

2021-2027年中国休闲食品 行业前景展望与市场调查预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国休闲食品行业前景展望与市场调查预测报告》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/202106/223096.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

休闲食品 (leisure food)其实也是快速消费品的一类，是在人们闲暇、休息时所吃的食品。最贴切的解释是吃得玩的食品。主要分类有：干果，膨化食品，糖果，肉制食品等。随着生活水平的提高，休闲食品一直是深受广大人民群众喜爱的食品。走进超市，就会看到薯片、薯条、虾条、雪饼、果脯、酸角糕、话梅、花生、松子、杏仁、开心果、鱼片、肉干、五香炸肉等休闲食品。休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。

中国休闲食品的消费结构相较于发达国家仍处于较为初级的阶段，市场有着巨大的提升空间，未来伴随着居民整体消费结构的不断升级，休闲零食市场将持续发展。各国休闲零食人均消费额数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国休闲食品行业前景展望与市场调查预测报告》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：

第一章世界休闲食品行业整体运营状况分析

第一节2019年世界休闲食品行业市场发展格局

一、世界休闲食品市场特征分析

二、世界主要休闲食品品牌综述

三、世界休闲食品市场动态分析

四、国际糖果及休闲食品展亮点解析

五、加拿大召回某些韩国产休闲食品

第二节2019年世界休闲食品品牌主要国家运行分析

一、美国

二、日本

三、欧洲焙烤食品市场状况

第三节2021-2027年世界休闲食品行业发展趋势分析

第二章中国休闲食品行业市场发展环境分析

第一节国内休闲食品经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2021-2027年中国休闲食品经济发展预测分析

第二节中国休闲食品行业政策环境分析

第三章中国休闲食品行业市场运行态势分析

第一节2019年中国休闲食品市场动态分析休闲食品子品类销售情况数据来源：公开资料整理

- 一、首届中国国际休闲食品展聚焦
- 二、300种台湾休闲食品沪上受欢迎
- 三、打造四川休闲食品生产基地
- 四、百比佳进口休闲食品行业发展新地标
- 五、国际巨头发力中国爆米花市场

第二节2019年中国休闲食品市场现状综述

- 一、我国休闲食品市场容量
- 二、将“创新”糖果及休闲食品工艺进行到底
- 三、创新成就休闲食品业“领军者”
- 四、休闲食品：四面“涨”声中的市场突围之路
- 五、休闲食品行业布局自建终端
- 六、休闲食品异军突起
- 七、海洋食品：休闲食品新一极

第三节2019年中国休闲食品业存在的问题分析

- 一、跌入多品系漩涡
- 二、品牌分辨模糊
- 三、通路建设粗放
- 四、产品不能与时俱进

第四章中国休闲食品品牌生存状况分析

第一节品牌格局特征

- 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

第二节品牌发展战略

- 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

第五章中国休闲食品细分市场运营状况分析

第一节休闲豆制品

- 一、休闲豆制品相关概述
- 二、休闲豆干产区集中分析
- 三、休闲豆制品生产企业存在突出的问题
 - 1、落后的生产技术、管理水平制约休闲豆干业的发展
 - 2、规模化、机械化程度较低制约豆干企业发展
- 四、未来休闲豆制品的发展趋势

第二节膨化食品

- 一、膨化食品相关要简介
- 二、薯类膨化食品产销分析
- 三、膨化食品已进入完全竞争阶段
- 四、未来中国膨化食品发展战略分析

第三节焙烤食品

- 一、中国烘焙食品市场特征分析
- 二、焙烤食品糖制品行业较快增长
- 三、焙烤食品进出口数据分析
- 四、中国焙烤食品品牌地位日益加强

第四节其它热点产品

- 一、果冻
- 二、干果、坚果

第六章中国休闲食品市场销售运行态势分析

第一节2019年中国休闲食品市场营销现状

- 一、休闲食品市场渠道点评
- 二、休闲食品市场营销要诀

第二节休闲食品专卖店研究

- 一、重点专卖店介绍：
- 二、专卖店的特点：
- 三、专卖店崛起原因分析
- 四、对厂家和经销商的意义

第三节洽洽开心果市场营销案例解析

- 一、强调健康突出个性
- 二、网络营销先人一步

第七章中国休闲食品业发展战略分析

第一节休闲食品——口味

- 一、口味多样化、系列化
- 二、区域性口味改良
- 三、复合性口味增加

第二节休闲食品——细分

- 一、消费者多重细分
- 二、品类多次细分

第三节休闲食品——品牌个性化

- 一、彰显个性，抢占消费者心智
- 二、多种手法塑造个性品牌

第四节休闲食品——多渠道广泛覆盖

- 一、广泛性分销，多渠道销售
- 二、强化渠道掌控，注重终端陈列

第五节休闲食品——娱乐化整合传播

- 一、明星策略，引领风潮
- 二、线上线下协同操作，整合推广

第八章中国休闲食品市场消费调研分析

第一节受访者基本情况调查分析

- 一、性别占比
- 二、年龄分布
- 三、从事职业情况调查分析
- 四、受访者区域分布

第二节休闲食品消费者消费行为调查分析

- 一、消费者普遍喜欢的休闲食品类别占比
- 二、消费者能接受的单件休闲食品的价格
- 三、消费者对休闲食品广告关注度调查分析
- 四、消费者购买休闲食品的渠道调查分析
- 五、您家的休闲食品主要是谁消费
- 六、男性消费者喜欢的休闲食品类别占比

第三节影响消费者购买新上市休闲食品的因素调查分析

第九章中国休闲食品市场竞争格局分析

第一节2019年中国休闲食品行业竞争现状

- 一、年货市场上演“休闲食品”战
- 二、渠道价格战挑战供应商承受极限
- 三、华南休闲食品竞争升级
- 四、休闲礼包掀起价格战

第二节2019年中国休闲食品重点品牌企业分析

- 一、丰丰休闲食品抢滩全国
- 二、休闲食品业群雄逐鹿
- 三、休闲食品上好佳将在四川崇州建生产基地

第十章世界品牌休闲食品企业营运状况分析

第一节品客

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第二节特脆星

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第三节白乐顺

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第四节妈咪

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

第十一章中国休闲食品典型企业分析

第一节百事食品(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第二节上好佳(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第三节福建雅客食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第四节上海天喔食品(集团)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第五节江西旺旺食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第六节江西金冠食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第七节成都市新都区冠生园食品有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第八节苏州稻香村食品工业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第十二章2021-2027年中国休闲食品行业发展趋势分析

第一节2021-2027年中国休闲食品行业发展前景分析

- 一、休闲食品前景在于“健康”
- 二、麻辣休闲食品市场前景诱人

第二节2021-2027年中国休闲食品行业发展趋势分析

- 一、休闲食品五大发展趋势

二、休闲食品品牌发展趋势

第三节2021-2027年中国休闲食品行业市场预测分析

第四节2021-2027年中国休闲食品市场盈利预测分析

第五节中小食品企业产品迅速做大市场战略分析

一、大食品品牌的营销漏洞

二、中小食品企业的营销短板

三、中小食品企业产品的市场机会分析

第十三章2021-2027年中国休闲食品行业投资前景分析

第一节2019年中国休闲食品投资概况

一、中国休闲食品市场投资环境

二、中国休闲食品投资价值分析

三、中国休闲食品投资策略

第二节2021-2027年中国休闲食品行业投资机会分析

一、休闲食品商机凸现

二、休闲食品产业投资热点分析

三、与休闲食品产业链相关的投资机会分析

第三节2021-2027年中国休闲食品行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223096.html>