

2018-2024年中国休闲食品行业市场运营态势分析及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国休闲食品行业市场运营态势分析及投资前景预测报告》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/338089.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

我国休闲食品市场规模达到1095亿元。2010-2014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

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 全球休闲食品市场发展分析	23
第一节 国外食品行业发展分析	23
一、全球食品行业发展概况	23
二、全球食品业公司排行榜	24
三、国外食品安全法律概况	24
四、国外食品安全监管概述	25
五、国外食品加工发展趋势	30
第二节 2017年全球休闲食品市场分析	32
一、全球休闲食品需求分析	32
二、全球休闲食品市场规模	32
三、部分休闲食品品牌介绍	33
四、国外膨化食品发展分析	34
五、中外休闲食品市场对比	34
第三节 主要国家地区休闲食品市场分析	35
一、美国休闲食品市场分析	35
（一）美国食品安全监管	35
（二）美国休闲食品发展	36

- (三) 美国休闲食品品牌 36
- 二、欧洲休闲食品市场分析 40
 - (一) 雀巢弃人工添加剂 40
 - (二) 法提高食品安全标准 41
- 三、日本休闲食品市场分析 41
 - (一) 日本食品安全监管 41
 - (二) 主要休闲食品品牌 42
 - (三) 地震对食品市场的影响 44

第二章 中国休闲食品行业发展现状 45

第一节 中国休闲食品行业发展现状 45

- 一、休闲食品品类发展现状分析 45
- 二、休闲食品行业消费市场现状 45

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

模式	产品	品牌	销售渠道	优缺点	代表企业
个体经营的零售模式	产品质量、卫生状况无保障	无品牌、无包装	个体门店等传统渠道	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。	家庭作坊
超市卖场零售模式	工厂集中生产	具备较强的品牌力	商超、便利店等现代渠道	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	多采用代工模式，统一采购、统一配送，因此产品线更丰富	统一形象，品牌突出，尤其在优势地区品牌力强	连锁专卖店	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。来伊份、良品铺子、周黑鸭、绝味鸭脖
电子商务销售模式	多采用代工模式，产品线丰富	具备较强的品牌力	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。	百草味、三只松鼠

三、休闲食品市场消费层次分析 47

四、中国休闲食品市场走向分析 49

第二节 中国休闲食品行业发展状况 50

一、休闲食品行业发展情况分析 50

二、中国休闲食品市场特点分析 51

三、连锁经营促休闲食品业发展 51

四、中国休闲食品专卖店研究 52

第三节 中国绿色休闲食品市场发展分析 55

一、绿色休闲食品简介 55

二、绿色休闲食品市场分析 56

三、绿色休闲食品市场规模 57

四、绿色休闲食品行业利润 58

第四节 中国休闲食品行业供需分析 58

一、中国休闲食品市场供给情况分析 58

二、中国休闲食品市场需求情况分析 59

第三章 中国休闲食品细分市场情况分析 61

第一节 中国糖果行业发展现状 61

一、中国糖果标准分类 61

二、中国糖果行业市场现状 64

三、糖果行业品牌发展现状 64

四、糖果行业细分市场现状 66

五、糖果行业消费市场现状 67

六、糖果市场消费层次分析 68

第二节 进口糖果的市场现状与机会分析 69

一、进口糖果的现行渠道分析 69

二、进口糖果在市场开拓过程中遇到的问题 70

三、进口糖果的发展前景 70

四、代理商代理进口糖果应该注意事项 71

第三节 巧克力消费相关概述 71

一、巧克力消费和误解 71

二、巧克力知名品牌 72

三、消费者喜爱巧克力的理由 74

四、巧克力消费需求方向 76

第四节 中国巧克力制品市场分析 77

一、巧克力市场消费概况 77

- 二、模注巧克力制品的开发 78
- 三、2013年巧克力市场消费调查 80
- 第五节 巧克力行业竞争格局 82
 - 一、中国巧克力市场竞争格局 82
 - 二、国内外巧克力企业的优劣式对比 83
- 第六节 中国果冻行业发展现状 85
 - 一、果冻行业市场现状 85
 - 二、果冻细分市场分析 86
 - 三、果冻产品的分销渠道 87
 - 四、果冻行业进入壁垒分析 88
- 第七节、中国果冻行业的竞争格局 88
 - 一、整体果冻市场 88
 - 二、果冻休闲食品市场 89
 - 三、果冻饮料市场 90

第四章 中国休闲食品行业经济运行分析 92

第一节 休闲食品行业运行情况分析 92

- 一、中国食品行业经济指标分析 92
- 二、中国休闲食品行业标杆企业 93

第二节 2011-2017年中国各省市糖果生产情况 95

- 一、2011-2017年糖果产量概况 95
- 二、2012年各省市糖果产量统计 95
- 三、2013年各省市糖果产量统计 96
- 四、2017年各省市糖果产量统计 97

第三节 2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼进出口分析 98

- 一、2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼进口分析 98
- 二、2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼出口分析 99
- 三、2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼进出口均价分析 100
- 四、2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼进出口流向分析 100
- 五、2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼进出口省市分析 102

第四节 2017年中国其它休闲食品进出口分析 104

- 一、2017年中国瓜子产品进出口分析 104
- 二、2017年中国糖果、蜜饯进出口分析 105
- 三、2017年中国焙烘糕饼及谷物膨化，烘炒食品进出口分析 106
- 四、2017年中国干果及坚果进出口分析 108

第五章 中国休闲食品消费市场分析	111
第一节 休闲食品消费者基本情况	111
一、消费者购买休闲食品频率分析	111
二、不同年龄的消费者偏好调查	111
三、休闲食品消费家庭结构分析	112
第二节 休闲食品消费者需求分析	112
一、消费者休闲食品产品偏好分析	112
二、消费者购买休闲食品目的分析	113
三、消费者购买休闲食品考虑因素	114
四、消费者购买休闲食品价格偏好	114
第三节 休闲食品消费者认知情况	115
一、消费者购买休闲食品途径分析	115
二、消费者对休闲食品认知渠道分析	115
三、消费者对休闲食品品牌认知情况	116
第四节 休闲食品安全问题消费者调查	116
一、休闲食品质量问题认知情况分析	116
二、休闲食品安全问题解决途径选择	117
三、休闲食品消费者信心情况分析	117
第五节 中国休闲食品行业部分区域市场分析	118
一、2017年华东地区休闲食品行业分析	118
二、2017年华南地区休闲食品行业分析	119
三、2017年华北地区休闲食品行业分析	120
第六章 中国休闲食品行业投资与发展前景分析	122
第一节 中国食品制造行业投资情况分析	122
一、食品制造行业投资规模情况	122
二、食品制造行业投资增速情况	122
三、食品制造行业总体投资结构	123
四、食品制造行业施工投产项目	124
第二节 休闲食品行业投资机会分析	124
一、快速消费品行业投资机会	124
二、食品饮料行业并购情况	125
三、休闲食品行业投资机遇	127
四、休闲食品投资案例分析	128

第七章 中国休闲食品行业竞争格局分析 131

第一节 休闲食品行业集中度分析 131

一、休闲食品市场竞争格局 131

二、休闲食品市场集中度分析 132

三、休闲食品区域集中度分析 133

第二节 休闲食品行业竞争格局分析 133

一、2017年国内外休闲食品竞争分析 133

二、国内主要休闲食品企业竞争动态 135

第三节 休闲食品细分产品市场竞争情况分析 138

一、糖果 138

二、坚果炒货 138

三、果冻 140

第八章 中国休闲食品行业发展形势分析 142

第一节 休闲食品行业发展概况 142

一、休闲食品行业发展特点分析 142

二、休闲食品行业发展现状分析 144

三、休闲食品市场消费变化情况 145

四、休闲食品行业主要商业模式 145

第二节 2017年休闲食品行业市场情况分析 146

一、休闲食品零售市场销售模式 146

二、中国休闲食品市场规模分析 147

三、休闲食品零售市场产品结构 148

四、绿色休闲食品市场规模分析 148

第三节 2017年休闲食品连锁经营情况分析 151

一、休闲食品连锁经营情况分析 151

二、休闲食品连锁经营发展态势 152

三、休闲食品连锁经营优势分析 153

四、休闲食品连锁经营市场规模 153

五、休闲食品连锁门店数量规模 154

第四节 休闲食品行业发展趋势预测 155

一、休闲食品产品发展动态 155

二、休闲食品行业发展趋势 155

第九章 中国休闲食品行业整体运行指标分析 158

第一节 2017年中国休闲食品行业总体规模分析 158

一、企业数量结构分析 158

二、行业资产规模分析 161

第二节 2017年中国休闲食品行业产销分析 164

一、行业产成品情况总体分析 164

二、行业产品销售收入总体分析 166

第三节 2017年年中国休闲食品行业财务指标总体分析 169

一、行业盈利能力分析 169

二、行业营运能力分析 171

三、行业偿债能力分析 172

第十章 休闲食品行业赢利水平分析 175

第一节 2013-2017年休闲食品成本费用分析 175

一、2013-2017年休闲食品行业销售成本分析 175

二、2013-2017年休闲食品行业主要费用分析 175

第二节 产销运存分析 178

一、2013-2017年休闲食品行业产销情况 178

二、2013-2017年休闲食品行业出口交货值 179

三、2013-2017年休闲食品行业资金周转情况 181

第三节 盈利水平分析 184

一、2013-2017年休闲食品行业毛利率情况 184

二、2018-2024年休闲食品行业利润预测 186

第十一章 休闲食品行业盈利能力分析 187

第一节 2017年中国休闲食品行业利润总额分析 187

一、利润总额分析 187

二、不同规模企业利润总额比较分析 188

三、不同所有制企业利润总额比较分析 189

第二节 2017年中国休闲食品行业销售利润率 190

一、销售利润率分析 190

二、不同规模企业销售利润率比较分析 191

三、不同所有制企业销售利润率比较分析 192

第三节 2017年中国休闲食品行业总资产利润率分析 192

一、总资产利润率分析 192

- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析 194
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 194

第十二章 休闲食品重点企业发展分析 196

第一节 好想你枣业股份有限公司 196

- 一、企业基本情况 196
- 二、企业经营情况分析 196
- 三、企业经济指标分析 198
- 四、企业盈利能力分析 199
- 五、企业偿债能力分析 199
- 六、企业运营能力分析 199
- 七、企业成本费用分析 200

第二节 黑牛食品股份有限公司 200

- 一、企业基本情况 200
- 二、企业经营情况分析 201
- 三、企业经济指标分析 203
- 四、企业盈利能力分析 203
- 五、企业偿债能力分析 204
- 六、企业运营能力分析 204
- 七、企业成本费用分析 204

第三节 洽洽食品股份有限公司 205

- 一、企业基本情况 205
- 二、企业经营情况分析 205
- 三、企业经济指标分析 208
- 四、企业盈利能力分析 208
- 五、企业偿债能力分析 209
- 六、企业运营能力分析 209
- 七、企业成本费用分析 210

第四节 中国休闲食品集团有限公司 210

- 一、企业概况 210
- 二、企业经营情况分析 211
- 三、企业经济指标分析 212
- 四、企业盈利能力分析 213
- 五、企业偿债能力分析 213
- 六、企业运营能力分析 213

七、企业成本费用分析 214

第五节 百事食品(中国)有限公司 214

- 一、公司基本情况 214
- 二、企业主要经济指标 215
- 三、企业偿债能力分析 216
- 四、企业盈利能力分析 217
- 五、企业运营能力分析 218

第六节 不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司 218

- 一、公司基本情况 218
- 二、企业主要经济指标 219
- 三、企业偿债能力分析 219
- 四、企业盈利能力分析 220
- 五、企业运营能力分析 220

第七节 成都旺旺食品有限公司 221

- 一、公司基本情况 221
- 二、企业主要经济指标 221
- 三、企业偿债能力分析 222
- 四、企业盈利能力分析 223
- 五、企业运营能力分析 224

第八节 东莞徐记食品有限公司 224

- 一、公司基本情况 224
- 二、企业主要经济指标 225
- 三、企业偿债能力分析 226
- 四、企业盈利能力分析 227
- 五、企业运营能力分析 228

第九节 福建达利食品集团有限公司 228

- 一、公司基本情况 228
- 二、企业主要经济指标 229
- 三、企业偿债能力分析 230
- 四、企业盈利能力分析 230
- 五、企业运营能力分析 231

第十节 福建顶好食品有限公司 231

- 一、公司基本情况 231
- 二、企业主要经济指标 232
- 三、企业偿债能力分析 232

四、企业盈利能力分析 232

五、企业运营能力分析 233

第十三章 休闲食品行业投资策略分析 234

第一节 行业发展特征 235

一、行业的周期性 236

二、行业的区域性 237

三、行业的上下游 238

四、行业经营模式 239

五、行业的季节性 240

第二节 行业投资形势分析 241

一、行业发展格局 242

二、行业进入壁垒 243

三、行业SWOT分析 244

第三节 休闲食品行业投资效益分析 245

一、2017年中国食品行业投资状况分析 246

二、2017年休闲食品行业投资效益分析 247

三、2018-2024年休闲食品行业投资方向 248

四、2018-2024年休闲食品行业投资建议 249

第四节 休闲食品行业投资策略研究 250

一、2018-2024年中国休闲食品行业投资环境 251

二、现有品类和新品类成长的空间巨大 252

三、中国休闲食品三四线市场机会分析 253

四、2018-2024年休闲食品细分行业投资策略 254

第十四章 休闲食品行业投资风险预警 255

第一节 影响休闲食品行业发展的主要因素 256

一、2017年影响休闲食品行业运行的有利因素 257

二、2017年影响休闲食品行业运行的稳定因素 258

三、2017年影响休闲食品行业运行的不利因素 259

四、2017年中国休闲食品行业发展面临的挑战 260

五、2017年中国休闲食品行业发展面临的机遇 261

第二节 休闲食品行业投资风险预警 262

一、2018-2024年休闲食品行业市场风险预测 263

二、2018-2024年休闲食品行业政策风险预测 264

- 三、2018-2024年休闲食品行业经营风险预测 265
- 四、2018-2024年休闲食品行业技术风险预测 266
- 五、2018-2024年休闲食品行业竞争风险预测 267

第十五章 休闲食品行业发展趋势分析 268

第一节 2018-2024年中国休闲食品市场趋势分析 269

- 一、2018-2024年中国休闲食品市场趋势分析 270
- 二、2018-2024年中国休闲食品发展趋势分析 271

第二节 2018-2024年休闲食品产品发展趋势分析 272

- 一、2018-2024年休闲食品产品种类趋势分析 273
- 二、2018-2024年休闲食品产品技术趋势分析 274

第三节 2018-2024年中国休闲食品行业前景预测 275

- 一、2018-2024年中国休闲食品供给预测 276
- 二、2018-2024年中国休闲食品需求预测 277
- 三、2018-2024年休闲食品行业盈利预测 278
- 四、2018-2024年休闲食品市场规模预测 279

第四节 2018-2024年休闲食品行业发展展望分析 280

- 一、“十三五”食品行业发展目标 281
- 二、“十三五”食品行业主要任务 282
- 三、“十三五”中国休闲食品规划 283

第十六章 休闲食品企业管理策略建议 284

第一节 市场策略分析 285

- 一、休闲食品产品策略分析 286
- 二、休闲食品渠道策略分析 287

第二节 销售策略分析 288

- 一、媒介选择策略分析 289
- 二、品牌模式创新 290
- 三、企业促销策略分析 291

第三节 提高休闲食品企业竞争力的策略 292

- 一、影响休闲食品企业核心竞争力的因素 294
- 二、提高中国休闲食品企业核心竞争力的内部途径 295
- 三、提高中国休闲食品企业核心竞争力的外部途径 296

第四节 对中国休闲食品品牌的战略思考 297

- 一、休闲食品实施品牌战略的意义 298

- 二、休闲食品企业品牌的现状分析 299
- 三、中国休闲食品企业的品牌战略 300
- 四、休闲食品品牌战略管理的策略 301

第十七章 2018-2024年中国休闲食品行业发展趋势与前景展望 302 (AK LT)

第一节 中国休闲食品市场前景分析 303

- 一、市场需求日益旺盛 304
- 二、商家主打健康牌 305
- 三、市场发展潜力大 306

第二节 未来中国休闲食品行业发展趋势 307

- 一、健康是休闲食品的发展趋势 308
- 二、新品开发将贴近生活习惯 309
- 三、差异化是企业发展的方向 310
- 四、品牌成为竞争关键 311
- 五、本土企业应联合拓展市场 312

第三节 中国休闲食品发展的“四化”趋势 313

- 一、功能化趋势 314
- 二、时尚化趋势 315
- 三、细分化趋势 316
- 四、差异化趋势 317

第四节 2018-2024年休闲食品行业发展趋势 318

- 一、品质为王的时代到来 319
- 二、产品品牌继续受青睐 320
- 三、细分市场成新增长点 321
- 四、新媒体传播手段运用 322

部分图表目录：

- 图表 1 2013-2017年全球消费食品行业最受赞赏公司排名 24
- 图表 2 2014-2017年全球糖果销售额增长预测趋势图 32
- 图表 3 中国休闲食品消费占比结构图 45
- 图表 4 2011-2017年中国城镇居民人均食品支出增长趋势图 46
- 图表 5 休闲食品消费人群分布情况 48
- 图表 6 中国休闲食品行业以消费人群划分的四个发展阶段 48
- 图表 7 2011-2017年中国绿色休闲食品市场规模增长趋势图 58
- 图表 8 中国糖果的分类 61

- 图表 9 糖果行业品牌分布情况 65
 - 图表 10 巧克力购买普及率 80
 - 图表 11 巧克力购买考虑因素 80
 - 图表 12 巧克力购买频率 81
 - 图表 13 巧克力购买场所 81
 - 图表 14 巧克力食用频率、 82
 - 图表 15 2011-2017年中国果冻产品零售额 86
 - 图表 16 2017年果冻细分市场零售额对比图 86
 - 图表 17 2017年果冻产品分销渠道图 87
 - 图表 18 2011-2017年中国五大果冻生产商的合并市场份额 89
 - 图表 19 2011-2017年五大果冻产品生产商按零售额计算的市场份额 89
 - 图表 20 2011-2017年中国五大果冻休闲食品生产商的合并市场份额 90
 - 图表 21 2011-2017年五大果冻休闲食品生产商按零售额计算的市场份额 90
 - 图表 22 2011-2017年中国五大果冻饮料生产商的合并市场份额 91
 - 图表 23 2011-2017年五大果冻饮料生产商按零售额计算的市场份额 91
 - 图表 24 2017年中国食品制造行业经济指标统计 92
 - 图表 25 2017年中国休闲食品竞争力企业排行榜 93
 - 图表 26 2011-2017年中国糖果产量变化趋势图 95
 - 图表 27 2015年中国各省市糖果产量统计 95
 - 图表 28 2016年中国各省市糖果产量统计 96
 - 图表 29 2017年中国各省市糖果产量统计 97
 - 图表 30 2012-2017年中国面包、糕点、饼干及其他焙烘糕饼进口数量统计 98
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/338089.html>