

2020-2026年中国坚果行业 深度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

《2020-2026年中国坚果行业深度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/R0704/202009/16-365031.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

坚果，是闭果的一个分类，果皮坚硬，内含1粒或者多粒种子。如板栗，杏仁等的果实。坚果是植物的精华部分，一般都营养丰富，含蛋白质、油脂、矿物质、维生素较高，对人体生长发育、增强体质、预防疾病有极好的功效。

坚果客单价高于其他休闲食品，树坚果高于籽坚果：2019年8月坚果客单价为39.7元，高于饼干及膨化食品、牛肉干等卤味零食、蜜饯果干等，其中山核桃、碧根果、夏威夷果等树坚果客单价高于瓜子、花生等籽坚果。混合坚果客单价最高，达88元（线上每日坚果一般以箱卖）。坚果客单价高于其他休闲食品，树坚果高于籽坚果 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国坚果行业深度研究与投资前景报告》共十五章。首先介绍了坚果行业市场发展环境、坚果整体运行态势等，接着分析了坚果行业市场运行的现状，然后介绍了坚果市场竞争格局。随后，报告对坚果做了重点企业经营状况分析，最后分析了坚果行业发展趋势与投资预测。您若想对坚果产业有个系统的了解或者想投资坚果行业，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：

第一章中国坚果的概况

第一节 坚果的概况

一、坚果的定义

二、坚果产品主要品种

三、坚果的特点

四、坚果发展历程

第二节 坚果食品加工技术

第三节 目前坚果食品质量状况

第四节 坚果食品营养成份分析

第二章 2015-2019年全球坚果行业发展现状分析

第一节 2015-2019年全球坚果行业发展分析

一、全球坚果行业发展分析

二、全球坚果行业供需分析2018/19全球腰果产量分布 数据来源：公开资料整理2018/19全球开心果产量分布 数据来源：公开资料整理三、全球坚果行业技术进展分析四、全球坚果应用情况分析分析五、全球坚果行业发展趋势分析第二节2015-2019年国际部分国家坚果行业发展分析第三节 2020-2026年国际坚果行业发展趋势分析

第三章 2015-2019中国坚果行业发展宏观环境分析

第一节 2015-2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2015-2019年中国坚果行业政策法规环境分析

一、《中华人民共和国食品安全法》

二、《全国现代农业发展规划》

三、《食品添加剂新品种管理办法》

四、《坚果行业标准》

五、《食品中农药最大残留限量》

六、《食品安全国家标准“十二五”规划》

七、《烘炒食品卫生标准》

八、《坚果食品卫生标准》。

九、《坚果食品卫生标准》

十、坚果科技工作部计划

第三节 2015-2019年中国坚果行业消费环境分析

第四节 2015-2019年中国坚果行业社会环境分析

第四章2015-2019年中国坚果行业发展现状分析

第一节 2015-2019年中国坚果发展现状分析

一、中国坚果发展现状分析

二、坚果行业规模越来越大

三、坚果行业的基本格局

四、坚果行业格局已具雏形 但群效应没有出现

五、坚果未来发展的趋势分析

第二节 2015-2019年中国坚果运行现状分析

一、国标允许坚果使用食用香精香料

二、首府散装炒货质量难判断

三、坚果食品新国标公布 散装摊位执行难度大

四、网购年货热销榜：坚果居首

五、2015-2019年坚果身价大涨 市民直呼吃不起

六、2019年食品零售额稳中趋增 未来网上销售将快速发展

第五章 2015-2019年中国坚果行业市场分析

第一节 2015-2019年中国坚果市场规模分析

一、2015-2019年中国坚果行业市场规模及增速

二、中国坚果行业市场饱和度

三、国内外经济形势对坚果行业市场规模的影响

四、2020-2026年中国坚果行业市场规模及增速预测

第二节 2015-2019年中国坚果市场结构分析

第三节 2015-2019年中国坚果市场特点分析

一、中国坚果行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对坚果行业的影响

三、2015-2019年中国坚果差异化分析

第四节 中国坚果市场运行分析

一、鹿鸣乡建成美国山核桃科技示范

二、徽县泥阳农民开展核桃标准化育苗

三、普洱市景东县泡核桃育苗产业产值过亿元

四、百余家坚果商青山湖畔谋发展

五、坚果市场近300亿 洽洽食品海外获突破

六、炒货、坚果类率先促销 最高折扣达30%

七、干果炒货提前进入销售旺季 松子今年涨幅最大

八、安徽工商抽查：炒货及坚果食品合格率100%

第五章中国坚果国内市场综述

第一节中国坚果产品产量分析及预测

一、坚果产业总体产能规模

二、坚果生产区域分布

三、2015-2019年产量

四、2015-2019年消费情况

第二节中国坚果市场需求分析及预测

一、中国坚果需求特点

二、主要地域分布

第三节2020-2026年中国坚果供需平衡预测

第四节中国坚果所属行业价格趋势分析

一、中国坚果2015-2019年价格趋势

二、中国坚果所属行业当前市场价格及分析

三、影响坚果所属行业价格因素分析

四、2020-2026年中国坚果所属行业价格走势预测

第七章2015-2019年中国坚果行业营销策略分析

第一节2015-2019年中国坚果营销分析

一、产品开发是第一要素

二、价格 and 价值的审视

三、营销渠道是一大关键点

四、促销手段扩大知名度

五、“需求”才是营销的中心

六、坚果新营销组合因素产生和发展

第二节2015-2019年中国坚果行业营销策略分析

一、中国坚果行业的主要营销策略

二、我国坚果企业营销的关键点分析

三、中国坚果行业网络营销战略分析

四、坚果企业的淡旺季营销思路探索

第三节2015-2019年中国坚果营销模式分析

一、坚果互联网销售模式

二、坚果企业代理的销售模式

三、加快海外坚果品牌战略营销

四、坚果行业急需更新品牌创新模式

五、坚果企业需走“个性路线”营销

第四节2015-2019年中国坚果品牌营销思路分析

一、中国坚果品牌快速成长的策略探讨

二、坚果品牌有效营销需建立创新营销模式

三、坚果品牌有效营销要注重产品的性能

四、坚果新品牌的市场培育路径分析

第五节2020-2026年中国坚果市场营销策略

一、品牌制胜

二、重点上市，整合营销

三、地面推广，引爆话题

四、渠道跟进，培养消费

第八章2015-2019年中国坚果品牌需求与消费者偏好调查

第一节 中国坚果目标客户群体调查

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、不同地区的消费者偏好调查

第二节 坚果品牌市场调查

一、消费者对坚果品牌认知度宏观调查

二、消费者对坚果产品的品牌偏好调查

三、消费者对坚果品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、坚果品牌忠诚度调查

六、坚果品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第九章2015-2019年中国坚果所属行业进出口分析

第一节 2015-2019年中国坚果出口分析

- 一、我国坚果行业出口总量及增长情况
- 二、坚果海外市场分布情况
- 三、坚果行业经营海外市场的主要品牌
- 四、坚果行业出口态势展望

第二节2015-2019年中国坚果进口分析

- 一、我国坚果行业进口总量及增长情况
- 二、我国坚果进口主要国家及地区
- 三、进口品牌对坚果行业的促进与影响
- 四、坚果行业进口态势展望

第十章2015-2019年中国坚果行业生产分析

第一节2015-2019年中国坚果生产总量分析

- 一、2015-2019年中国坚果行业生产总量及增速
- 二、2015-2019年中国坚果行业产能及增速
- 三、国内外经济形势对坚果行业生产的影响
- 四、2020-2026年中国坚果行业生产总量及增速预测

第二节 2015-2019年中国坚果子行业生产分析

第三节 2015-2019年中国坚果细分区域生产分析

第四节2015-2019年中国坚果行业供需平衡分析

- 一、坚果行业供需平衡现状
- 二、国内外经济形势对坚果行业供需平衡的影响
- 三、坚果行业供需平衡趋势预测

第十一章2015-2019年中国坚果产业市场竞争格局分析

第一节2015-2019年中国坚果产业竞争现状分析

- 一、中外坚果竞争分析
- 二、国产坚果缘何缺乏竞争力
- 三、坚果品牌竞争分析

第二节2015-2019年中国坚果产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、生产企业的集中分布

第三节2015-2019年中国坚果企业提升竞争力策略分析

第十二章2019年中国坚果行业部分企业发展现状分析

第一节 洽洽食品股份有限公司

第二节 安徽真心食品有限公司

第三节 安徽小刘食品股份有限公司

第四节 四川徽记食品产业有限公司

第五节 金果园老农(北京)食品股份有限公司

第六节 上海三明食品有限公司

第七节 浙江大好大食品有限公司

第八节 广东农夫山庄食品工业有限公司

第九节 杭州姚太太食品有限公司

第十节 福建新味食品有限公司

第十三章2015-2019年中国连锁超市行业发展总体分析

第一节2015-2019年中国连锁超市行业发展综述

一、中国连锁超市行业发展历程

二、中国连锁超市行业发展特点

三、中国连锁超市企业的经营模式

四、中国连锁超市经营中存在的问题

五、制约中国连锁超市产业发展的因素

第二节2015-2019年中国连锁超市行业发展现状分析

一、中国连锁超市行业处于快速成长期

二、中国连锁超市自有品牌发展现状分析

三、中国连锁超市供应链管理现状分析

四、中国连锁超市行业市场区隔分析

五、中国连锁超市行业渠道渗透分析

六、中国连锁超市企业扩张模式分析

七、中国连锁超市行业盈利情况分析

第三节 外资超市在中国发展状况分析

- 一、外资超市在我国的发展历程
- 二、外资超市的扩张特点分析
- 三、外资超市业态多元化趋势
- 四、外资超市进入中国的必然性分析
- 五、外资超市扩张障碍分析

第四节2015-2019年中国连锁超市行业发展规模分析

- 一、2017年中国连锁零售业经营规模分析
- 二、中国连锁超市规模化发展
- 三、2019年中国超市行业发展规模分析
- 四、中国连锁超市行业并购频繁

第十四章2020-2026年中国坚果产业发展趋势预测分析

第一节2020-2026年中国坚果食品消费的发展趋势。

- 一、坚果食品消费市场将持续大幅增长。
- 二、仍居各休闲食品消费之首位。
- 三、坚果食品消费向品牌化高度集中。
- 四、坚果食品市场消费结构发展趋势。

第二节2020-2026年中国坚果市场预测分析

- 一、坚果品产量预测分析
- 二、坚果市场需求预测分析
- 三、坚果市场竞争格局预测分析

第三节2020-2026年中国坚果市场盈利预测分析

第十五章 2020-2026年中国坚果行业投资价值研究

第一节2020-2026年中国坚果行业投资环境分析

- 一、宏观经济预测分析
- 二、金融危机影响分析

第二节2020-2026年中国坚果行业投资机会分析

- 一、区域投资潜力分析
- 二、与产业链相关的投资机会分析

第三节2020-2026年中国坚果行业投资风险分析

- 一、宏观调控政策风险
 - 二、市场竞争风险
 - 三、食品安全风险
 - 四、市场运营机制风险
- 第四节投资建议

部分图表目录：

- 图表：2015-2019年中国坚果行业市场规模变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业销售收入变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业销售投资收益率变化
 - 图表：中国主要营销模式结构图
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业潜在需求量变化
 - 图表：2017年中国各种经销模式市场份额对比图
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业市场容量变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果供给量变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果供需平衡分析
 - 图表：2015-2019年中国坚果市场供需分析
 - 图表：2015-2019年中国坚果所属行业产销分析
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业利润率变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果出口量占产量的份额
 - 图表：2015-2019年中国坚果进口量需求量的份额
 - 图表：2015-2019年中国坚果进口量变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果出口量变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业产值规模变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业产能变化
 - 图表：2015-2019年中国坚果行业产量变化
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202009/16-365031.html>