

# 2020-2026年中国休闲食品 连锁零售行业分析与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国休闲食品连锁零售行业分析与市场供需预测报告》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/202007/171840.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

按照销售渠道的不同，休闲食品公司分为三种经营模式，传统品牌分销、新兴电商品牌以及连锁经营品牌。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国休闲食品连锁零售行业分析与市场供需预测报告》共十三章。首先介绍了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：

### 第一章中国休闲食品行业发展环境分析

#### 1.1 政策环境分析

##### 1.1.1 行业政策解读

##### 1.1.2 管理机构改造

##### 1.1.3 有机食品认证新规

##### 1.1.4 食品安全法修订草案

##### 1.1.5 食品安全法律法规动态

#### 1.2 宏观经济环境

##### 1.2.1 国内生产总值

##### 1.2.2 农业产品产量

##### 1.2.3 社会消费规模

##### 1.2.4 固定资产投资

#### 1.3 社会环境分析

##### 1.3.1 人口数量结构

##### 1.3.2 城乡居民收入

##### 1.3.3 居民消费价格

##### 1.3.4 居民恩格尔系数

### 1.3.5 食品行业薪酬

## 第二章 2012-2018年中国食品行业发展分析

### 2.1 中国食品行业发展综述

#### 2.1.1 发展态势

#### 2.1.2 发展特点

#### 2.1.3 发展优势

### 2.2 2012-2018年中国食品行业运行分析

#### 2.2.1 产品产销分析

#### 2.2.2 价格走势分析

#### 2.2.3 行业经济效益

#### 2.2.4 固定资产投资

#### 2.2.5 区域发展分析

#### 2.2.6 国际贸易规模

### 2.3 2012-2018年中国食品制造业财务数据分析

#### 2.3.1 行业规模分析

#### 2.3.2 行业盈利能力

#### 2.3.3 行业营运能力

#### 2.3.4 行业偿债能力

### 2.4 中国食品行业发展面临的挑战及发展策略

#### 2.4.1 产业化程度低

#### 2.4.2 运用高新技术

#### 2.4.3 培养专业人才

#### 2.4.4 创新产品生产

#### 2.4.5 转变经营模式

## 第三章 2012-2018年中国休闲食品行业发展分析

### 3.1 休闲食品行业发展概况

#### 3.1.1 行业发展历程

#### 3.1.2 行业发展阶段

#### 3.1.3 行业发展特点

#### 3.1.4 行业发展重点

## 3.2 2012-2018年休闲食品行业发展规模

### 3.2.1 行业产值规模

### 3.2.2 市场消费规模

### 3.2.3 经济发展指标

### 3.2.4 子行业产值规模

## 3.3 2012-2018年休闲食品市场竞争格局

### 3.3.1 市场格局概述

### 3.3.2 细分市场份额

### 3.3.3 区域格局分析

### 3.3.4 品牌竞争格局

### 3.3.5 中外企业竞争优势

## 3.4 休闲食品包装问题分析

### 3.4.1 食品包装的功能

### 3.4.2 小微包装趋势

### 3.4.3 休闲食品包装设计

### 3.4.4 食品包装的发展趋势

## 3.5 中国休闲食品行业发展对策分析

### 3.5.1 不断追求产品创新

### 3.5.2 保障休闲食品质量

### 3.5.3 充分利用科学技术

### 3.5.4 提高经营管理能力

### 3.5.5 运用市场营销手段

## 第四章 2012-2018年焙烤类休闲食品发展分析

### 4.1 2012-2018年焙烤食品发展分析

#### 4.1.1 行业相关定义

#### 4.1.2 行业发展态势

#### 4.1.3 市场规模分析

#### 4.1.4 行业营销模式

#### 4.1.5 行业发展预测

#### 4.1.6 发展趋势预测

### 4.2 2012-2018年主要焙烤类休闲食品行业财务状况

- 4.2.1 中国糕点、面包制造行业经济规模
- 4.2.2 中国糕点、面包制造行业盈利能力
- 4.2.3 中国糕点、面包制造行业营运能力指标分析
- 4.2.4 中国糕点、面包制造行业偿债能力指标分析
- 4.3 糕点食品
  - 4.3.1 中外行业对比
  - 4.3.2 市场竞争主体
  - 4.3.3 体验营销策略
  - 4.3.4 企业发展困境
  - 4.3.5 中式糕点发展分析
- 4.4 面包食品
  - 4.4.1 行业发展特点
  - 4.4.2 行业竞争格局
  - 4.4.3 行业进入壁垒
  - 4.4.4 未来发展趋势
- 4.5 饼干食品
  - 4.5.1 行业简介及标准
  - 4.5.2 消费总量及预测
  - 4.5.3 品牌影响力分析
  - 4.5.4 细分领域分析
  - 4.5.5 行业发展困境
  - 4.5.6 市场潜力分析
  - 4.5.7 行业发展策略
- 4.6 膨化食品
  - 4.6.1 市场发展态势
  - 4.6.2 细分产品格局
  - 4.6.3 最新法律法规
  - 4.6.4 品牌影响力分析
  - 4.6.5 相关设备需求

## 第五章 2012-2018年坚果炒货类休闲食品发展分析

### 5.1 2012-2018年坚果炒货行业发展分析

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

## 第六章 2012-2018年糖果类休闲食品发展分析

- 6.1 2012-2018年糖果行业发展分析
  - 6.1.1 行业规模分析
  - 6.1.2 产品产量规模
  - 6.1.3 区域格局分析
  - 6.1.4 消费行为分析
  - 6.1.5 企业并购行为
  - 6.1.6 本土企业突围办法
- 6.2 2012-2018年糖果、巧克力制造行业财务状况
  - 6.2.1 中国糖果、巧克力制造行业经济规模指标分析
  - 6.2.2 中国糖果、巧克力制造行业盈利能力指标分析

- 6.2.3 中国糖果、巧克力制造行业营运能力指标分析
- 6.2.4 中国糖果、巧克力制造行业偿债能力指标分析
- 6.3 传统糖果
  - 6.3.1 市场竞争格局
  - 6.3.2 热点产品分析
  - 6.3.3 行业发展趋势
  - 6.3.4 传统糖果商转型
- 6.4 巧克力
  - 6.4.1 原材料减产成因
  - 6.4.2 价格上涨趋势
  - 6.4.3 品牌影响力
  - 6.4.4 市场竞争格局
  - 6.4.5 市场潜力分析
- 6.5 口香糖
  - 6.5.1 消费行为分析
  - 6.5.2 市场竞争格局
  - 6.5.3 品牌影响力
  - 6.5.4 市场消费潜力
  - 6.5.5 口香糖污染问题

## 第七章 2012-2018年果冻及果脯食品市场分析

- 7.1 果脯蜜饯
  - 7.1.1 行业发展概况
  - 7.1.2 蜜饯产品流派
  - 7.1.3 重点品牌介绍
  - 7.1.4 消费行为分析
- 7.2 2012-2018年蜜饯制造行业财务状况
  - 7.2.1 中国蜜饯制造行业经济规模指标分析
  - 7.2.2 中国蜜饯制造行业盈利能力指标分析
  - 7.2.3 中国蜜饯制造行业营运能力指标分析
  - 7.2.4 中国蜜饯制造行业偿债能力指标分析
- 7.3 果冻



- 7.3.1 果冻行业发展
- 7.3.2 行业相关标准
- 7.3.3 行业发展规模
- 7.3.4 市场竞争格局
- 7.3.5 行业存在的问题
- 7.3.6 行业发展趋势
- 7.4 红枣制品
- 7.4.1 行业发展概况
- 7.4.2 红枣市场规模
- 7.4.3 行业产业链分析
- 7.4.4 市场发展预测

## 第八章 2012-2018年休闲食品其他热点细分市场分析

- 8.1 绿色休闲食品
  - 8.1.1 行业基本概述
  - 8.1.2 细分产品分析
  - 8.1.3 市场规模分析
  - 8.1.4 海苔市场概况
- 8.2 进口休闲食品
  - 8.2.1 市场规模分析
  - 8.2.2 进口主要来源
  - 8.2.3 热门零售品种
  - 8.2.4 市场定位分析
  - 8.2.5 销售渠道分析
  - 8.2.6 市场发展前景
- 8.3 儿童休闲食品
  - 8.3.1 儿童饮食营养意见
  - 8.3.2 儿童食品标准缺失
  - 8.3.3 儿童食品选购意见
  - 8.3.4 儿童休闲食品存在的问题
  - 8.3.5 儿童休闲食品改进措施

## 第九章 2012-2018年中国休闲食品电商市场分析

### 9.1 2012-2018年中国食品电商市场分析

#### 9.1.1 食品网购规模

#### 9.1.2 消费人群特征

#### 9.1.3 商业模式分类

#### 9.1.4 市场竞争主体

#### 9.1.5 市场规模预测

### 9.2 2012-2018年中国休闲食品电商市场分析

#### 9.2.1 市场规模分析

#### 9.2.2 电商发展意义

#### 9.2.3 商业模式创新

#### 9.2.4 差异化营销策略

#### 9.2.5 市场拓展方向

### 9.3 重点电商平台休闲食品市场分析

#### 9.3.1 淘宝网

#### 9.3.2 一号店

#### 9.3.3 京东商城

### 9.4 典型案例分析

#### 9.4.1 三只松鼠纯电商发展

#### 9.4.2 良品铺子O2O模式

#### 9.4.3 西米网的失败经验

## 第十章 2012-2018年中国休闲食品消费行为及营销分析

### 10.1 休闲食品消费行为分析

#### 10.1.1 休闲食品消费概况

#### 10.1.2 细分产品消费分析

#### 10.1.3 消费者属性分析

#### 10.1.4 消费者选择因素

### 10.2 休闲食品市场营销策略

#### 10.2.1 前期市场调研

#### 10.2.2 规划优质产品线

#### 10.2.3 做好产品营销

- 10.2.4 旺季营销策略
- 10.2.5 加强创新升级
- 10.3 休闲食品品牌推广策略
  - 10.3.1 品牌规划模式
  - 10.3.2 差异化策略
  - 10.3.3 品牌发展战略
  - 10.3.4 品牌传播渠道
  - 10.3.5 品牌营销形式
- 10.4 休闲食品广告投投放情况分析
  - 10.4.1 广告投放总体规模
  - 10.4.2 广告投放类型分析
  - 10.4.3 电视广告投放情况
  - 10.4.4 细分领域广告投放

## 第十一章 2012-2018年中国休闲食品经营模式分析

- 11.1 行业主要运营模式简析
  - 11.1.1 主要经营模式介绍
  - 11.1.2 连锁经营模式
  - 11.1.3 量贩式零食店
  - 11.1.4 发展自有品牌
- 11.2 休闲食品市场渠道分析
  - 11.2.1 市场零售业态
  - 11.2.2 连锁专卖店
  - 11.2.3 市场网购渠道
  - 11.2.4 销售渠道下沉
  - 11.2.5 渠道品牌分析
- 11.3 休闲食品连锁经营模式分析
  - 11.3.1 连锁加盟的方式
  - 11.3.2 重点企业分析
  - 11.3.3 连锁经营的优势
  - 11.3.4 开展连锁经营的方法

## 第十二章 2012-2018年中国休闲食品行业重点企业分析

### 12.1 雀巢公司（Nestle）

#### 12.1.1 企业发展概况

#### 12.1.2 企业经营状况

#### 12.1.3 中国市场战略

#### 12.1.4 模块组合营销

### 12.2 亿滋国际（Mondel z International, Inc）

#### 12.2.1 企业发展概况

#### 12.2.2 企业经营状况

#### 12.2.3 中国市场开拓

#### 12.2.4 饼干销量下滑

### 12.3 好时食品集团

#### 12.3.1 企业发展概况

#### 12.3.2 企业经营状况

#### 12.3.3 收购本土企业

#### 12.3.4 设立研发中心

### 12.4 中国旺旺控股有限公司

#### 12.4.1 企业发展概况

#### 12.4.2 企业经营状况

#### 12.4.3 产品创新策略

#### 12.4.4 销售渠道拓展

### 12.5 康师傅控股有限公司

#### 12.5.1 企业发展概况

#### 12.5.2 企业经营情况

#### 12.5.3 主营业务下滑

#### 12.5.4 市场领先地位

### 12.6 洽洽食品股份有限公司

#### 12.6.1 企业发展概况

#### 12.6.2 经营效益分析

#### 12.6.3 业务经营分析

#### 12.6.4 财务状况分析

### 12.7 好想你枣业股份有限公司

- 12.7.1 企业发展概况
- 12.7.2 经营效益分析
- 12.7.3 业务经营分析
- 12.7.4 财务状况分析
- 12.8 广东喜之郎集团有限公司
- 12.8.1 企业发展概况
- 12.8.2 企业发展历程
- 12.8.3 企业发展规模
- 12.8.4 多元产品品牌

### 第十三章 2020-2026年中国休闲食品投资分析及行业前景预测

- 13.1 休闲食品投资前景分析
  - 13.1.1 休闲食品未来需求
  - 13.1.2 市场发展潜力分析
  - 13.1.3 农村市场投资前景
  - 13.1.4 进口食品投资前景
  - 13.1.5 绿色食品前景看好
- 13.2 休闲食品行业投资风险
  - 13.2.1 市场竞争风险
  - 13.2.2 行业投资风险
  - 13.2.3 企业经营风险
- 13.3 休闲食品行业投资机会
  - 13.3.1 行业发展机会
  - 13.3.2 突破细分市场
  - 13.3.3 进口零食投资建议
- 13.4 休闲食品行业未来发展趋势分析
  - 13.4.1 未来发展思路
  - 13.4.2 行业发展格局
  - 13.4.4 行业消费趋势
  - 13.4.5 行业发展路径
- 13.5 2020-2026年中国休闲食品行业前景预测
  - 13.5.1 2020-2026年中国休闲食品行业预测分析

13.5.2 2020-2026年中国糕点、面包制造业预测分析

13.5.3 2020-2026年中国饼干及其他焙烤食品制造业预测分析

13.5.4 2020-2026年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业预测分析

部分图表目录：

图表 休闲食品行业发展历程

图表 2013-2018年中国休闲食品行业产值规模分析

图表 2013-2018年中国休闲食品行业市场消费规模分析

图表 2013-2018年中国焙烤食品行业市场规模分析

图表 2013-2018年中国糕点、面包制造业规模分析

图表 2013-2018年中国糕点、面包制造业盈利能力分析

图表 2013-2018年中国糕点、面包制造业营运能力分析

图表 2013-2018年中国糕点、面包制造业偿债能力分析

图表 2013-2018年中国坚果炒货行业市场规模分析

图表 2013-2018年全球坚果类产品行业市场规模分析

图表 2013-2018年我国坚果类产品行业市场规模分析

图表 2013-2018年中国糖果行业市场规模分析

图表 2010-2018年中国糖果产量统计分析

图表 2018年全国糖果产量分省市统计表

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/171840.html>