

2015-2020年中国干果坚果 行业分析与投资战略研究分析报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2015-2020年中国干果坚果行业分析与投资战略研究分析报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201503/17-177572.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

干果，即果实成熟时果皮成干燥状态的果子或者人加工后的果实。果实在完全成熟后，由于含水分多少不同，还有干果和肉果的分别，成熟后果皮干燥的果实叫干果。干果又分裂果和闭果。它们大多含有丰富的蛋白质，维生素等。我们生活中常见的干果有很多，例如板栗，霹雳果，榛子，腰果，核桃，瓜子，松仁，莲子，白果，杏仁，大枣，葡萄干等等。

随着经济的快速发展，消费者可支配收入的增加，消费观念的转变，消费者对休闲食品的需求有所提高，对于坚果炒货食品的口味、功能和健康等各方面的要求也越来越多，需求的多样化、差异化推动了坚果炒货行业的快速发展。预计未来我国坚果将保持11%的速度增长，预计到2020年，我国坚果的市场规模将达到818亿元。

随着生活水平的不断提高，休闲食品作为一种生活方式将被更多的人群接受，儿童、年轻人以及中老年人都会成为休闲食品的消费者，休闲食品正在逐渐成为人们日常生活中的必需品，同时消费者也会对产品的营养、品牌和品位提出更高的要求，休闲食品也因此出现更多的细分市场，种类越来越丰富；我国的城镇化建设仍然有很大的空间，伴随着人均可支配收入的提高、消费结构的升级、生活品质追求，大量的城镇人口将为我国的休闲食品行业的发展提供广阔的市场空间；而且国内新产品以及进口产品的热销，说明消费者的强劲需求还是没有被满足。

干果，即果实成熟时果皮成干燥状态的果子或者人加工后的果实。果实在完全成熟后，由于含水分多少不同，还有干果和肉果的分别，成熟后果皮干燥的果实叫干果。干果又分裂果和闭果。它们大多含有丰富的蛋白质，维生素等。我们生活中常见的干果有很多，例如板栗，霹雳果，榛子，腰果，核桃，瓜子，松仁，莲子，白果，杏仁，大枣，葡萄干等等。

随着经济的快速发展，消费者可支配收入的增加，消费观念的转变，消费者对休闲食品的需求有所提高，对于坚果炒货食品的口味、功能和健康等各方面的要求也越来越多，需求的多样化、差异化推动了坚果炒货行业的快速发展。预计未来我国坚果将保持11%的速度增长，预计到2020年，我国坚果的市场规模将达到818亿元。

随着生活水平的不断提高，休闲食品作为一种生活方式将被更多的人群接受，儿童、年轻人以及中老年人都会成为休闲食品的消费者，休闲食品正在逐渐成为人们日常生活中的必需品，同时消费者也会对产品的营养、品牌和品位提出更高的要求，休闲食品也因此出现更多的细分市场，种类越来越丰富；我国的城镇化建设仍然有很大的空间，伴随着人均可支配收入的提高、消费结构的升级、生活品质追求，大量的城镇人口将为我国的休闲食品行业的发展提供广阔的市场空间；而且国内新产品以及进口产品的热销，说明消费者的强劲需求还是没有被满足。

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 2

(3) 原材料依赖型产业 2

(4) 规模经济的典型特征 3

1.2 干果坚果行业统计标准3

1.2.1 行业统计部门和统计口径3

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 4

1.3.1 行业产业链简介4

1.3.2 行业下游产业链相关行业分析4

1.3.3 行业产业链上游相关行业分析5

第二章 干果坚果行业市场环境分析 6

2.1 干果坚果行业经济环境分析6

2.1.1 国际宏观经济环境分析 6

2.1.2 国内宏观经济环境分析 11

2.1.3 行业宏观经济环境分析 18

2.2 干果坚果行业贸易环境分析19

2.2.1 行业贸易环境发展现状 19

2.2.2 行业贸易环境发展趋势 20

2.3 干果坚果行业融资环境分析20

2.3.1 主要货币数据分析 20

2.3.2 货币政策未来走向 21

2.4 干果坚果行业政策环境分析24

2.4.1 行业相关政策动向 24

2.4.2 行业相关发展规划 24

2.5 干果坚果行业社会环境分析26

2.5.1 产业社会环境 26

2.5.2 社会环境对行业的影响 30

第三章 2013-2014年食品行业发展分析 31

3.1 中国食品行业发展综合状况31

3.1.1 中国食品行业发展总析 31

3.1.2 国内食品工业发展的突出特点35

3.1.3 中国食品产业发展面临新形势35

3.1.4 我国食品工业区域结构得到改善 36

3.2 2013-2014年中国食品行业发展分析 36

3.2.1 2012年中国食品工业经济运行状况36

3.2.2 2013年我国食品工业经济运行状况42

3.2.3 2014年我国食品工业运行分析43

3.3 2013-2014年中国食品行业信息化发展分析 44

3.3.1 中国食品行业信息化总体状况44

3.3.2 我国食品行业信息化需求特点45

3.3.3 中国食品行业信息化发展不平衡 46

3.3.4 PLM在食品业信息化中的应用探析47

3.4 我国食品行业发展思路50

3.4.1 食品工业发展的建议50

3.4.2 食品行业发展的政策措施52

3.4.3 食品工业发展基本思路与方向52

3.4.4 中国食品工业的发展战略分析57

3.4.5 中国食品行业诚信体系建设的建议57

3.4.6 中小食品企业经营创新思路 58

第四章 2012-2014年休闲食品行业发展分析60

4.1 中国休闲食品行业发展状况分析60

4.1.1 中国休闲食品行业发展总体概况	60
(1) 休闲食品行业的发展规模	60
(2) 休闲食品行业市场现状	61
(3) 休闲食品行业的消费群体	61
(4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势	61
4.1.2 中国休闲食品行业发展主要特点	64
(1) 竞争激烈——品牌是关键	64
(2) 生产趋于专业化和标准化	64
(3) 中高端市场成为争夺焦点	64
(4) 行业同质化现象严重	65
4.2 休闲食品行业经济指标分析	66
4.2.1 行业经济指标分析	66
4.2.2 不同性质企业经济指标分析	66

第五章 中国干果坚果行业发展现状分析 67

5.1 中国干果坚果行业发展状况分析	67
5.1.1 中国干果坚果行业发展阶段	67
5.1.2 中国干果坚果行业发展总体概况	67
5.1.3 中国干果坚果行业发展特点分析	68
5.1.4 中国干果坚果行业商业模式分析	68
5.2 干果坚果行业发展现状	71
5.2.1 2013-2014年中国干果坚果行业市场规模	71
5.2.2 2013-2014年中国干果坚果行业发展分析	71
5.2.3 2013-2014年中国干果坚果企业发展分析	72
5.3 干果坚果市场情况分析	73
5.3.1 中国干果坚果市场总体概况	73
5.3.2 中国干果坚果产品市场发展分析	73
5.4 中国干果坚果市场价格走势分析	73
5.4.1 干果坚果市场定价机制组成	73
5.4.2 干果坚果市场价格影响因素	74
5.4.3 干果坚果产品价格走势分析	74
5.4.4 2015-2020年干果坚果产品价格走势预测	75

第六章 中国干果坚果市场供需形势分析 77

6.1 干果坚果行业生产分析77

6.1.1 产品及原材料进口、自有比例77

6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布 77

6.2 中国干果坚果行业供需分析78

6.2.1 2013-2014年中国干果坚果行业供给情况 78

(1) 中国干果坚果产量分析 78

(2) 中国干果坚果总产值分析 79

6.2.2 2013-2014年中国干果坚果行业需求情况 80

(1) 中国干果坚果销售产值分析 80

(2) 中国干果坚果销售收入分析 80

6.2.3 2013-2014年中国干果坚果行业供需平衡分析81

6.3 干果坚果产品市场应用及需求预测 81

6.3.1 干果坚果产品应用市场总体需求分析 81

6.3.2 干果坚果产品应用市场需求总规模82

第七章 干果坚果进出口结构及面临的机遇与挑战 83

7.1 干果坚果行业进出口市场分析 83

7.1.1 干果坚果行业进出口综述83

(1) 中国干果坚果进出口的特点分析 83

(2) 中国干果坚果进出口政策与国际化经营 83

7.1.2 干果坚果行业出口市场分析 84

7.1.3 干果坚果行业进口市场分析 84

7.2 中国干果坚果出口面临的挑战及对策85

7.2.1 中国干果坚果出口面临的挑战85

7.2.2 中国干果坚果行业未来出口展望 85

7.2.3 中国干果坚果产品出口对策 85

第八章 干果坚果行业区域市场分析 87

8.1 华南地区市场分析87

8.1.1 广东干果坚果市场分析 87

- (1) 广东干果坚果市场销售情况 87
- (2) 广东干果坚果市场价格监测 87
- (3) 广东干果坚果市场竞争分析 87
- (4) 广东干果坚果市场发展前景 88

8.1.2 广西干果坚果市场分析 89

- (1) 广西干果坚果市场销售情况 89
- (2) 广西干果坚果市场价格监测 89
- (3) 广西干果坚果市场竞争分析 89
- (4) 广西干果坚果市场发展前景 90

8.1.3 海南干果坚果市场分析 91

- (1) 海南干果坚果市场销售情况 91
- (2) 海南干果坚果市场价格监测 91
- (3) 海南干果坚果市场竞争分析 91
- (4) 海南干果坚果市场发展前景 92

8.2 华东地区市场分析 93

8.2.1 上海市干果坚果市场分析 93

- (1) 上海市干果坚果市场销售情况 93
- (2) 上海市干果坚果市场价格监测 93
- (3) 上海市干果坚果市场竞争分析 93

8.2.2 江苏省干果坚果市场分析 94

- (1) 江苏省干果坚果市场销售情况 94
- (2) 江苏省干果坚果市场价格监测 95
- (3) 江苏省干果坚果市场竞争分析 95
- (4) 江苏省干果坚果市场发展前景 95

8.2.3 浙江省干果坚果市场分析 96

- (1) 浙江省干果坚果市场销售情况 96
- (2) 浙江省干果坚果市场价格监测 96
- (3) 浙江省干果坚果市场竞争分析 96
- (4) 浙江省干果坚果市场发展前景 97

8.2.4 山东省干果坚果市场分析 97

- (1) 山东省干果坚果市场销售情况 97
- (2) 山东省干果坚果市场价格监测 97

(3) 山东省干果坚果市场竞争分析 98

(4) 山东省干果坚果市场发展前景 98

8.3 西南地区市场分析99

8.3.1 四川省干果坚果市场分析99

8.3.2 贵州省干果坚果市场分析100

8.3.3 云南省干果坚果市场分析101

第九章 中国干果坚果上游供应市场分析106

9.1 干果坚果行业原料市场——板栗106

9.1.1 原料市场——产量规模分析 106

9.1.2 原料市场——价格走势分析 106

9.1.3 原料市场——市场趋势分析 107

9.2 干果坚果行业原料市场——核桃107

9.2.1 原料市场——产量规模分析 107

9.2.2 原料市场——价格走势分析 109

9.2.3 原料市场——市场趋势分析 109

9.3 干果坚果行业原料市场——腰果110

9.3.1 原料市场——产量规模分析 110

9.3.2 原料市场——价格走势分析 110

9.3.3 原料市场——市场趋势分析 110

第十章 中国干果坚果行业细分产品分析112

10.1 干果坚果行业细分产品——榛子 112

10.1.1 细分产品——应用特点分析 112

10.1.2 细分产品——应用案例分析 112

10.1.6 细分产品——应用前景预测 113

10.2 干果坚果行业细分产品——糖果 113

10.2.1 细分产品——应用特点分析 113

10.2.2 细分产品——生产工艺流程 114

10.2.3 细分产品——注意问题分析 117

第十一章 中国干果坚果行业下游市场分析119

11.1 干果坚果行业下游消费者——按性别分析	119
11.1.1 消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	119
11.1.2 男性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	119
12.1.3 女性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	120
12.1.4 不同性别消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	120
11.2 干果坚果行业下游市场——按年龄分析	121
12.2.1 16-20岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	121
12.2.2 21-25岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	122
12.2.3 26-30岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	122
12.2.4 不同年龄消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	123

第十二章 干果坚果行业发展前景分析预测124

12.1 2015-2020年干果坚果市场发展前景124	
12.1.1 2015-2020年干果坚果市场发展潜力	124
12.1.2 2015-2020年干果坚果市场发展前景展望	124
12.1.3 2015-2020年干果坚果食品行业发展前景分析	124
12.2 2015-2020年中国干果坚果行业供需预测126	
12.2.1 2015-2020年中国干果坚果行业供给预测	126
12.2.2 2015-2020年中国干果坚果行业产量预测	127
12.2.3 2015-2020年中国干果坚果市场销量预测	128
12.2.4 2015-2020年中国干果坚果行业需求预测	129

第十三章 干果坚果行业投资价值分析评估130

13.1 干果坚果行业投资特性分析	130
13.1.1 干果坚果行业进入壁垒分析	130
13.1.2 干果坚果行业盈利模式分析	131
13.1.3 干果坚果行业盈利因素分析	132
13.2 2015-2020年干果坚果行业发展的影响因素	132
13.2.1 有利因素	132
13.2.2 不利因素	133
13.3 2015-2020年干果坚果行业投资价值评估分析	133
13.3.1 行业投资效益分析	133

13.3.2 投资回报率比较高的投资方向 134

13.3.3 新进入者应注意的障碍因素 134

第十四章 干果坚果行业投资机会与风险防范136

14.1 干果坚果行业投融资情况 136

14.1.1 行业资金渠道分析 136

14.1.2 固定资产投资分析 136

14.1.3 兼并重组情况分析 138

14.1.4 干果坚果行业投资现状分析 139

14.2 2015-2020年干果坚果行业投资机会139

14.2.1 产业链投资机会 139

14.2.2 细分市场投资机会 140

14.2.3 重点区域投资机会 141

14.2.4 干果坚果行业投资机遇 141

14.3 2015-2020年干果坚果行业投资风险及防范 142

14.3.1 政策风险及防范 142

14.3.2 技术风险及防范 143

14.3.3 供求风险及防范 145

14.3.4 宏观经济波动风险及防范 145

14.3.5 产品结构风险及防范 146

14.3.6 其他风险及防范 147

14.4 中国干果坚果行业投资建议 147

14.4.1 干果坚果行业未来发展方向 147

14.4.2投资建议 148

第十五章 干果坚果行业重点企业经营分析151

15.1 干果坚果企业发展总体状况分析 151

15.1.1 干果坚果企业规模分析 151

15.1.2 干果坚果行业销售收入分析 152

15.1.3 干果坚果行业销售利润分析 153

15.2 干果坚果行业领先企业个案分析 153

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 153

- (1) 企业发展简况分析 153
- (2) 主要经济指标分析 153
- (3) 企业盈利能力分析 154
- (4) 企业运营能力分析 154
- (5) 企业偿债能力分析 155
- (6) 企业发展能力分析 156
- (7) 企业产品结构及新产品动向 156
- (8) 企业销售渠道与网络 157
- (9) 企业经营状况优劣势分析 158
- (10) 企业投资兼并与重组分析 159
- (11) 企业最新发展动向分析 159

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159

- (1) 企业发展简况分析 159
- (2) 主要经济指标分析 159
- (3) 企业盈利能力分析 159
- (4) 企业运营能力分析 160
- (5) 企业偿债能力分析 161
- (6) 企业发展能力分析 162
- (7) 企业产品结构及新产品动向 162
- (8) 企业销售渠道与网络 162
- (9) 企业经营状况优劣势分析 162
- (10) 企业投资兼并与重组分析 162
- (11) 企业最新发展动向分析 163

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163

- (1) 企业发展简况分析 163
- (2) 主要经济指标分析 163
- (3) 企业盈利能力分析 164
- (4) 企业运营能力分析 164
- (5) 企业偿债能力分析 165
- (6) 企业发展能力分析 166
- (7) 企业产品结构及新产品动向 167
- (8) 企业销售渠道与网络 167

(9) 企业经营状况优劣势分析 167

(10) 企业投资兼并与重组分析 167

(11) 企业最新发展动向分析 167

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 167

(1) 企业发展简况分析 168

(2) 主要经济指标分析 168

(3) 企业盈利能力分析 168

(4) 企业运营能力分析 169

(5) 企业偿债能力分析 170

(6) 企业发展能力分析 171

(7) 企业产品结构及新产品动向 171

(8) 企业销售渠道与网络 171

(9) 企业发展战略分析 171

(10) 企业经营状况优劣势分析 172

(11) 企业投资兼并与重组分析 172

(12) 企业最新发展动向分析 172

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 172

(1) 企业发展简况分析 172

(2) 企业产销能力分析 173

(3) 企业盈利能力分析 174

(4) 企业运营能力分析 175

(5) 企业偿债能力分析 176

(6) 企业发展能力分析 177

(7) 企业产品结构及新产品动向 177

(8) 企业销售渠道与网络 178

(9) 企业经营状况优劣势分析 178

(10) 企业最新发展动向分析 179

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 179

(1) 企业发展简况分析 179

(2) 企业产销能力分析 179

(3) 企业盈利能力分析 180

(4) 企业运营能力分析 180

(5) 企业偿债能力分析	181
(6) 企业发展能力分析	182
(7) 企业产品结构及新产品动向	183
(8) 企业销售渠道与网络	183
15.2.7 新农哥食品有限公司(新农哥品牌)经营情况分析	183
(1) 企业发展简况分析	183
(2) 企业产销能力分析	184
(3) 企业盈利能力分析	184
(4) 企业运营能力分析	185
(5) 企业偿债能力分析	186
(6) 企业发展能力分析	187
(7) 企业产品结构及新产品动向	187
(8) 企业销售渠道与网络	187
第十六章 干果坚果市场营销策略分析	188
16.1 食品工业营销状况	188
16.1.1 现代食品营销特点	188
16.1.2 食品行业看好网络营销	189
16.1.3 食品企业开展网络营销的四大策略	190
16.1.4 高端食品的成功营销之道	191
16.1.5 中国食品行业的公益营销火热	192
16.1.6 食品企业营销主打健康牌	193
16.2 绿色食品营销	194
16.2.1 我国绿色食品营销环境分析	194
16.2.2 我国绿色食品市场营销的现状	196
16.2.3 绿色食品营销渠道定位与选择	198
16.2.4 构建绿色食品营销渠道的对策	200
16.2.5 绿色食品市场营销建议	202
16.2.6 绿色食品营销需要实施品牌战略	204
16.2.7 绿色食品的“绿色营销”策略	205
16.3 中国干果坚果营销渠道分析	206
16.3.1 干果坚果销售额结构分析	206
16.3.2 主要销售渠道	207

16.4 中国干果坚果消费人群分析 207

16.5 中国干果坚果营销策略分析 208

16.5.1 市场细分分析 208

16.5.2 市场定位分析 209

16.5.3 产品策略分析 209

16.5.4 价格策略分析 209

16.5.5 渠道策略分析 209

16.5.6 促销策略分析 210

第十七章 干果坚果企业发展策略分析 211

17.1 干果坚果行业面临的困境 211

17.1.1 干果坚果行业发展需要关注的突出问题 211

17.1.2 中国干果坚果工业的薄弱环节 211

17.1.3 干果坚果工业面临的挑战 211

17.2 干果坚果企业面临的困境及对策 212

17.2.1 重点干果坚果企业面临的困境及对策 212

17.2.2 中小干果坚果企业发展困境及策略分析 213

(1) 中小干果坚果企业面临的困境 213

(2) 中小干果坚果企业对策探讨 213

17.3 中国干果坚果行业存在的问题及对策 214

17.3.1 中国干果坚果行业存在的问题 214

(1) 中国干果坚果面临成长困境 214

(2) 中国干果坚果需要强势品牌 215

17.3.2 干果坚果行业发展的建议对策 216

(1) 把握国家投资的契机 216

(2) 竞争性战略联盟的实施 217

(3) 企业自身应对策略 217

17.3.3 市场的重点客户战略实施 218

(1) 实施重点客户战略的必要性 218

(2) 合理确立重点客户 220

(3) 重点客户战略管理 220

(4) 重点客户管理功能 221

第十八章 干果坚果行业研究结论及建议 224

18.1 报告研究结论 224

18.2 建议 224

图表目录

图表：2013年七国集团GDP增长率6

图表：2013年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率7

图表：2013年全球及主要经济体制造业和服务业PMI 8

图表：2014年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数 9

图表：2013-2014年GDP增长速度分析 12

图表：2013-2014年国内生产总值增长速度（累计同比） 12

图表：2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比） 13

图表：2013-2014年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比） 13

图表：2013-2014年固定资产投资到位资金同比增速 14

图表：2013-2014年社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 15

图表：2013-2014年居民消费价格上涨情况（月度同比） 16

图表：2013-2014年农村居民人均收入实际增速（累计同比） 17

图表：2013-2014年城镇居民人均可支配收入实际增速（累计同比） 17

图表：2013年食品工业固定资产投资情况 19

图表：2007-2013年中国人口及其自然增长率变化情况 26

图表：2009-2013年学校招生人数分析 27

图表：2009-2013年研究与试验发展（R&D）经费支出28

图表：2012年食品工业增加值季度增长速度 37

图表：2012年全国食品工业产值表 37

图表：2012年全国食品工业主要产品产量 39

图表：2012年按季度分的食品工业利润额 40

图表：2012年食品工业经济效益指标 41

图表：2012年全国食品工业主要经济指标结构表 41

图表：2014年全国食品行业月度主营业务收入及同比 44

图表：2013-2020年中国休闲食品行业的发展规模分析 60

图表：2014年1-10月中国休闲食品行业主要经济指标分析 66

图表：2014年1-10月中国休闲食品行业不同性质企业经济指标分析 66

图表：干果坚果行业发展历程 67

图表：2013-2014年中国干果坚果行业市场规模分析 71

图表：2013年我国干果及坚果进口情况 77

图表：2013-2014年中国干果坚果行业产量分析 78

图表：2013-2014年中国干果坚果行业总产值分析 79

图表：2013-2014年中国干果坚果行业销售产值分析 80

图表：2013-2014年中国干果坚果行业销售收入分析 80

图表：2013-2014年中国干果坚果行业供需平衡分析 81

图表：2013-2014年中国干果坚果产品应用市场需求总规模 82

图表：2013-2014年广东干果坚果行业市场销售收入分析 87

图表：2013-2014年广西干果坚果行业市场销售收入分析 89

图表：2013-2014年海南干果坚果行业市场销售收入分析 91

图表：2013-2014年上海干果坚果行业市场销售收入分析 93

图表：2013-2014年江苏干果坚果行业市场销售收入分析 94

图表：2013-2014年浙江干果坚果行业市场销售收入分析 96

图表：2013-2014年山东干果坚果行业市场销售收入分析 97

图表：2013-2014年四川干果坚果行业市场销售收入分析 99

图表：2013-2014年贵州干果坚果行业市场销售收入分析 100

图表：2013-2014年云南干果坚果行业市场销售收入分析 101

图表：消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 119

图表：男性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 120

图表：女性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 120

图表：不同性别消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 121

图表：16-20岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 121

图表：21-25岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 122

图表：26-30岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 122

图表：不同年龄消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 123

图表：2012-2020年我国干果坚果市场供给量 126

图表：2015-2020年中国干果坚果行业产量预测 127

图表：2012-2020年我国干果坚果市场销量 128

图表：2015-2020年中国干果坚果行业需求预测 129

图表：2013-2014年我国干果类企业数量 151

图表：2013-2014年我国休闲食品销售收入 152

图表：2013-2014年我国休闲食品销售利润 153

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业盈利能力分析 154

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业运营能力分析 154

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业偿债能力分析 155

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业发展能力分析 156

图表：佛山南兴果仁制品有限公司销售渠道 157

图表：佛山南兴果仁制品有限公司销售网络 158

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业盈利能力分析 159

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业运营能力分析 160

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业偿债能力分析 161

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业发展能力分析 162

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业盈利能力分析 164

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业运营能力分析 164

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业偿债能力分析 165

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业发展能力分析 166

图表：上海来伊份股份有限公司企业盈利能力分析 168

图表：上海来伊份股份有限公司企业运营能力分析 169

图表：上海来伊份股份有限公司企业偿债能力分析 170

图表：上海来伊份股份有限公司企业发展能力分析 171

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业盈利能力分析 174

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业运营能力分析 175

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业偿债能力分析 176

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业发展能力分析 177

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业产销能力分析 179

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业盈利能力分析 180

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业运营能力分析 180

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业偿债能力分析 181

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业发展能力分析 182

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司产品结构 183

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业销售渠道与网络 183

图表：新农哥食品有限公司企业盈利能力分析 184
图表：新农哥食品有限公司企业运营能力分析 185
图表：新农哥食品有限公司企业偿债能力分析 186
图表：新农哥食品有限公司企业发展能力分析 187
图表：消费阶层与绿色食品供应对照图 200
图表：洽洽食品股份有限公司干果坚果销售额结构分析 206
图表：我国干果坚果主要销售渠道 207
图表：中国干果坚果消费主体统计调查 207略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201503/17-177572.html>