

2018-2024年中国休闲食品 行业前景研究与投资前景报告

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

《2018-2024年中国休闲食品行业前景研究与投资前景报告》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/R0704/201811/23-279748.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

尽管线上流量获得成本已经很高，但是线上渠道仍是所有渠道中增长最为迅速的渠道之一。而经过9年的市场培育，互联网金融、智能供应链等环节已经成型，双十一已经渐渐成为商业新气象，有力的撬动人们消费。2017年双十一淘宝天猫交易额1682亿元，相比9年前增长3235倍，同比增长39.35%，其中无线交易额占比超过90%；京东2017年双11全球好物节累计下单金额超1271亿元，移动端占比89%；苏宁2017年O2O购物节11月1日至11日全渠道GMV增长率达163%。从占比看，天猫、京东占比小幅下滑1.97、1.2pct，苏宁占比大幅提升2.14pct至4.34%。跨境电商效率持续提升，8小时跨境电商进口报关数据超过500万单。休闲食品在双十一中也表现出色，三只松鼠双十一期间销售额突破5.22亿元，百草味收入达到2.5亿元。2017年休闲食品呈现品牌化更加集中，前三名交易额与后面品牌销售额差距拉大的趋势。

休闲食品公司 2017 年双十一销售表现		排名	品牌名称
交易额（万元）		1	三只松鼠
52200		2	百草味
			25000
3	良品铺子	22000	4
来伊份	4600		

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国休闲食品行业前景研究与投资前景报告》共二十章。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：

第一部分行业发展现状

第一章休闲食品行业发展概述

第一节休闲食品的定义及分类

一、休闲食品的定义

二、休闲食品的分类

第二节休闲食品产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

第三节休闲食品行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业国外市场发展带给中国的启示

第二章全球休闲食品市场发展分析

第一节2017年全球休闲食品市场分析

一、2017年全球休闲食品需求分析

二、2017年全球休闲食品市场规模

三、2017年全球休闲食品品牌

四、2017年中外休闲食品市场对比

1、外资品牌居于绝对的品牌优势

2、相对细分的市场，国内品牌表现可圈可点

3、二三线品牌具备破局升位的条件和基础

第二节主要国家地区休闲食品市场分析

一、2013-2017年美国休闲食品市场分析

二、2013-2017年欧洲休闲食品市场分析

三、2013-2017年日本韩国休闲食品市场分析

第三章我国休闲食品行业发展现状

第一节我国休闲食品行业发展现状休闲食品行业前十公司规模

成立年份	销售额（亿元）	公司	头部公司市场占有率	
	良品铺子	2006	60	20.40%
	三只松鼠	2012	44.2	
15.10%	洽洽食品	2001	35.77	
12.20%	绝味鸭脖	2005	32.7	
11.10%	来伊份	1999		
31.8	周黑鸭	2008		
28.2	百草味	1997		
20.7	溜溜果园	2011		

	13	4.40%	天喔	1999
	11.51	3.90%	楼兰蜜语	
2006	9	3.10%	盐津铺子	
2005	6.8	2.30%	合计：	
	338.68	100%		

数据来源：公开资料整理

一、休闲食品行业品牌发展现状

二、休闲食品行业消费市场现状

三、休闲食品市场消费层次分析

四、我国休闲食品市场走向分析

第二节2013-2017年休闲食品业发展情况分析

一、2013年休闲食品行业发展情况分析

二、2017年休闲食品行业发展情况分析

三、2017年休闲食品行业发展特点分析

四、2017年上半年休闲食品行业发展情况

第三节2013-2017年休闲食品行业运行分析

一、2017年我国休闲食品产品产量分析

二、2016年我国休闲食品产品产量预测

三、2013-2017年休闲食品行业利润情况分析

四、2018-2024年休闲食品行业发展机遇分析

第四章我国休闲食品市场发展研究

第一节休闲食品的市场前景

一、市场前景分析

二、区域板块效应明显

三、品类细化和口味化趋势明显

第二节几大代表品类的发展特征

一、主食类休闲食品已融入人们的日常生活

二、口香糖和干果类食品日渐成为消费主流

三、果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘

四、高收入满巢家庭成消费主流

1、儿童类休闲食品应突出童趣特点

2、青年类休闲食品应重视品牌概念的打造

3、老年类休闲食品应突出实用性

五、渠道模式的变迁

六、渠道建设攻略

七、原材料价格上涨和食品安全问题

第三节休闲食品行业的市场发展趋势

一、口味创新必然趋势

二、产品包装的发展趋势

三、营销模式的发展趋势

1、品牌战略

2、渠道模式创新

3、多方整合推广策略

四、竞争策略的发展趋势

五、市场结构的变化趋势

第四节休闲食品行业的市场机会与挑战

一、产业机会

二、现有挑战

三、未来发展思路

1、实施差异化策略

2、产品开发坚持本土化策略

3、市场定位策略

4、加强对外交流

第五章我国休闲食品市场调查分析

第一节2017年我国休闲食品市场调查分析

一、市场结构分析

二、不同收入水平消费者偏好调查

三、不同年龄的消费者偏好调查

四、不同职业性别的消费者偏好调查

第二节休闲食品市场消费需求分析

一、休闲食品市场的消费需求变化

二、休闲食品行业的需求情况分析

三、2017年休闲食品品牌市场消费需求分析

第三节休闲食品消费市场状况分析

- 一、休闲食品行业消费特点
- 二、休闲食品消费者分析
- 三、休闲食品消费结构分析
- 四、休闲食品消费的市场变化
- 五、休闲食品市场的消费方向
 - 1、儿童类休闲食品应突出童趣特点
 - 2、青年类休闲食品应重视品牌概念的打造
 - 3、老年类休闲食品应突出实用性

第四节休闲食品行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、休闲食品行业品牌忠诚度调查
- 六、消费者的消费理念调研

第五节中国休闲食品行业部分区域市场分析

- 一、2017年华东地区休闲食品行业分析
- 二、2017年华南地区休闲食品行业分析
- 三、2017年西南地区休闲食品行业分析

第六章休闲食品行业经济运行分析

第一节2013-2017年食品行业数据检测

- 一、2013-2017年食品行业产成品趋势
- 二、2013-2017年食品行业企业资产增长趋势
- 三、2013-2017年食品行业从业人员数量增长趋势

第二节2013-2017年食品企业数据监测

- 一、2013-2017年亏损企业数量增长趋势
- 二、2013-2017年食品企业数量增长趋势

第三节2017年全国各省市食品行业经营指标

- 一、2017年第全国各省市食品行业利润总额统计
- 二、2017年第全国各省市食品行业销售收入统计

三、2017年第全国各省市食品行业企业数量统计

四、不同类型企业销售收入所占比例

五、2017年第食品行业不同企业类型所占比例

六、经营指标趋势监测

七、2013-2017年休闲食品行业营业收入情况

八、2013-2017年休闲食品行业毛利率情况

九、2018-2024年休闲食品行业赢利预测

第四节2017年中国休闲食品行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节中国休闲食品行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第六节中国休闲食品行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第七章我国休闲食品行业进出口分析

第一节中国食品行业出口交货值统计

第二节休闲食品行业进出口分析

一、休闲食品行业进口总量及价格

二、休闲食品行业出口总量及价格

三、休闲食品行业进出口数据统计

第三节我国各省市休闲食品生产情况

一、2013年糖果产量

二、2017年糖果产量

三、2017年饼干产量

第八章我国休闲食品行业细分市场分析

第一节膨化休闲食品市场分析

- 一、什么是膨化食品
- 二、什么是非油炸膨化食品
- 三、油炸食品的危害
- 四、消费者对休闲食品的选择因素分析
- 五、消费群体，膨化食品的现状
- 六、以盼盼食品为例，其需改进的地方

第二节糖类休闲食品市场分析

- 一、糖类休闲食品综述
- 二、各种糖类休闲食品市场现状
- 三、糖类休闲食品市场竞争现状
- 四、糖类休闲食品发展趋势

第三节干制果蔬类食品市场分析

- 一、2013-2017年行业发展现状分析
- 二、干制果蔬类食品的需求分析

第九章休闲食品区域市场情况分析

第一节2013-2017年全国休闲食品产量分析

- 一、2013-2017年全国休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年全国休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年全国休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年全国休闲食品冷冻饮品产量

第二节华北地区

- 一、2013-2017年华北地区休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年华北地区休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年华北地区休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年华北地区休闲食品冷冻饮品产量

第三节东北地区

- 一、2013-2017年东北地区休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年东北地区休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年东北地区休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年东北地区休闲食品冷冻饮品产量

第四节华东地区

- 一、2013-2017年华东地区休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年华北地区休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年华东地区休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年华东地区休闲食品冷冻饮品产量

第五节中南地区

- 一、2013-2017年中南地区休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年中南地区休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年中南地区休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年中南地区休闲食品冷冻饮品产量

第六节西南地区

- 一、2013-2017年西南地区休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年西南地区休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年西南地区休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年西南地区休闲食品冷冻饮品产量

第七节西北地区

- 一、2013-2017年西北地区休闲食品糖果产量
- 二、2013-2017年西北地区休闲食品乳制品产量
- 三、2013-2017年西北地区休闲食品罐头产量
- 四、2013-2017年西北地区休闲食品冷冻饮品产量

第十章中国休闲食品行业消费市场分析

第一节中国经济环境分析

- 一、宏观经济
- 二、工业形势
- 三、固定资产投资
 - 1、2017年固定资产投资情况分析
 - 2、2017年上半年固定资产投资统计分析

第二节休闲食品行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同职业性别的消费者偏好调查

第三节休闲食品市场消费需求分析

- 一、休闲食品市场的消费需求变化
- 二、休闲食品行业的需求情况分析
- 三、2017年休闲食品品牌市场消费需求分析

第四节休闲食品消费市场状况分析

- 一、休闲食品行业消费特点
- 二、休闲食品消费者分析
- 三、休闲食品消费结构分析
- 四、休闲食品消费的市场变化
- 五、休闲食品市场的消费方向

第五节休闲食品行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、休闲食品行业品牌忠诚度调查
- 六、消费者的消费理念调研

第六节中国休闲食品行业部分区域市场分析

- 一、2017年华东地区休闲食品行业分析
- 二、2017年华南地区休闲食品行业分析
- 三、2017年西南地区休闲食品行业分析

第十一章休闲食品市场营销分析

第一节休闲食品消费者分析

- 一、消费者对休闲食品的利益认知
- 二、休闲食品选择偏好度
- 三、消费者购买行为分析
- 四、我国休闲食品城市消费者购买渠道选择

第二节休闲食品打造营销系统竞争力的策略

- 一、产品层面
- 二、品牌层面
- 三、传播层面

四、销售层面

五、管控层面

第三节我国休闲食品企业区域市场营销战略

一、实施区域市场精尖化营销战略

二、实施区域市场精细化划分策略

三、实施区域市场精耕化运作手段

四、实施区域市场精确化广告传播

五、实施区域市场精良化联销模式

第二部分行业竞争格局

第十二章休闲食品行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、供应商议价能力

四、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节中国休闲食品行业竞争格局综述

一、2017年休闲食品行业集中度

二、2017年休闲食品行业竞争程度

三、2017年休闲食品企业与品牌数量

第四节2013-2017年休闲食品行业竞争格局分析

一、2013-2017年国内外休闲食品竞争分析

二、2013-2017年我国休闲食品市场竞争分析

三、2013-2017年我国休闲食品市场集中度分析

四、2018-2024年国内主要休闲食品企业动向

第十三章休闲食品企业竞争策略分析

第一节休闲食品市场竞争策略分析

- 一、2017年休闲食品市场增长潜力分析
- 二、2017年休闲食品主要潜力品种分析
- 三、现有休闲食品产品竞争策略分析
- 四、潜力休闲食品品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节休闲食品企业竞争策略分析

- 一、欧债危机后休闲食品行业竞争格局的变化
- 二、2018-2024年我国休闲食品市场竞争趋势
- 三、2018-2024年休闲食品行业竞争格局展望
- 四、2018-2024年休闲食品行业竞争策略分析
- 五、2018-2024年休闲食品企业竞争策略分析

第十四章主要休闲食品企业竞争分析

第一节箭牌口香糖有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2017年经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第二节旺旺集团

- 一、企业概况
- 二、企业SWOT分析
- 三、2013-2017年经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第三节达能饼干食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2017年经营状况
- 四、2018-2024年发展战略

第四节东莞徐记食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第五节不凡帝范梅勒糖果有限公司

一、企业概况

二、2013-2017年经营状况

三、2018-2024年发展战略

第六节上好佳有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第七节百事食品（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第八节喜之郎食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第九节乐天（中国）食品有限公司

一、企业概况

二、2013-2017年经营状况

三、2018-2024年发展战略

第十节天津雀巢有限公司

一、企业概况

二、企业PEST分析

三、五力模型分析

四、SWOT分析

五、2013-2017年经营状况

六、2018-2024年发展战略

第十一节山东好当家海洋发展股份有限公司

一、企业概况

二、2017年经营状况

三、发展战略分析

第十二节上海冠生园食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第十三节金丝猴集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2017年经营状况

四、2018-2024年发展战略

第十四节福建亲亲股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2018-2024年发展战略

第十五节福建顶好食品有限公司

一、企业概况

二、2013-2017年经营状况

三、2018-2024年发展战略

第三部分行业前景预测

第十五章休闲食品行业发展趋势分析

第一节我国休闲食品行业前景与机遇分析

一、我国休闲食品行业发展前景

二、我国休闲食品发展机遇分析

三、2016年休闲食品的发展机遇分析

第二节2018-2024年中国休闲食品市场趋势分析

一、口味创新必然趋势

二、产品包装的发展趋势

三、营销模式的发展趋势

四、竞争策略的发展趋势

五、市场结构的变化趋势

第十六章未来休闲食品行业发展预测

第一节未来休闲食品需求与消费预测

一、2018-2024年休闲食品产品消费预测

二、2018-2024年休闲食品行业销售收入预测

第二节2018-2024年中国休闲食品行业供需预测

一、2013-2017年中国休闲食品供给预测

二、2018-2024年中国休闲食品需求预测

三、2018-2024年中国休闲食品产品价格预测

第十七章中国休闲食品行业整体运行指标分析

第一节2017年中国休闲食品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节2017年中国休闲食品行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节2017年年中国休闲食品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业发展能力分析

第四部分投资战略研究

第十八章休闲食品行业投资环境分析

第一节经济发展环境分析

一、2017年我国宏观经济形势分析

二、2018-2024年投资趋势及其影响预测

第二节休闲食品政策环境分析

一、休闲食品历史政策环境分析

二、休闲食品市场环境分析

第三节技术发展环境分析

- 一、国内休闲食品技术现状
- 二、2018-2024年休闲食品技术发展趋势分析

第十九章休闲食品行业投资策略分析

第一节行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析

第三节休闲食品行业投资效益分析

- 一、2013-2017年休闲食品行业投资状况分析
- 二、2017年休闲食品行业投资状况分析
- 三、2017年休闲食品行业投资效益分析
- 四、2018-2024年休闲食品行业投资趋势预测
- 五、2018-2024年休闲食品行业的投资方向

第四节影响休闲食品行业发展的主要因素

- 一、2018-2024年影响休闲食品行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2024年影响休闲食品行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2024年影响休闲食品行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2024年我国休闲食品行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2024年我国休闲食品行业发展面临的机遇分析

第五节休闲食品行业投资风险

- 一、2018-2024年休闲食品行业市场风险
- 二、2018-2024年休闲食品行业政策风险
- 三、2018-2024年休闲食品行业经营风险
- 四、2018-2024年休闲食品行业技术风险
- 五、2018-2024年休闲食品行业同业竞争风险

第二十章休闲食品行业投资战略研究（ZY LII）

第一节休闲食品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、产品战略规划

三、营销品牌战略

四、竞争战略规划

第二节对我国休闲食品品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、休闲食品实施品牌战略的意义

三、休闲食品企业品牌的现状分析

四、我国休闲食品企业的品牌战略

五、休闲食品品牌战略管理的策略

第三节休闲食品行业投资战略研究

一、2017年食品行业投资战略

二、2017年休闲食品行业投资战略

三、2018-2024年休闲食品行业投资战略

四、2018-2024年细分行业投资战略（ZY LII）

部分图表目录：

图表：2017年全球休闲需求情况

图表：2017年全球休闲食品市场规模情况

图表：2017年中国休闲食品行业总产值情况

图表：2017年中国休闲食品行业总产值情况

图表：2017年中国休闲食品行业利润情况

图表：2017年中国休闲食品行业利润预测情况

图表：我国休闲食品八大类产品

图表：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况

图表：家庭休闲食品消费调查结果统计

图表：休闲食品零售业市场份额与发展速度比较

图表：2008-2017年食品行业产成品趋势

图表：2013-2017年食品行业企业资产增长趋势

图表：2013-2017年食品行业从业人员数量增长趋势

图表：2013-2017年中国食品行业亏损企业数量增长趋势监测

图表：2013-2017年食品企业数量增长趋势监测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201811/23-279748.html>