

2020-2025年中国休闲食品行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国休闲食品行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/497357.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

休闲食品(leisurefood)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物。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。

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：

第一部分产业环境透视

第一章 休闲食品行业发展综述

第一节 休闲食品行业定义及分类

一、休闲食品定义

二、休闲食品的特点

三、休闲食品的分类和范围

第二节 食品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 近两年中国休闲食品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

第四节 休闲食品行业产业链分析

- 一、上游行业与本行业的关联性及其影响
- 二、下游行业与本行业的关联性及其影响

第二章 休闲食品行业市场环境及影响分析

第一节 休闲食品行业政治法律环境

- 一、有机食品认证新规
- 二、食品安全法修订草案
- 三、食品安全法律法规动态
- 四、食品工业“十三五”发展规划
- 五、食品卫生重要作用
 - 1、食品卫生的重要性
 - 2、食品卫生的基本要求
 - 3、健康饮食的重要前提

第二节 休闲食品行业市场消费环境分析

- 一、休闲食品消费特征分析
- 二、休闲食品消费群体结构分析
 - 1、消费群体年龄结构
 - 2、消费群体性别结构
- 三、休闲食品消费趋势分析

第三节 行业技术环境分析

- 一、食品生产加工技术概况
- 二、休闲食品技术发展水平
 - 1、我国休闲食品行业技术水平所处阶段
 - 2、与国外休闲食品行业的技术差距
- 三、休闲食品加工设备技术分析
- 四、加工技术创新及未来趋势

第三章 中国休闲食品行业的国际比较分析

第一节 全球食品产业重要增长点

- 一、多极化发展态势加剧
- 二、食品跨国集团占主导
- 三、消费需求持续增长

第二节 中国休闲食品行业的国际比较分析

- 一、中国休闲食品行业竞争力指标分析
- 二、中国休闲食品行业经济指标国际比较分析

三、休闲食品行业国际竞争力比较

- 1、生产要素
- 2、需求条件
- 3、支援与相关产业
- 4、企业战略、结构与竞争状态

第三节休闲食品行业市场需求分析

- 一、市场现状分析
- 二、市场需求旺盛
- 三、人均消费差距
- 四、市场前景展望

第二部分行业深度分析

第四章 我国休闲食品行业运行现状分析

第一节 我国休闲食品行业发展状况分析

- 一、我国休闲食品行业发展阶段
- 二、我国休闲食品行业发展总体概况
- 三、我国休闲食品行业发展特点分析
- 四、我国休闲食品行业商业模式分析

第二节 休闲食品市场情况分析

- 一、中国休闲食品市场现状综述
 - 1、我国休闲食品市场容量
 - 2、创新成就休闲食品业“领军者”
 - 3、休闲食品行业布局
- 二、中国休闲食品业存在的问题分析
 - 1、跌入多品系漩涡
 - 2、品牌分辨模糊
 - 3、通路建设粗放
 - 4、产品创新力不足
- 三、中国休闲食品产品市场发展分析
 - 1、区域板块效应明显
 - 2、品类细化和口味化趋势明显
 - 3、高收入满巢家庭成消费主流

第三节 中国食品行业发展面临的挑战及发展策略

- 一、产业化程度低
- 二、运用高新技术

- 三、培养专业人才
- 四、创新产品生产
- 五、转变经营模式
- 六、建立现代化商业制度

第五章 我国休闲食品所属行业整体运行指标分析

第一节 中国食品所属行业产销情况分析

- 一、我国食品所属行业工业总产值
- 二、我国食品所属行业工业销售产值
- 三、我国食品所属行业产销率

第二节 中国休闲食品产销情况

- 一、休闲食品产值
- 二、休闲食品消费总额
- 三、休闲食品人均消费规模

第三节 中国休闲食品所属行业经济指标分析

- 一、所属行业盈利能力分析
 - 1、销售收入
 - 2、利润规模
- 二、所属行业营运能力分析
- 三、所属行业发展能力分析
- 四、进出口状况

第六章 2015-2019年中国休闲食品经营模式分析

第一节 行业主要运营模式简析

- 一、主要经营模式介绍
- 二、连锁经营模式
- 三、量贩式零食店
- 四、发展自有品牌

第二节 休闲食品市场渠道分析

- 一、市场零售业态
- 二、连锁专卖店
- 三、市场网购渠道
- 四、销售渠道下沉
- 五、渠道品牌分析

第三节 休闲食品连锁经营模式分析

- 一、连锁加盟的方式
- 二、重点企业分析
- 三、连锁经营的优势
- 四、开展连锁经营的方法

第三部分市场全景调研

第七章 2015-2019年焙烤类休闲食品发展分析

第一节 2015-2019年焙烤食品发展分析

- 一、行业相关定义
- 二、行业发展态势
- 三、市场规模分析
- 四、行业营销模式
- 五、发展趋势预测

第二节 2015-2019年主要焙烤类休闲食品行业财务状况

- 一、中国糕点、面包制造行业经济规模
- 二、中国糕点、面包制造行业盈利能力
- 三、中国糕点、面包制造行业营运能力指标分析

第三节 糕点食品

- 一、行业生命周期
- 二、市场竞争主体
- 三、体验营销策略
- 四、企业发展困境
- 五、中式糕点发展分析

第四节 面包食品

- 一、行业发展特点
- 二、行业竞争格局
- 三、行业进入壁垒
- 四、未来发展趋势

第五节 饼干食品

- 一、行业简介及标准
- 二、消费总量及预测
- 三、品牌影响力分析
- 四、细分领域分析
- 五、行业发展困境
- 六、市场潜力分析

七、行业发展策略

第六节膨化食品

- 一、市场发展态势
- 二、细分产品格局
- 三、最新法律法规
- 四、品牌影响力分析
- 五、相关设备需求

第八章 2015-2019年坚果炒货类休闲食品发展分析

第一节 2015-2019年坚果炒货行业发展分析

- 一、行业发展概述
- 二、行业市场规模
- 三、产业集群发展
- 四、产品消费趋势
- 五、市场发展趋势

第二节坚果类产品

- 一、全球市场规模
- 二、消费行为选择
- 三、进口规模分析
- 四、澳对华出口坚果
- 五、坚果贸易加工基地
- 六、加强品牌营销策略

第三节炒货类产品

- 一、炒货行业市场态势
- 二、消费者行为分析
- 三、花生市场竞争格局
- 四、花生市场营销策略
- 五、瓜子市场营销策略

第九章 2015-2019年糖果类休闲食品发展分析

第一节 2015-2019年糖果行业发展分析

- 一、所属行业规模分析
- 二、产品产量规模
- 三、区域格局分析
- 四、消费行为分析

五、企业并购行为

六、本土企业突围办法

第二节2015-2019年糖果、巧克力制造行业财务状况

一、中国糖果、巧克力制造行业经济规模指标分析

二、中国糖果、巧克力制造行业盈利能力指标分析

三、中国糖果、巧克力制造行业营运能力指标分析

第三节传统糖果

一、市场竞争格局

二、热点产品分析

三、行业发展趋势

四、传统糖果商转型

第四节巧克力

一、原材料减产成因

二、价格上涨趋势

三、品牌影响力

四、市场竞争格局

五、消费潜力分析

第五节口香糖

一、消费行为分析

二、市场竞争格局

三、品牌影响力

四、市场消费潜力

五、口香糖污染问题

第十章 2015-2019年果冻及果脯食品市场分析

第一节 果脯蜜饯

一、行业发展概况

二、蜜饯产品流派

三、重点品牌介绍

四、消费行为分析

第二节2015-2019年蜜饯制造行业财务状况

一、中国蜜饯制造行业经济规模指标分析

二、中国蜜饯制造行业盈利能力指标分析

三、中国蜜饯制造行业营运能力指标分析

第三节果冻

- 一、果冻行业发展
- 二、行业相关标准
- 三、行业发展规模
- 四、市场竞争格局
- 五、行业存在的问题
- 六、行业发展趋势

第四节 红枣制品

- 一、行业发展概况
- 二、红枣市场规模
- 三、行业产业链分析
- 四、市场发展预测

第十一章 中国休闲食品消费行为及营销分析

第一节 休闲食品消费行为分析

- 一、休闲食品消费概况
- 二、细分产品消费分析
- 三、消费者属性分析
- 四、消费者选择因素

第二节 休闲食品市场营销策略

- 一、前期市场调研
- 二、规划优质产品线
- 三、做好产品营销
- 四、旺季营销策略
- 五、加强创新升级

第三节 休闲食品品牌推广策略

- 一、品牌规划模式
- 二、差异化策略
- 三、品牌发展战略
- 四、品牌传播渠道
- 五、品牌营销形式

第四节 休闲食品广告投投放情况分析

- 一、广告投放总体规模
- 二、广告投放类型分析
- 三、电视广告投放情况
- 四、细分领域广告投放

第四部分竞争格局分析

第十二章 2020-2025年休闲食品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、休闲食品行业竞争结构分析
- 二、休闲食品行业企业间竞争格局分析
- 三、休闲食品行业集中度分析

第二节 中国休闲食品行业竞争格局综述

- 一、休闲食品行业竞争概况
 - 1、中国休闲食品行业品牌竞争格局
 - 2、休闲食品业未来竞争格局和特点
 - 3、休闲食品市场进入及竞争对手分析
 - 二、中国休闲食品行业竞争力分析
 - 1、我国休闲食品行业竞争力剖析
 - 2、我国休闲食品企业市场竞争的优势
 - 3、与外企比较分析
 - 4、国内休闲食品企业竞争能力提升途径
 - 三、中国休闲食品竞争力优势分析
 - 四、休闲食品行业主要企业竞争力分析
- #### 第三节 休闲食品行业竞争格局分析
- 一、国内外休闲食品竞争分析
 - 二、我国休闲食品市场竞争分析
 - 三、我国休闲食品市场集中度分析
 - 四、国内主要休闲食品企业动向

第十三章 休闲食品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国休闲食品企业总体发展状况分析

- 一、休闲食品企业资本运作分析
- 二、休闲食品企业创新及品牌建设
- 三、休闲食品行业企业排名分析

第二节 中国领先休闲食品企业经营形势分析

- 一、雀巢（中国）有限公司
 - 1、企业发展概况
 - 2、企业业务发展
 - 3、企业产品分析

4、企业销售收入

二、亿滋食品企业管理（上海）有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

三、箭牌糖果（中国）有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

四、中国旺旺控股有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

五、洽洽食品股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

六、玛氏食品（中国）有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

第五部分发展前景展望

第十四章 2020-2025年休闲食品行业前景及趋势预测

第一节 休闲食品行业五年规划现状及未来预测

一、“十二五”期间休闲食品行业运行情况

二、“十二五”规划对经济发展的影响

三、“十二五”期间休闲食品行业发展成果

四、休闲食品行业“十三五”发展方向预测

第二节 2020-2025年休闲食品市场发展前景

- 一、2020-2025年休闲食品市场发展方向及潜力
- 二、2020-2025年休闲食品市场发展前景展望
- 三、2020-2025年休闲食品细分行业发展前景分析

第三节2020-2025年休闲食品市场发展趋势预测

一、2020-2025年休闲食品行业发展趋势

- 1、渠道发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析

二、2020-2025年休闲食品市场规模预测

- 1、休闲食品行业市场容量预测
- 2、休闲食品行业销售收入预测
- 三、2020-2025年休闲食品行业应用趋势预测

四、2020-2025年细分市场发展趋势预测

第四节2020-2025年中国休闲食品行业供需预测

- 一、2020-2025年中国休闲食品行业供给预测
- 二、2020-2025年中国休闲食品行业产量预测
- 三、2020-2025年中国休闲食品市场销量预测
- 四、2020-2025年中国休闲食品行业需求预测

第五节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 休闲食品行业投资机会与风险防范

第一节 休闲食品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、休闲食品行业投资现状分析

第二节2020-2025年休闲食品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

四、休闲食品行业投资机遇

第三节2020-2025年休闲食品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节中国休闲食品行业投资建议

- 一、休闲食品行业未来发展方向
- 二、休闲食品行业主要投资建议
- 三、中国休闲食品企业融资分析

第六部分发展战略研究

第十六章 休闲食品行业发展战略研究

第一节 休闲食品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节品牌格局特征

- 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

第三节品牌发展战略

- 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

第四节休闲食品经营策略分析

- 一、休闲食品市场细分策略
- 二、休闲食品市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、休闲食品新产品差异化战略
- 第五节休闲食品行业投资战略研究
 - 一、休闲食品行业投资战略
 - 二、2020-2025年休闲食品行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

- 第一节 休闲食品行业研究结论及建议
- 第二节 休闲食品子行业研究结论及建议
- 第三节 休闲食品行业发展建议
 - 一、行业发展策略建议
 - 二、行业投资方向建议
 - 三、行业投资方式建议

图表目录：

- 图表：2015-2019年食品制造业销售收入
- 图表：2015-2019年食品制造业销售收入增长趋势图
- 图表：2015-2019年食品制造业资产总额
- 图表：2015-2019年食品制造业总资产增长趋势图
- 图表：2015-2019年食品制造业利润总额
- 图表：2015-2019年食品制造业利润总额增长趋势图
- 图表：2015-2019年食品制造业销售毛利率趋势图
- 图表：2015-2019年中国焙烤食品制造总体运行情况
- 图表：2015-2019年中国焙烤食品规模以上企业数量
- 图表：2015-2019年糕点、面包制造业销售规模
- 图表：2015-2019年糕点、面包制造业销售收入
- 图表：2015-2019年糕点、面包制造业资产总额
- 图表：2015-2019年糕点、面包制造业成本费用
- 图表：2015-2019年糕点、面包制造业利润总额
- 图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业销售规模
- 图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业销售收入
- 图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业资产总额
- 图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业成本费用

图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业盈利水平

图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业利润总额

图表：2015-2019年糖果、巧克力制造业销售毛利率

图表：2015-2019年蜜饯制造业销售收入

图表：2015-2019年蜜饯制造业销售收入增长趋势图

图表：2015-2019年蜜饯制造业资产总额

图表：2015-2019年蜜饯制造业总资产增长趋势图

图表：2015-2019年蜜饯制造业利润总额

图表：2015-2019年蜜饯制造业销售毛利率趋势图

图表：2015-2019年蜜饯制造行业总资产周转率对比图

图表：2015-2019年我国红枣产量

图表：2015-2019年我国绿色休闲食品市场规模及预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/497357.html>