

2017-2023年中国休闲食品 行业前景研究与战略咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国休闲食品行业前景研究与战略咨询报告》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/R0704/201712/06-245999.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

目前，我国休闲食品零售行业主要有四类模式，即个体经营的零售模式、超市卖场零售模式、连锁零售模式、电子商务销售模式。前两种为传统的主流商业模式，而连锁和电商模式为近年来新兴的模式。产品力、品牌力较差的个体经营模式将逐步被淘汰，休闲食品行业正在逐渐品牌化；而连锁模式和电商模式受益于品类的丰富及购买的便捷，增长迅速，尤其是休闲食品电商正享受网购快速崛起的红利。连锁模式和超市卖场模式的企业也逐步涉足电商业务，洽洽、良品铺子、来伊份、周黑鸭等都开始开展电商业务。

我国休闲食品零售行业主要有四类模式	品牌	销售渠道	模式	产品
个体经营的零售模式	无品牌、无包装	个体门店等传统渠道	产品质量、卫生状况无保障	代表企业
工厂集中生产	家庭作坊	超市卖场零售模式	商超、便利店等现代渠道	可覆盖其他模式的空白市场，如偏远地区；产品品质无保障、品牌力弱，相对其他模式无竞争力，将逐步被取代。
集中生产规模效应明显，且该模式利于进军全国市场；对终端的掌控力不足，自主生产品类受限制。	洽洽食品	连锁零售模式	统一形象，品牌突出，尤其在优势地区品牌力强	来伊份
多采用代工模式，统一采购、统一配送，因此产品线更丰富	良品铺子、周黑鸭、绝味鸭脖	电子商务销售模式	统一管理、效率高，采用代工产品种类丰富，能迅速捕捉消费习惯变化及时调整产品线；地域性较强，受品牌、口味的限制对外埠市场的拓展难度较大，门店和人工费用较高。	多
采用代工模式，产品线丰富	百草味、三只松鼠	电商平台	网络购买方便快捷；不具备消费的及时性，消费者未接触实物有退货风险。	

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国休闲食品行业前景研究与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了休闲食品相关概念及发展环境，接着分析了中国休闲食品规模及消费需求，然后对中国休闲食品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国休闲食品面临的机遇及发展前景。您若想对中国休闲食品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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1章：中国休闲食品行业背景分析19

1.1休闲食品行业定义及分类19

1.1.1行业概念及定义19

1.1.2行业主要产品大类19

1.1.3行业在国民经济中的地位19

1.2休闲食品行业统计标准20

1.2.1休闲食品行业统计部门和统计口径20

1.2.2休闲食品行业统计方法20

1.2.3休闲食品行业数据种类21

第2章：中国休闲食品行业发展状况分析23

2.1中国休闲食品行业发展状况分析23

2011-2015年是我国休闲食品行业高速发展的5年，CAGR达到12.7%，2014年市场规模已接近千亿。最近两年行业增速有所放缓，但仍维持了6%以上的增长，目前市场规模已达到1095亿元。

2002-2016年中国休闲食品市场规模及同比增速

休闲食品价格中枢上移，消费升级现象明显。2014年及之前，我国休闲食品的吨均价维持在3.3万元左右，增速低于同时期CPI的增长。2015和2016年，我国休闲食品的均价明显上升，突破3.5和3.6万元的吨价，增速高于同时期CPI的增长。受益于产品健康化、消费主力年轻化的趋势以及未来人均收入的进一步提升，休闲食品的均价有望进一步增长。

2011-2016年我国休闲食品均价及同比增速

2.1.1中国休闲食品行业发展总体概况23

2.1.2中国休闲食品行业发展主要特点23

(1) 竞争激烈——品牌是关键24

- (2) 生产趋于专业化和标准化24
- (3) 中高端市场成为争夺焦点24
- (4) 行业同质化现象严重24
- 2.1.3休闲食品行业经营情况分析25
 - (1) 行业经营效益分析25
 - (2) 行业盈利能力分析25
 - (3) 行业运营能力分析26
 - (4) 行业偿债能力分析26
 - (5) 行业发展能力分析27
- 2.2休闲食品行业经济指标分析27
 - 2.2.1行业经济指标分析27
 - 2.2.2不同规模企业经济指标分析28
 - 2.2.3不同性质企业经济指标分析34
- 2.3休闲食品行业供需平衡分析44
 - 2.3.1总体供给情况分析44
 - (1) 总产值分析44
 - (2) 产成品分析45
 - 2.3.2各地区供给情况分析45
 - (1) 总产值排名前10个地区分析45
 - (2) 产成品排名前10个地区分析46
 - 2.3.3总体需求情况分析47
 - (1) 销售产值分析47
 - (2) 销售收入分析48
 - 2.3.4各地区需求情况分析48
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析49
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析50
 - 2.3.5全国休闲食品行业产销率分析51
- 第3章：中国休闲食品行业进出口分析52
 - 3.1休闲食品行业进出口状况综述52
 - 3.2休闲食品行业出口市场分析52
 - 3.2.12014-2016年行业出口分析52

- (1) 行业出口整体情况52
- (2) 行业出口产品结构53
- 3.2.22014-2016年行业出口分析55
 - (1) 行业出口整体情况55
 - (2) 行业出口产品结构55
- 3.2.32014-2016年行业出口分析56
 - (1) 行业出口整体情况56
 - (2) 行业出口产品结构56
- 3.3休闲食品行业进口市场分析58
 - 3.3.12014-2016年行业进口分析58
 - (1) 行业进口整体情况58
 - (2) 行业进口产品结构58
 - 3.3.22014-2016年行业进口分析60
 - (1) 行业进口整体情况60
 - (2) 行业进口产品结构60
 - 3.3.32014-2016年行业进口分析63
 - (1) 行业进口整体情况63
 - (2) 行业进口产品结构63
- 3.4休闲食品行业进出口前景及建议64
 - 3.4.1休闲食品行业出口前景及建议64
 - 3.4.2休闲食品行业进口前景及建议64

第4章：中国休闲食品行业市场环境分析66

- 4.1休闲食品行业经济环境分析66
 - 4.1.1宏观经济环境分析66
 - (1) 宏观经济走势分析66
 - (2) 宏观经济走势预测73
 - 4.1.2宏观经济环境对相关行业的影响75
 - (1) 宏观经济对上游产业的影响75
 - (2) 宏观经济对行业的影响75
- 4.2休闲食品行业政策环境分析76
 - 4.2.1行业相关政策76

- (1) 《国家食品安全事故应急预案》 76
- (2) 《2014-2016年食糖进口关税配额申请和分配标准》 77
- (3) 《食品添加剂使用标准》 79
- (4) 《食品中真菌毒素限量》 GB2761-2011 79
- (5) 《预包装食品标签通则》 80
- (6) 《食用盐碘含量》 80
- (7) 《个体工商户条例》 81

4.2.2 行业发展规划 84

- (1) 食品工业“十三五”发展规划 84
- (2) 《轻工业调整与振兴规划》 85

4.3 休闲食品行业贸易环境分析 87

4.3.1 行业产品贸易环境现状 87

- (1) 出口退税政策对休闲食品出口的影响 87
- (2) 技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响 88
- (3) 人民币升值对休闲食品出口的影响 88

4.3.2 行业贸易环境发展趋势 89

4.4 休闲食品行业市场消费环境分析 90

4.4.1 休闲食品消费特征分析 90

4.4.2 休闲食品消费结构分析 91

4.4.3 休闲食品消费趋势分析 91

第5章：中国焙烤食品市场 93

5.1 焙烤食品行业市场发展概述 93

5.1.1 焙烤食品市场现状 93

5.1.2 焙烤食品行业产业链上游市场分析 94

- (1) 谷类产品市场发展分析 94
- (2) 米面产品市场发展分析 95
- 1) 小麦市场发展分析 95
- 2) 玉米市场发展分析 97

5.2 膨化食品市场分析 98

5.2.1 谷物膨化食品市场分析 98

5.2.2 薯类膨化食品市场分析 99

5.2.3豆类膨化食品市场分析	100
5.2.4膨化食品主要品牌竞争情况	100
5.2.5膨化食品主要消费群体分析	101
(1) 膨化食品消费者性别分析	102
(2) 膨化食品消费者婚姻状况分析	102
(3) 膨化食品消费者家庭人口分析	103
5.3饼干产品市场分析	103
5.3.1饼干产品市场发展情况	103
5.3.2饼干产品主要品牌竞争情况	104
5.3.3饼干产品主要消费群体分析	105
5.4糕点产品市场分析	105
5.4.1糕点产品市场发展情况	105
5.4.2糕点产品主要品牌竞争情况	106
(1) 品牌及其影响	106
(2) 经营策略分析	107
(3) 关键成功因素	108
5.4.3糕点产品主要消费群体分析	108
5.5面包产品市场分析	108
5.5.1面包产品市场发展情况	108
5.5.2面包产品主要品牌竞争情况	109
(1) 品牌及其影响	109
(2) 商业模式分析	110
(3) 关键成功因素	111
5.5.3面包产品主要消费群体分析	112
5.6焙烤食品行业市场需求前景预测	112
5.6.1焙烤食品行业分析	112
5.6.2焙烤食品市场分析	114
(1) 糕点需求前景预测	114
(2) 饼干需求前景预测	115
(3) 面包需求前景预测	115

第6章：中国糖果市场	116
------------	-----

6.1糖果行业市场发展概述	116
6.1.1糖果市场现状	116
6.1.2糖果行业产业链上游市场分析	118
(1) 甜味剂行业发展状况分析	118
(2) 明胶行业发展状况分析	119
(3) 多糖醇行业发展状况分析	120
(4) 糖果添加剂行业发展状况分析	120
1) 中草药提取物行业分析	120
2) 香精香料行业分析	121
3) 其它糖果添加剂市场发展分析	121
6.2传统型糖果产品市场分析	122
6.2.1硬糖产品市场分析	122
(1) 硬糖产品市场发展情况	122
(2) 硬糖产品主要品牌竞争情况	122
6.2.2奶糖产品市场分析	122
(1) 奶糖产品市场发展情况	123
(2) 奶糖产品主要品牌竞争情况	123
6.2.3巧克力产品市场分析	123
(1) 巧克力产品市场发展情况	123
(2) 巧克力产品主要品牌竞争情况	124
6.2.4酥糖产品市场分析	125
(1) 酥糖产品市场发展情况	125
(2) 酥糖产品主要品牌竞争情况	125
6.3功能性糖果产品市场分析	126
6.3.1维生素糖果产品市场分析	126
(1) 维生素糖果产品市场发展情况	126
(2) 维生素糖果产品主要品牌竞争情况	127
6.3.2功能性清咽润喉糖市场分析	127
(1) 功能性清咽润喉糖市场发展情况	127
(2) 功能性清咽润喉糖主要品牌竞争情况	127
6.3.3无糖糖果产品市场分析	128
(1) 无糖糖果产品市场发展情况	128

- (2) 无糖糖果产品主要品牌竞争情况128
- 6.4胶基糖果(口香糖)产品市场分析129
 - 6.4.1胶基糖果(口香糖)产品市场现状分析129
 - 6.4.2胶基糖果(口香糖)产品主要品牌竞争情况129
 - 6.4.3胶基糖果(口香糖)产品主要消费群体分析129
- 6.5糖果行业市场市场前景预测130
 - 6.5.1糖果行业市场消费特点及趋势分析130
 - 6.5.2糖果行业市场发展情报131

第7章：中国干果市场132

- 7.1干果行业市场发展概述132
 - 7.1.1干果市场现状132
 - 7.1.2干果行业市场价格走势分析132
 - 7.1.3干果行业主要品牌竞争情况133
 - 7.1.4干果行业主要消费群体分析134
- 7.2干果行业细分产品市场分析134
 - 7.2.1瓜子产品市场分析134
 - 7.2.2花生产品市场分析135
 - 7.2.3杏仁产品市场分析136
 - 7.2.4核桃产品市场分析137
 - 7.2.5开心果产品市场分析137
- 7.3特色干果全面调研138
 - 7.3.1新疆干果市场分析138
 - 7.3.2山东花生市场分析138
- 7.4干果行业市场需求前景预测139
 - 7.4.1干果行业市场消费特点及趋势分析139
 - 7.4.2干果行业市场发展情报140

第8章：中国果冻及果脯蜜饯市场142

- 8.1果冻市场142
 - 8.1.1果冻产品市场发展现状142
 - 8.1.2果冻产品主要品牌竞争情况142

- 8.1.3果冻产品主要消费群体分析143
- 8.1.4果冻产品市场前景预测143
 - (1) 果冻产品市场消费特点及趋势分析143
 - (2) 果冻产品市场发展情报144
- 8.2果脯蜜饯市场145
 - 8.2.1果脯蜜饯产品市场发展现状145
 - (1) 果脯蜜饯产品全面调研145
 - (2) 果脯蜜饯产品市场规模分析145
 - (3) 果脯蜜饯产品市场分析146
 - 8.2.2果脯蜜饯产品上游产业供应链分析146
 - (1) 水果行业发展特征与趋势146
 - (2) 制糖行业的发展特征与趋势148
 - (3) 包装机械的发展特征与趋势151
 - 8.2.3果脯蜜饯产品区域市场分析151
 - (1) 北京果脯蜜饯市场分析151
 - (2) 江西酸枣糕市场分析152
 - (3) 山东红枣市场分析153
 - 8.2.4果脯蜜饯产品消费市场调研分析154
 - (1) 果脯蜜饯产品市场品牌影响力情况154
 - (2) 果脯蜜饯产品市场消费情况155
 - (3) 果脯蜜饯产品消费影响因素分析156
 - 8.2.5果脯蜜饯产品市场发展趋势157
 - (1) 果脯蜜饯市场面临的问题157
 - (2) 果脯蜜饯市场发展趋势157

第9章：中国熟食市场160

- 9.1熟食行业市场发展状况分析160
 - 9.1.1熟食行业分析160
 - 9.1.2熟食行业上游产业供应链分析160
 - (1) 猪肉行业市场发展状况分析160
 - (2) 牛肉行业市场发展状况分析161
- 9.2熟食连锁经营市场状况分析162

- 9.2.1 熟食连锁经营市场发展整体情况162
- 9.2.2 熟食连锁经营市场规模分析162
- 9.2.3 熟食连锁经营市场分析163
- 9.3 地区特色熟食产业发展状况分析163
 - 9.3.1 重庆熟食产品市场分析163
 - 9.3.2 湖南熟食产品市场分析164
 - 9.3.3 新疆牛肉干产品市场分析166
 - 9.3.4 内蒙风干牛肉干产品市场分析167
 - 9.3.5 北京熟食产品市场分析168
- 9.4 熟食行业市场市场前景预测169
 - 9.4.1 熟食行业市场消费特点及趋势分析169
 - 9.4.2 熟食行业市场发展情报169

第10章：中国休闲食品行业分析及渠道分析171

- 10.1 休闲食品销售渠道分析171
 - 10.1.1 休闲食品销售渠道模式变迁171
 - 10.1.2 休闲食品销售渠道概述172
 - (1) 商超渠道172
 - (2) 批发渠道172
 - (3) 零售网点173
 - (4) 专卖店渠道173
 - (5) 网络渠道173
 - 10.1.3 休闲食品专卖店渠道分析173
 - (1) 休闲食品专卖店173
 - 1) 休闲食品专卖店渠道发展情况173
 - 2) 休闲食品专卖店渠道特点及趋势174
 - (2) 土特产专卖店175
 - 1) 土特产专卖店渠道发展情况175
 - 2) 土特产专卖店产品种类175
 - 3) 土特产专卖店产品价格定位176
 - (3) 休闲食品专卖店营销案例分析176
 - 1) 久久丫休闲食品专卖店176

- 2) 周黑鸭休闲食品专卖店176
- 3) 来伊份休闲食品专卖店177
- 4) 良品铺子休闲食品专卖店178
- 10.1.4休闲食品电子商务渠道分析179
 - (1) 网络渠道发展情况179
 - (2) 网络渠道营销方式分析179
- 1) 直接方法179
- 2) 间接方法181
 - (3) 网络渠道特点及趋势181
- 1) 休闲食品销售渠道特点181
- 2) 休闲食品销售渠道建设策略182
- 10.2休闲食品品牌营销策略分析182
- 10.2.1休闲食品品牌现状分析182
- 10.2.2休闲食品主要品牌营销策略183
 - (1) 单一品牌策略183
 - (2) 多种品牌策略183
 - (3) 品牌策略选择183
- 10.2.3地方特色休闲食品品牌策略184
 - (1) 地方特色休闲食品品牌营销问题184
 - (2) 地方特色休闲食品品牌策略分析185
- 10.2.4休闲食品品牌发展战略186
 - (1) 立足品牌塑造186
 - (2) 实现品牌健康诉求186
 - (3) 挖掘品牌文化内涵187
 - (4) 形成品牌鲜明差异187
- 10.2.5休闲食品品牌发展趋势187
 - (1) 倡导产品创新思维理念187
 - (2) 重视体验式营销和文化营销187
 - (3) 以产品品牌带动企业品牌形象188
 - (4) 重视公关价值和社会效应188
- 10.2.6休闲食品品牌策略案例分析188
 - (1) 好丽友品牌策略案例分析188

- (2) 喜之郎品牌策略案例分析190
- (3) 盼盼法式小面品牌策略案例分析193
- 10.3休闲食品包装营销策略分析196
 - 10.3.1食品包装设计特点分析196
 - (1) 儿童食品包装设计特点196
 - (2) 青年人休闲食品包装设计特点196
 - (3) 旅游休闲食品包装设计特点196
 - (4) 老年人食品包装设计特点196
 - 10.3.2休闲食品礼品包装分析197
 - (1) 礼品包装的功能197
 - (2) 礼品包装的种类197
 - (3) 礼品包装推出的周期197
 - (4) 礼品包装设计的特点197
 - (5) 礼品包装的发展趋势199
- 10.4休闲食品广告营销策略分析200
 - 10.4.1休闲食品广告投放现状分析200
 - 10.4.2休闲食品营销广告媒体种类分析200
 - 10.4.3休闲食品行业广告营销案例分析200
 - (1) 旺旺广告营销案例分析201
 - (2) 达利食品广告营销案例分析203
 - (3) 雅客广告营销案例分析205
 - (4) 洽洽广告营销案例分析206
 - 10.5休闲食品节日营销策略分析207
 - 10.5.1节日营销的概念207
 - 10.5.2节日的消费特点207
 - 10.5.3节日营销的要点208
 - (1) 明确目标208
 - (2) 突出促销主题208
 - (3) 关注促销形式208
 - (4) 产品卖点节日化209
 - (5) 促销方案要科学209
 - 10.5.4休闲食品春节营销策略分析209

(1) 春节休闲食品全面调研209

(2) 春节休闲食品营销策略211

第11章：中国休闲食品行业企业竞争力分析213

11.1国际休闲食品企业在华竞争力分析213

11.1.1国际品牌在华竞争情况213

11.1.2国际企业在华竞争力分析214

(1) 法国达能集团214

(2) 美国百事食品公司215

(3) 菲律宾晨光公司216

(4) 韩国好丽友公司217

(5) 美国通用磨坊食品公司217

(6) 美国卡夫食品国际公司218

(7) 日本格力高集团218

(8) 韩国乐天集团219

(9) 美国箭牌糖果有限公司220

(10) 美国玛氏公司220

(11) 不凡帝范梅勒集团221

(12) 吉百利史威士股份有限公司221

(13) 意大利费列罗集团222

11.2中国休闲食品企业竞争力分析222

11.2.1中国焙烤食品行业集中度分析222

(1) 焙烤食品行业资产集中度分析222

(2) 焙烤食品行业收入集中度分析224

(3) 焙烤食品行业利润集中度分析225

11.2.2中国糖果企业竞争力分析226

(1) 糖果行业资产集中度分析226

(2) 糖果行业收入集中度分析228

(3) 糖果行业利润集中度分析229

11.2.3中国干果行业集中度分析230

(1) 干果行业资产集中度分析230

(2) 干果行业收入集中度分析232

- (3) 干果行业利润集中度分析233
- 11.2.4中国果脯蜜饯行业集中度分析234
 - (1) 果脯蜜饯行业资产集中度分析234
 - (2) 果冻及果脯蜜饯行业收入集中度分析235
 - (3) 果冻及果脯蜜饯行业利润集中度分析236
- 11.2.5中国休闲食品行业五力竞争模型238
 - (1) 上游议价能力分析238
 - (2) 下游议价能力分析238
 - (3) 新进入者威胁分析238
 - (4) 替代品威胁分析238
 - (5) 行业竞争现状分析238
- 11.3中国休闲食品企业发展趋势分析239
 - 11.3.1中国休闲食品企业面临的问题239
 - (1) 产品同质化严重239
 - (2) 产品缺乏创意239
 - (3) 营销网络不健全239
 - (4) 产品研发后劲不足240
 - (5) 食品安全问题240
 - 11.3.2中国休闲食品企业发展趋势240
 - (1) 口味及品类创新为必然趋势240
 - (2) 产品包装发展趋势241
 - (3) 营销模式发展趋势242
 - (4) 竞争策略发展趋势243
- 第12章：中国休闲食品行业主要企业生产经营分析244 (ZY LT)
- 12.1焙烤食品行业领先企业个案分析245
 - 12.1.1中国旺旺控股有限公司经营情况分析246
 - (1) 企业发展简况分析247
 - (2) 企业经营情况分析248
 - (3) 企业经营优劣势分析249
 - 12.1.2上好佳(中国)有限公司经营情况分析250
 - (1) 企业发展简况分析251

(2) 企业经营情况分析	252
(3) 企业经营优劣势分析	253
……另有13家企业分析	
12.2 糖果行业领先企业个案分析	254
12.2.1 箭牌糖果(中国)有限公司经营情况分析	255
(1) 企业发展简况分析	256
(2) 企业经营情况分析	257
(3) 企业经营优劣势分析	258
12.2.2 玛氏食品(中国)有限公司经营情况分析	259
(1) 企业发展简况分析	260
(2) 企业经营情况分析	261
(3) 企业经营优劣势分析	262
……另有8家企业分析	
12.3 干果行业领先企业个案分析	263
12.3.1 合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析	264
(1) 企业发展简况分析	265
(2) 企业经营情况分析	266
(3) 企业经营优劣势分析	267
12.3.2 青岛东生集团股份有限公司经营情况分析	268
(1) 企业发展简况分析	269
(2) 企业经营情况分析	270
(3) 企业经营优劣势分析	271
……另有8家企业分析	
12.4 果冻、果脯蜜饯及熟食行业领先企业个案分析	272
12.4.1 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析	273
(1) 企业发展简况分析	274
(2) 企业经营情况分析	275
(3) 企业经营优劣势分析	276
……另有12家企业分析	

部分图表目录：

图表1：2014-2016年休闲食品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%） 20

- 图表2：2014-2016年休闲食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）25
- 图表3：2014-2016年中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）26
- 图表4：2014-2016年中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）26
- 图表5：2014-2016年中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：%、倍）27
- 图表6：2012-2011中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）27
- 图表7：2014-2016年休闲食品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）28
- 图表8：2014-2016年中国大型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）29
- 图表9：2014-2016年中国中型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）30
- 图表10：2014-2016年中国小型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）31
- 图表11：2014-2016年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）32
- 图表12：2014-2016年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）32
- 图表13：2014-2016年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）33
- 图表14：2014-2016年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）33
- 图表15：2014-2016年国有休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）34
- 图表16：2014-2016年集体休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）35
- 图表17：2014-2016年股份合作休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）36
- 图表18：2014-2016年股份制休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）37
- 图表19：2014-2016年私营休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）39
- 图表20：2014-2016年外商和港澳台投资休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）40
- 图表21：2014-2016年其他性质休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）41
- 图表22：2014-2016年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）42
- 图表23：2014-2016年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）42
- 图表24：2014-2016年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）43
- 图表25：2014-2016年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）44
- 图表26：2014-2016年休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）44

图表27：2014-2016年休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）45

图表28：2014-2016年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）45

图表29：2014-2016年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）46

图表30：2014-2016年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）46

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201712/06-245999.html>