果行业市场环境分析 17

2.1 干果坚果行业经济环境分析 17

2.1.1 国际宏观经济环境分析 17

2.1.2 国内宏观经济环境分析 36

2.1.3 行业宏观经济环境分析 41

2.2 干果坚果行业贸易环境分析 42

2.2.1 行业贸易环境发展现状 42

2.2.2 行业贸易环境发展趋势 43

2.3 干果坚果行业融资环境分析 44

2.3.1 主要货币数据分析 44

2.3.2 货币政策未来走向 45

2.4 干果坚果行业政策环境分析 48

2.4.1 行业相关政策动向 48

2.4.2 行业相关发展规划 51

2.5 干果坚果行业社会环境分析 52

2.5.1 产业社会环境 52

2.5.2 社会环境对行业的影响 61

第三章 2013-2019年食品行业发展分析 63

3.1 中国食品行业发展综合状况 63

3.1.1 中国食品行业发展总析 63

3.1.2 国内食品工业发展的突出特点 64

3.1.3 中国食品产业发展面临新形势 66

3.1.4 我国食品工业区域结构得到改善 69

3.2 2013-2019年中国食品行业发展分析 71

3.2.1 2016年中国食品工业经济运行状况 71

3.2.2 2019年我国食品工业经济运行状况 74

3.2.3 2019年我国食品工业运行分析 79

3.3 2013-2019年中国食品行业信息化发展分析 81

3.3.1 中国食品行业信息化总体状况 81

3.3.2 我国食品行业信息化需求特点 83

3.3.3 中国食品行业信息化发展不平衡 84

3.3.4 PLM在食品业信息化中的应用探析 84

3.4 我国食品行业发展思路 89

3.4.1 食品工业发展的建议 89

3.4.2 食品行业发展的政策措施 91

3.4.3 食品工业发展基本思路与方向 92

3.4.4 中国食品工业的发展战略分析 94

3.4.5 中国食品行业诚信体系建设的建议 95

3.4.6 中小食品企业经营创新思路 96

第四章 2013-2019年休闲食品行业发展分析 98

4.1 中国休闲食品行业发展状况分析 98

4.1.1 中国休闲食品行业发展总体概况	98
(1) 休闲食品行业的发展规模	98
(2) 休闲食品行业市场现状	99
(3) 休闲食品行业的消费群体	102
(4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势	103
4.1.2 中国休闲食品行业发展主要特点	107
(1) 竞争激烈——品牌是关键	107
(2) 生产趋于专业化和标准化	107
(3) 中高端市场成为争夺焦点	108
(4) 行业同质化现象严重	108
4.2 休闲食品行业经济指标分析	109
4.2.1 行业经济指标分析	109
4.2.2 不同性质企业经济指标分析	109

第五章 中国干果坚果行业发展现状分析 110

5.1 中国干果坚果行业发展状况分析	110
5.1.1 中国干果坚果行业发展阶段	110
5.1.2 中国干果坚果行业发展总体概况	111
5.1.3 中国干果坚果行业发展特点分析	112
5.1.4 中国干果坚果行业商业模式分析	113
5.2 干果坚果行业发展现状	115
5.2.1 2013-2019年中国干果坚果行业市场规模	115
5.2.2 2013-2019年中国干果坚果行业发展分析	115
5.2.3 2013-2019年中国干果坚果企业发展分析	116
5.3 干果坚果市场情况分析	118
5.3.1 中国干果坚果市场总体概况	118
5.3.2 中国干果坚果产品市场发展分析	118
5.4 中国干果坚果市场价格走势分析	119
5.4.1 干果坚果市场定价机制组成	119
5.4.2 干果坚果市场价格影响因素	119
5.4.3 干果坚果产品价格走势分析	120
5.4.4 2020-2026年干果坚果产品价格走势预测	120

第六章 中国干果坚果市场供需形势分析	122
6.1 干果坚果行业生产分析	122
6.1.1 产品及原材料进口、自有比例	122
6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布	122
6.2 中国干果坚果行业供需分析	123
6.2.1 2013-2019年中国干果坚果行业供给情况	123
(1) 中国干果坚果产量分析	123
(2) 中国干果坚果总产值分析	124
6.2.2 2013-2019年中国干果坚果行业需求情况	125
(1) 中国干果坚果销售产值分析	125
(2) 中国干果坚果销售收入分析	125
6.2.3 2013-2019年中国干果坚果行业供需平衡分析	126
6.3 干果坚果产品市场应用及需求预测	126
6.3.1 干果坚果产品应用市场总体需求分析	126
6.3.2 干果坚果产品应用市场需求总规模	126
第七章 干果坚果进出口结构及面临的机遇与挑战	127
7.1 干果坚果行业进出口市场分析	127
7.1.1 干果坚果行业进出口综述	127
(1) 中国干果坚果进出口的特点分析	127
(2) 中国干果坚果进出口政策与国际化经营	127
7.1.2 干果坚果行业出口市场分析	128
7.1.3 干果坚果行业进口市场分析	128
7.2 中国干果坚果出口面临的挑战及对策	129
7.2.1 中国干果坚果出口面临的挑战	129
7.2.2 中国干果坚果行业未来出口展望	129
7.2.3 中国干果坚果产品出口对策	130
第八章 干果坚果行业区域市场分析	132
8.1 华南地区市场分析	132
8.1.1 广东干果坚果市场分析	132

(1) 广东干果坚果市场销售情况	132
(2) 广东干果坚果市场价格监测	132
(3) 广东干果坚果市场竞争分析	134
(4) 广东干果坚果市场前景	135
8.1.2 广西干果坚果市场分析	135
(1) 广西干果坚果市场销售情况	135
(2) 广西干果坚果市场价格监测	136
(3) 广西干果坚果市场竞争分析	137
(4) 广西干果坚果市场前景	138
8.1.3 海南干果坚果市场分析	138
(1) 海南干果坚果市场销售情况	138
(2) 海南干果坚果市场价格监测	139
(3) 海南干果坚果市场竞争分析	140
(4) 海南干果坚果市场前景	141
8.2 华东地区市场分析	142
8.2.1 上海市干果坚果市场分析	142
(1) 上海市干果坚果市场销售情况	142
(2) 上海市干果坚果市场价格监测	143
(3) 上海市干果坚果市场竞争分析	144
8.2.2 江苏省干果坚果市场分析	144
(1) 江苏省干果坚果市场销售情况	144
(2) 江苏省干果坚果市场价格监测	145
(3) 江苏省干果坚果市场竞争分析	146
(4) 江苏省干果坚果市场前景	147
8.2.3 浙江省干果坚果市场分析	148
(1) 浙江省干果坚果市场销售情况	148
(2) 浙江省干果坚果市场价格监测	149
(3) 浙江省干果坚果市场竞争分析	150
(4) 浙江省干果坚果市场前景	151
8.2.4 山东省干果坚果市场分析	151
(1) 山东省干果坚果市场销售情况	151
(2) 山东省干果坚果市场价格监测	152

(3) 山东省干果坚果市场竞争分析 153

(4) 山东省干果坚果市场发展前景 157

8.3 西南地区市场分析 158

8.3.1 四川省干果坚果市场分析 158

8.3.2 贵州省干果坚果市场分析 159

8.3.3 云南省干果坚果市场分析 160

第九章 中国干果坚果上游供应市场分析 161

9.1 干果坚果行业原料市场——板栗 161

9.1.1 原料市场——产量规模分析 161

9.1.2 原料市场——价格走势分析 162

9.1.3 原料市场——市场趋势分析 162

9.2 干果坚果行业原料市场——核桃 164

9.2.1 原料市场——产量规模分析 164

9.2.2 原料市场——价格走势分析 165

9.2.3 原料市场——市场趋势分析 165

9.3 干果坚果行业原料市场——腰果 167

9.3.1 原料市场——产量规模分析 167

9.3.2 原料市场——价格走势分析 169

9.3.3 原料市场——市场趋势分析 169

第十章 中国干果坚果行业细分产品分析 170

10.1 干果坚果行业细分产品——榛子 170

10.1.1 细分产品——应用特点分析 170

10.1.2 细分产品——应用案例分析 171

10.1.6 细分产品——应用前景预测 172

10.2 干果坚果行业细分产品——糖果 172

10.2.1 细分产品——应用特点分析 172

10.2.2 细分产品——生产工艺流程 176

10.2.3 细分产品——注意问题分析 176

第十一章 中国干果坚果行业下游市场分析 179

11.1 干果坚果行业下游消费者——按性别分析	179
11.1.1 消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	179
11.1.2 男性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	180
11.1.3 女性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	181
11.1.4 不同性别消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	181
11.2 干果坚果行业下游市场——按年龄分析	181
11.2.1 16-20岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	181
11.2.2 21-25岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	182
11.2.3 26-30岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	183
11.2.4 不同年龄消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	183

第十二章 干果坚果行业发展前景分析预测 184

12.1 2020-2026年干果坚果市场发展前景	184
12.1.1 2020-2026年干果坚果市场发展潜力	184
12.1.2 2020-2026年干果坚果市场发展前景展望	185
12.1.3 2020-2026年干果坚果食品行业发展前景分析	185
12.2 2020-2026年中国干果坚果行业供需预测	186
12.2.1 2020-2026年中国干果坚果行业供给预测	186
12.2.2 2020-2026年中国干果坚果行业产量预测	186
12.2.3 2020-2026年中国干果坚果市场销量预测	187
12.2.4 2020-2026年中国干果坚果行业需求预测	187

第十三章 干果坚果行业投资价值分析评估 189

13.1 干果坚果行业投资特性分析	189
13.1.1 干果坚果行业进入壁垒分析	189
13.1.2 干果坚果行业盈利模式分析	190
13.1.3 干果坚果行业盈利因素分析	190
13.2 2020-2026年干果坚果行业发展的影响因素	191
13.2.1 有利因素	191
13.2.2 不利因素	191
13.3 2020-2026年干果坚果行业投资价值评估分析	192
13.3.1 行业投资效益分析	192

13.3.2 投资回报率比较高的投资方向 192

13.3.3 新进入者应注意的障碍因素 193

第十四章 干果坚果行业投资机会与风险防范 194

14.1 干果坚果行业投融资情况 194

14.1.1 行业资金渠道分析 194

14.1.2 固定资产投资分析 194

14.1.3 兼并重组情况分析 195

14.1.4 干果坚果行业投资现状分析 196

14.2 2020-2026年干果坚果行业投资机会 196

14.2.1 产业链投资机会 196

14.2.2 细分市场投资机会 197

14.2.3 重点区域投资机会 197

14.2.4 干果坚果行业投资机遇 197

14.3 2020-2026年干果坚果行业投资风险及防范 198

14.3.1 政策风险及防范 198

14.3.2 技术风险及防范 199

14.3.3 供求风险及防范 199

14.3.4 宏观经济波动风险及防范 199

14.3.5 产品结构风险及防范 200

14.3.6 其他风险及防范 200

14.4 中国干果坚果行业投资建议 200

14.4.1 干果坚果行业未来发展方向 200

14.4.2 投资建议 201

第十五章 干果坚果行业重点企业经营分析 203

15.1 干果坚果企业发展总体状况分析 203

15.1.1 干果坚果企业规模分析 203

15.1.2 干果坚果行业销售收入分析 203

15.1.3 干果坚果行业销售利润分析 204

15.2 干果坚果行业领先企业个案分析 204

15.2.1 佛山南兴果仁制品有限公司（天虹品牌）经营情况分析 204

(1) 企业发展简况分析	204
(2) 主要经济指标分析	204
(3) 企业盈利能力分析	205
(4) 企业运营能力分析	205
(5) 企业偿债能力分析	205
(6) 企业发展能力分析	206
(7) 企业产品结构及新产品动向	206
(8) 企业销售渠道与网络	207
(9) 企业经营状况优劣势分析	208
(10) 企业投资兼并与重组分析	209
(11) 企业最新发展动向分析	210
15.2.2 广州市粒上皇干果连锁公司(粒上皇品牌)经营情况分析	210
(1) 企业发展简况分析	210
(2) 主要经济指标分析	210
(3) 企业盈利能力分析	211
(4) 企业运营能力分析	211
(5) 企业偿债能力分析	211
(6) 企业发展能力分析	211
(7) 企业产品结构及新产品动向	212
(8) 企业销售渠道与网络	212
(9) 企业经营状况优劣势分析	212
(10) 企业投资兼并与重组分析	212
(11) 企业最新发展动向分析	213
15.2.3 湖北良品铺子食品有限公司(良品铺子品牌)经营情况分析	213
(1) 企业发展简况分析	213
(2) 主要经济指标分析	214
(3) 企业盈利能力分析	214
(4) 企业运营能力分析	215
(5) 企业偿债能力分析	215
(6) 企业发展能力分析	215
(7) 企业产品结构及新产品动向	215
(8) 企业销售渠道与网络	216

(9) 企业经营状况优劣势分析	216
(10) 企业投资兼并与重组分析	217
(11) 企业最新发展动向分析	217
15.2.4 上海来伊份股份有限公司(来伊份品牌)经营情况分析	217
(1) 企业发展简况分析	217
(2) 主要经济指标分析	219
(3) 企业盈利能力分析	219
(4) 企业运营能力分析	220
(5) 企业偿债能力分析	220
(6) 企业发展能力分析	220
(7) 企业产品结构及新产品动向	220
(8) 企业销售渠道与网络	221
(9) 企业发展战略分析	221
(10) 企业经营状况优劣势分析	221
(11) 企业投资兼并与重组分析	224
(12) 企业最新发展动向分析	224
15.2.5 安徽三只松鼠电子商务有限公司(三只松鼠品牌)经营情况分析	224
(1) 企业发展简况分析	224
(2) 企业产销能力分析	225
(3) 企业盈利能力分析	225
(4) 企业运营能力分析	226
(5) 企业偿债能力分析	226
(6) 企业发展能力分析	226
(7) 企业产品结构及新产品动向	227
(8) 企业销售渠道与网络	228
(9) 企业经营状况优劣势分析	228
(10) 企业最新发展动向分析	229
15.2.6 乌鲁木齐市西域华新网络有限公司(西域美农品牌)经营情况分析	229
(1) 企业发展简况分析	229
(2) 企业产销能力分析	229
(3) 企业盈利能力分析	229
(4) 企业运营能力分析	230

(5) 企业偿债能力分析	230
(6) 企业发展能力分析	230
(7) 企业产品结构及新产品动向	231
(8) 企业销售渠道与网络	231
15.2.7 新农哥食品有限公司(新农哥品牌)经营情况分析	231
(1) 企业发展简况分析	231
(2) 企业产销能力分析	231
(3) 企业盈利能力分析	232
(4) 企业运营能力分析	232
(5) 企业偿债能力分析	232
(6) 企业发展能力分析	233
(7) 企业产品结构及新产品动向	233
(8) 企业销售渠道与网络	234

第十六章 干果坚果市场营销策略分析 235

16.1 食品工业营销状况	235
16.1.1 现代食品营销特点	235
16.1.2 食品行业看好网络营销	236
16.1.3 食品企业开展网络营销的四大策略	237
16.1.4 高端食品的成功营销之道	237
16.1.5 中国食品行业的公益营销火热	241
16.1.6 食品企业营销主打健康牌	242
16.2 绿色食品营销	243
16.2.1 我国绿色食品营销环境分析	243
16.2.2 我国绿色食品市场营销的现状	244
16.2.3 绿色食品营销渠道定位与选择	244
16.2.4 构建绿色食品营销渠道的对策	246
16.2.5 绿色食品市场营销建议	247
16.2.6 绿色食品营销需要实施品牌战略	251
16.2.7 绿色食品的“绿色营销”策略	252
16.3 中国干果坚果营销渠道分析	254
16.3.1 干果坚果销售额结构分析	254

16.3.2 主要销售渠道	262
16.4 中国干果坚果消费人群分析	263
16.5 中国干果坚果营销策略分析	263
16.5.1 市场细分分析	263
16.5.2 市场定位分析	264
16.5.3 产品策略分析	267
16.5.4 价格策略分析	272
16.5.5 渠道策略分析	274
16.5.6 促销策略分析	275

第十七章 干果坚果企业发展策略分析 276

17.1 干果坚果行业面临的困境	276
17.1.1 干果坚果行业发展需要关注的突出问题	276
17.1.2 中国干果坚果工业的薄弱环节	277
17.1.3 干果坚果工业面临的挑战	277
17.2 干果坚果企业面临的困境及对策	278
17.2.1 重点干果坚果企业面临的困境及对策	278
17.2.2 中小干果坚果企业发展困境及策略分析	279
(1) 中小干果坚果企业面临的困境	279
(2) 中小干果坚果企业对策探讨	279
17.3 中国干果坚果行业存在的问题及对策	280
17.3.1 中国干果坚果行业存在的问题	280
(1) 中国干果坚果面临成长困境	280
(2) 中国干果坚果需要强势品牌	282
17.3.2 干果坚果行业发展的建议对策	283
(1) 把握国家投资的契机	283
(2) 竞争性战略联盟的实施	283
(3) 企业自身应对策略	284
17.3.3 市场的重点客户战略实施	287
(1) 实施重点客户战略的必要性	287
(2) 合理确立重点客户	288
(3) 重点客户战略管理	289

(4) 重点客户管理功能 289

第十八章 干果坚果行业研究结论及建议 292

18.1 报告研究结论 292

18.2 建议 292

图表目录：图表 2018-2024年中国GDP及增长率统计图表 2019年国内生产总值统计图表 2014年-2019年工业经济增长情况图表 2011-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率图表 2019年中国全社会固定资产投资统计图表 2019年年末中国人口数及其构成图表 2019年年末中国人口数及其构成图表 2011-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数图表 2011-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出图表 2011-2019年中国城镇新增就业人数图表 2011-2019年中国国家全员劳动生产率图表 干果坚果行业产业链图表 2018-2024年中国干果坚果行业总产值情况图表 2018-2024年中国干果坚果行业价格走势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167874.html>