

2017-2022年中国休闲食品市场运营格局现状及竞争策略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国休闲食品市场运营格局现状及竞争策略分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/290377290377.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1 休闲食品概况及分类

1.1 休闲食品概念

以果蔬、谷物、肉、鱼类等为原料，采用合理生产工艺加工制成快速消费品，是人们在闲暇、休息时食用的食品。

1.2 休闲食品分类

主要有以下几类：烘焙类休闲食品、膨化类休闲食品、坚果类休闲食品、果蔬类休闲食品、食用菌类、肉类休闲食品和糖类休闲食品。

1.2.1 烘焙类休闲食品

以谷物面粉为主要原料，采用烘焙加工工艺定型和熟制的休闲食品。严格来说是以面粉、酵母、食盐、砂糖和水为基本原料，添加适量油脂、乳品、鸡蛋、添加剂等，经和面、成型、烘烤等一系列复杂的工艺手段烘焙而成。这类食品具有丰富的营养、色香味俱佳、品类繁多、造型变化多端。主要有威化、萨琪玛、曲奇、面包、月饼、派类、酥饼、饼干和果蔬糕点等。

1.2.2 膨化类休闲食品

以谷物粉、薯粉或淀粉为主料，利用挤压、油炸、砂炒、烘焙等膨化技术加工而成的一大类食品。该食品的发展方向是健康化和营养化，通过烘焙加工及添加五谷杂粮和各种人体所需营养素，具有品种繁多、质地酥脆、味美可口、携带方便、营养物质易于消化吸收等特点，深受广大消费者喜爱。主要包括薯类膨化食品、米面膨化食品、豆类膨化食品等。

1.2.3 坚果类休闲食品

坚果类休闲食品的加工方法都不同，目前有瓜子类、花生类、蚕豆类、核桃类等多种产品。比如，瓜子类的有五香葵花子、椒盐南瓜子、风味黑瓜子、草药瓜子、话梅瓜子、奶油瓜子、玫瑰瓜子等；花生类的有蜂蜜花生、蛋黄花生、奶油可可花生、琥珀花生、椒盐花生等；蚕豆类的有五香蚕豆、怪味豆等；核桃类的有椒盐核桃、琥珀核桃仁、核桃酥糖等。

1.2.4果蔬休闲食品

以水果、蔬菜为主要原料，经糖渍、糖煮、烘干而成的制品。果品类，如苹果蜜饯、杏脯、无花果脯、八珍李、山楂蜜饯、蜜金橘、夹心蕉片、甘草芒果等；蔬菜类，如胡萝卜脯、多味冬瓜粒、苦瓜蜜饯、果酱薯片、番茄脯、低糖山药脯等。

1.2.5肉类休闲食品

以水产品和畜禽肉为主要原料，经过特殊工艺加工制成的休闲食品。肉类休闲食品包括肉禽类休闲食品、水产品类休闲食品。肉禽类休闲食品包括肉松、肉脯、肉干、肉粒、鸡、鸭和各式卤水禽蛋小包装熟制品；水产品休闲食品有鱼干、鱼松、鱼片、鱼脯、海苔和即食调理高档珍稀水产品等。

1.2.6糖类休闲食品

以糖为主要原料，以芝麻、豆粉、花生或爆米等为辅料加工制成的一种介于糖果和糕点之间的食品。例如，豆酥糖、薄荷糖、麻酥糖、果冻、花生糖等。

1.2.7食用菌类

食用菌含有丰富的蛋白质、较低脂肪、人体8种必需氨基酸、丰富的矿物质及多糖、三菇化合物、真菌溶菌酶等生理活性成分。经过加工后的食用菌类休闲食品有香菇牛肉松、多味金针菇干、平菇肉松、食用菌蜜饯、菌丝米雪饼等。

图：2011-2015年中国休闲食品行业销售额及增速 资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：2011-2015年中国休闲食品网购渠道销售额及占比资料来源：公开资料，中国报告网整理

2我国休闲食品产业的现状

2.1市场状况

近年来，我国休闲食品进入不断创新和发展新阶段，由过去地域化、小而散格局，演变到现在各种休闲食品连锁专卖。市场规模呈几何级速度增长，高出食品市场平均增长率20%。另外，随着我国旅游业的不断兴旺发展，休闲食品市场地位将越来越重要。有数据显示

，2009年休闲食品制造业创造工业产值4364.54亿元人民币，同比增长27.53%；实现销售收入4304.03亿元人民币，同比增长31.39%；实现利润117.71亿元人民币，同比增长52.87%。休闲食品的零售连锁专卖2011年已达150亿元规模，占整体休闲零食市场（约960亿元）的15%以上，而且份额逐年增加。近年来，虽然我国休闲食品产量有较大幅度提升，但与发达国家相比仍有一定差距，尤其同世界休闲食品消费大国美国相比，人均消费差距约为150倍。随着我国人民经济收入、消费水平、健康意识的不断提高，未来我国休闲食品市场仍将会以高速度增长，发展潜力和生存空间巨大。

3我国休闲食品行业未来发展前景分析

3.1休闲食品多样化

休闲食品原料的多样化决定了休闲食品种类的丰富多样，目前除了米粉、面粉、马铃薯等传统原料，还出现了一些新兴的食品（如果蔬干、牛肉干、鱼类等）；在风味上，由于现在人们需求日益多元化、个性化，再加上香精香料行业发展，休闲食品风味出现了多样化格局；随着科学技术发展，休闲食品的加工工艺也将多样化，低温真空油炸技术、烘烤技术、微波膨化技术等现代工艺越来越受到食品企业青睐。

3.2休闲食品味道口感化、路径趣味化

休闲食品须具备明显的、高吸引力的口感特征。休闲食品需满足人们在休息和闲暇时寻找乐趣打发多余时光的需求。因此，休闲食品既要美味而且还要有方便、美味、耐嚼等特点，才能满足消费者的需求。再者，休闲类食品的主要消费人群是儿童和青少年，他们爱玩的天性，决定了对休闲食品的趣味化需求，这就要求休闲食品需要朝着趣味化的路径发展。

3.3休闲食品渠道

目前，休闲食品2种主流的专卖店形式为渠道品牌和产品品牌2种类型。休闲食品连锁专卖是休闲食品未来发展趋势。比如“来伊份”“华味亨”是渠道品牌和产品品牌合一的连锁专卖店，店里面只销售自营品牌小袋装产品和散装产品，而且自营品牌只在专卖店中销售，不进入商超及其他渠道；“徐福记糖果店”属于产品品牌连锁专卖店，主要销售渠道是超市卖场和便利店。而休闲食品连锁专卖未来发展趋势是渠道品牌和产品品牌的相互渗透、专卖店类型更专业、商业模式将多元化。

3.4休闲食品向健康营养、安全方向发展

随着人们生活水平提高、食品安全意识增强，越来越多的消费者不再像以前一样盲目消费，而是开始关注食品包装背后的营养参数。低热量、低脂肪、低糖类休闲食品将会受到市场好评和消费者欢迎，发展有益于消费者健康和安全的休闲食品是全社会的愿望，这就决定了健康、营养、安全是休闲食品未来的一个发展方向。

3.5品牌与创新是发展趋势

休闲食品行业产品更新速度快，市场对创新类产品接受程度高，企业必须随市场而动，紧跟市场潮流，加快产品研发和推广速度。

纵观休闲食品行业，外资品牌控制着中国休闲食品市场，前10名品牌当中，旺旺和徐福记是台资品牌，占20%；达能、上好佳、好丽友、卡夫、德芙、箭牌是纯粹外资品牌，占50%；嘉士利、喜之郎是国内品牌，仅仅占20%。在这种情况下，我国许多企业已经认识到品牌经营的重要性，并且开始在品牌经营方面下功夫，现在已经有一些知名品牌大企业（如徐福记、恰恰、旺旺、喜之郎等）深入人心，与外资品牌形成竞争。

4小结

随着人们生活水平的提高，休闲食品逐步成为人们生活必需品，除了满足消费者娱乐，也正在成为“一日三餐”中的第4餐。消费格局从原来的温饱型逐渐向风味型、营养型、享受型甚至功能型方向转化。整个休闲食品行业规模将不断扩大，创新和品牌将成为竞争关键，国内企业应更加注重品牌建设和产品创新，提升企业竞争力，扩大在休闲食品行业的市场份额。

中国报告网发布的《2017-2022年中国休闲食品市场运营格局现状及竞争策略分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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家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。

第一章：中国休闲食品行业发展综述

1.1 休闲食品行业范围界定

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 中国休闲食品行业发展状况分析

1.2.1 中国休闲食品行业发展总体概况

- (1) 休闲食品行业的发展规模
- (2) 休闲食品行业市场现状
- (3) 休闲食品行业的消费群体
- (4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势

1.2.2 中国休闲食品行业发展主要特点

- (1) 竞争激烈——品牌是关键
- (2) 生产趋于专业化和标准化
- (3) 中高端市场成为争夺焦点
- (4) 行业同质化现象严重

1.2.3 休闲食品行业经营情况分析

- (1) 行业经营效益分析
- (2) 行业盈利能力分析
- (3) 行业运营能力分析
- (4) 行业偿债能力分析
- (5) 行业发展能力分析

1.3 休闲食品行业供需平衡分析

1.3.1 总体供给情况分析

- (1) 总产值分析
- (2) 产成品分析

1.3.2 各地区供给情况分析

- (1) 总产值排名前10个地区分析
- (2) 产成品排名前10个地区分析

1.3.3 总体需求情况分析

- (1) 销售产值分析
- (2) 销售收入分析

1.3.4各地区需求情况分析

(1) 销售产值排名前10个地区分析

(2) 销售收入排名前10个地区分析

1.3.5全国休闲食品行业产销率分析

1.4中国休闲食品行业进出口分析

1.4.1休闲食品行业进出口状况综述

1.4.2休闲食品行业出口市场分析

(1) 行业出口分析

(2) 行业出口分析

1.4.3休闲食品行业进口市场分析

(1) 行业进口分析

(2) 行业进口分析

1.4.4休闲食品行业进出口前景及建议

(1) 休闲食品行业出口前景及建议

(2) 休闲食品行业进口前景及建议

1.5中国休闲食品行业市场环境分析

1.5.1休闲食品行业经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国内宏观经济发展与休闲食品行业的关联性分析

(3) 中国经济展望与数据

1.5.2休闲食品行业政策环境分析

(1) 行业相关政策

(2) 行业发展规划

1.5.3休闲食品行业贸易环境分析

(1) 行业产品贸易环境现状

(2) 行业贸易环境发展趋势

1.5.4休闲食品行业市场消费环境分析

(1) 休闲食品消费特征分析

(2) 休闲食品消费群体结构分析

(3) 休闲食品消费趋势分析

第二章：中国焙烤食品行业市场分析

2.1焙烤食品行业市场发展概述

2.1.1焙烤食品行业市场发展现状

(1) 焙烤食品行业的分类

- (2) 焙烤食品行业市场主体分析
- (3) 焙烤食品行业发展现状
- 2.1.2 焙烤食品行业经营状况分析
 - (1) 规模指标分析
 - (2) 盈利能力分析
 - (3) 运营能力分析
 - (4) 偿债能力分析
 - (5) 发展能力分析
- 2.2 膨化食品市场分析
 - 2.2.1 谷物膨化食品市场分析
 - 2.2.2 薯类膨化食品市场分析
 - (1) 薯片市场发展状况分析
 - (2) 薯片的营销战略
 - 1) 强化产品消费群体定位
 - 2) 推出个性化外包装产品
 - 3) 突出薯片品牌文化理念
 - (3) 薯片电商渠道扩展
 - 2.2.3 膨化食品主要品牌竞争情况
 - (1) 百事向上整体获取原料采购优势
 - (2) 上好佳改善终端策略，提高终端拦截率
 - (3) 福建达利食品策划品牌形象，制定广告策略
 - 2.2.4 膨化食品主要消费群体分析
 - (1) 膨化食品消费者性别分析
 - (2) 膨化食品消费者婚姻状况分析
 - (3) 膨化食品消费者家庭人口分析
- 2.3 饼干产品市场分析
 - 2.3.1 饼干产品市场发展情况
 - (1) 生产规模
 - (2) 销售规模
 - 2.3.2 饼干产品行业经营状况分析
 - (1) 行业经营效益分析
 - (2) 行业盈利能力分析
 - (3) 行业运营能力分析
 - (4) 行业偿债能力分析
 - (5) 行业发展能力分析

2.3.3饼干产品主要品牌竞争情况

- (1) 外资企业品牌主导中高端
- (2) 民营企业竞争实力增强

2.3.4饼干产品主要消费群体分析

2.4糕点产品市场分析

2.4.1糕点产品市场发展情况

2.4.2糕点产品行业市场竞争情况

- (1) 竞争对手分析
- (2) 购买者分析
- (3) 替代品分析
- (4) 潜在进者分析
- (5) 供应商分析

2.4.3糕点产品主要消费群体分析

- (1) 主要消费群体
- (2) 消费群体特征
- (3) 手稿蛋糕消费对象特征

2.5面包产品市场分析

2.5.1面包产品市场发展情况

- (1) 行业整体发展态势良好
- (2) 加工、生产、服务趋于专业化、标准化
- (3) 中高端市场成为争夺焦点

2.5.2面包产品主要品牌竞争情况

- (1) 品牌及其影响

1) BreadTalk

2) 好利来

3) 家家知

- (2) 商业模式分析
- (3) 关键成功因素

2.5.3面包产品主要消费群体分析

2.6焙烤食品行业市场需求前景预测

2.6.1焙烤食品行业市场发展趋势分析

- (1) 品牌竞争将成为行业竞争的关键
- (2) 专业化、标准化的生产流程
- (3) 中高端市场成为争夺焦点

2.6.2焙烤食品行业市场前景预测分析

- (1) 糕点需求前景预测
- (2) 饼干需求前景预测
- (3) 面包需求前景预测

第三章：中国糖果行业市场分析

3.1糖果行业市场发展概述

3.1.1糖果行业市场发展现状

- (1) 糖果市场规模
- (2) 糖果市场竞争

3.1.2糖果行业市场经营状况分析

- (1) 行业经营效益分析
- (2) 行业盈利能力分析
- (3) 行业运营能力分析
- (4) 行业偿债能力分析
- (5) 行业发展能力分析

3.1.3糖果行业产业链上游市场分析

(1) 甜味剂行业发展状况分析

- 1) 糖精生产有所减少
- 2) 糖精出口量减少
- 3) 三氯蔗糖产能稳步增加

(2) 明胶行业发展状况分析

(3) 多糖醇行业发展状况分析

(4) 糖果添加剂行业发展状况分析

- 1) 中草药提取物行业发展分析
- 2) 香精香料行业发展分析
- 3) 其它糖果添加剂市场发展分析

3.2传统型糖果产品市场分析

3.2.1硬糖产品市场分析

- (1) 硬糖产品市场发展情况
- (2) 硬糖产品主要品牌竞争情况

3.2.2奶糖产品市场分析

- (1) 奶糖产品市场发展情况
- (2) 奶糖产品主要品牌竞争情况

- 1) 国内奶糖品牌
- 2) 大白兔奶糖的市场竞争

3.2.3巧克力产品市场分析

- (1) 巧克力产品市场发展情况
- (2) 巧克力产品主要品牌竞争情况

1) 第一阵营

2) 第二阵营

3) 第三阵营

3.2.4酥糖产品市场分析

- (1) 酥糖产品市场发展情况
- (2) 酥糖产品主要品牌竞争情况

3.3功能性糖果产品市场分析

3.3.1维生素糖果产品市场分析

- (1) 维生素糖果产品市场发展情况
- (2) 维生素糖果产品主要品牌竞争情况

3.3.2功能性清咽润喉糖市场分析

- (1) 功能性清咽润喉糖市场发展情况
- (2) 功能性清咽润喉糖主要品牌竞争情况

3.3.3无糖糖果产品市场分析

- (1) 无糖糖果产品市场发展情况
- (2) 无糖糖果产品主要品牌竞争情况

3.4胶基糖果（口香糖）产品市场分析

3.4.1胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析

3.4.2胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况

3.4.3胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析

3.5糖果行业市场发展趋势及前景预测

3.5.1糖果行业市场消费特点及趋势分析

3.5.2糖果行业市场发展前景预测

第四章：中国干果行业市场分析

4.1干果行业市场发展概述

4.1.1干果行业市场发展现状

- (1) 行业规模越来越大
- (2) 行业集中度低
- (3) 品牌溢价能力差
- (4) 行业格局已具雏形，但集群效应没有出现

4.1.2干果行业市场价格走势分析

4.1.3干果行业主要品牌竞争情况

4.1.4干果行业主要消费群体分析

4.2干果行业细分产品市场分析

4.2.1瓜子产品市场分析

(1) 瓜子生产市场分析

(2) 瓜子消费市场分析

1) 消费者产品品牌的喜好

2) 消费者产品品类的喜好

3) 消费者产品口味的喜好

4) 消费者购买瓜子关注的主要因素

4.2.2花生产品市场分析

(1) 花生产品市场供需状况

1) 种植面积波动增长

2) 花生产量总体不断提高

3) 花生单产水平稳步提高

(2) 花生价格走势分析

(3) 我国花生生产的竞争特点分析

1) 有利因素

2) 不利因素

(4) 花生供给市场展望

(5) 中国花生产业未来发展趋势与对策

1) 科技进步保障花生产业可持续发展

2) 通过发展机械化降低花生生产成本

3) 深加工水平提高带动产业大发展

(6) 花生休闲产品市场竞争分析

4.2.3杏仁产品市场分析

(1) 杏仁产品市场供给情况

(2) 杏仁产品市场生产状况

4.2.4核桃产品市场分析

(1) 核桃产品市场需求分析

(2) 核桃产品生产市场分析

(3) 核桃价格市场分析

4.2.5开心果产品市场分析

(1) 开心果产量分析

(2) 开心果市场需求量分析

4.3特色干果市场需求分析

4.3.1新疆干果市场分析

- (1) 新疆干果销售市场
- (2) 新疆干果价格市场分析

4.3.2山东花生市场分析

4.4干果行业市场需求前景预测

4.4.1干果行业市场消费特点及趋势分析

- (1) 干果行业市场消费特点
 - 1) 原味、咸味和甜味是消费者最喜欢的干果口味
 - 2) 消费者最喜欢哪种包装的干果产品
 - 3) 好的干果产品需要具备的核心条件
 - 4) 吃干果产品主要能满足消费者哪种需求

- (2) 干果行业市场发展趋势

4.4.2干果行业市场发展前景预测

第五章：中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析

5.1果冻行业市场分析

- 5.1.1果冻产品市场发展现状
- 5.1.2果冻产品主要品牌竞争情况
- 5.1.3果冻产品主要消费群体分析
- 5.1.4果冻产品市场发展趋势及前景预测
 - (1) 果冻产品市场消费特点及趋势分析
 - 1) 果冻产品市场消费特点
 - 2) 果冻产品市场消费趋势
 - (2) 果冻产品市场发展前景预测

5.2果脯蜜饯行业市场分析

- 5.2.1果脯蜜饯产品市场发展现状
 - (1) 果脯蜜饯产品市场需求分析
 - (2) 果脯蜜饯产品市场规模分析
 - (3) 果脯蜜饯产品市场竞争格局分析
 - 1) 粤系品牌
 - 2) 浙系品牌
 - 3) 沪系品牌
- 5.2.2果脯蜜饯产品上游产业供应链分析
 - (1) 水果行业发展现状

1) 苹果市场发展情况

2) 柑橘市场发展情况

(2) 制糖行业的发展现状

1) 行业经营效益分析

2) 行业盈利能力分析

3) 行业运营能力分析

4) 行业偿债能力分析

5) 行业发展能力分析

(3) 包装行业的发展现状

1) 行业经营效益分析

2) 行业盈利能力分析

3) 行业运营能力分析

4) 行业偿债能力分析

5) 行业发展能力分析

5.2.3果脯蜜饯产品区域市场分析

(1) 北京果脯蜜饯市场分析

1) 北京果脯蜜饯市场发展现状

2) 北京果脯蜜饯市场发展历程

3) 北京果脯蜜饯市场产品结构

4) 北京果脯蜜饯市场品牌格局

(2) 江西酸枣糕市场分析

1) 江西省酸枣糕生产状况

2) 江西省酸枣糕市场领先企业

(3) 山东红枣市场分析

1) 山东红枣生产状况

2) 山东省红枣市场领先企业

5.2.4果脯蜜饯产品消费市场调研分析

(1) 果脯蜜饯产品市场品牌影响力情况

(2) 果脯蜜饯产品消费者消费品牌分析

(3) 果脯蜜饯产品消费类别分析

(4) 果脯蜜饯产品市场消费价格分析

(5) 果脯蜜饯产品市场消费者消费金额分析

(6) 果脯蜜饯产品市场消费者消费季节分析

(7) 果脯蜜饯产品消费影响因素分析

5.2.5果脯蜜饯产品市场发展趋势

(1) 果脯蜜饯市场面临的问题

- 1) 微生物超标
- 2) 滥用食品添加剂
- 3) 产品标签标注问题

(2) 果脯蜜饯市场发展趋势

- 1) 向营养保健型发展
- 2) 向营养化发展
- 3) 向多样化发展
- 4) 向淡奇口味发展
- 5) 向自然色泽发展
- 6) 向包装新颖化发展

第六章：中国熟食行业市场分析

6.1 熟食行业市场发展状况分析

6.1.1 熟食行业市场发展现状分析

6.1.2 熟食行业上游产业供应链分析

- (1) 畜牧养殖业现状
- (2) 肉类产品供应状况
- (3) 畜牧养殖业与熟食行业

6.2 熟食连锁经营市场状况分析

6.2.1 熟食连锁经营市场发展整体情况

6.2.2 熟食连锁经营市场规模分析

6.2.3 熟食连锁经营市场竞争格局分析

6.3 地区特色熟食产业发展状况分析

6.3.1 重庆熟食产品市场分析

- (1) 重庆市场本土企业
- (2) 重庆市场外来企业

6.3.2 湖南熟食产品市场分析

- (1) 湖南熟食产品市场规模
- (2) 湖南熟食产品市场特点

6.3.3 新疆牛肉干产品市场分析

6.3.4 内蒙风干牛肉干产品市场分析

- (1) 内蒙风干牛肉干产品市场
- (2) 内蒙风干牛肉干产品市场存在的问题

6.3.5 北京熟食产品市场分析

- (1) 北京熟食市场主要消费产品
- (2) 北京熟食市场主要品牌
- (3) 消费者消费熟食原因
- (4) 北京熟食市场消费频率
- (5) 北京熟食市场消费价位及金额
- (6) 北京熟食市场主要消费季节

6.4熟食行业市场发展趋势及前景预测

6.4.1熟食行业市场消费特点及趋势分析

6.4.2熟食行业市场发展前景预测

第七章：中国休闲食品行业企业竞争力分析

7.1国际休闲食品企业在华竞争力分析

7.1.1国际企业在华竞争力分析

7.1.2典型企业在华经营状况——好丽友

- (1) 好丽友在华销售收入增长情况
- (2) 好丽友在华产品市场情况

7.2中国休闲食品企业竞争力分析

7.2.1中国焙烤食品行业集中度分析

- (1) 焙烤食品行业资产集中度分析
- (2) 焙烤食品行业收入集中度分析
- (3) 焙烤食品行业利润集中度分析

7.2.2中国糖果企业竞争力分析

- (1) 糖果行业资产集中度分析
- (2) 糖果行业收入集中度分析
- (3) 糖果行业利润集中度分析

7.2.3中国干果行业集中度分析

- (1) 干果行业资产集中度分析
- (2) 干果行业收入集中度分析
- (3) 干果行业利润集中度分析

7.2.4中国果脯蜜饯行业集中度分析

- (1) 果脯蜜饯行业资产集中度分析
- (2) 果冻及果脯蜜饯行业收入集中度分析
- (3) 果冻及果脯蜜饯行业利润集中度分析

7.2.5中国休闲食品行业五力竞争模型

- (1) 休闲食品行业上游议价能力分析

- (2) 休闲食品行业下游议价能力分析
- (3) 休闲食品行业替代者威胁分析
- (4) 休闲食品行业潜在进入者威胁分析
- (5) 休闲食品行业竞争状况总结
- 7.3中国休闲食品企业发展趋势分析
- 7.3.1中国休闲食品企业面临的问题
 - (1) 产品同质化严重
 - (2) 产品缺乏创意
 - (3) 营销网络不健全
 - (4) 产品研发后劲不足
 - (5) 食品安全问题
- 7.3.2中国休闲食品企业发展趋势
 - (1) 口味及品类创新为必然趋势
 - 1) 口味发展趋势
 - 2) 品类发展方向
 - (2) 产品包装发展趋势
 - (3) 营销模式发展趋势
 - 1) 品牌战略
 - 2) 渠道模式创新
 - 3) 多方整合推广策略
 - (4) 竞争策略发展趋势
- 7.4中国休闲食品行业领先企业经营分析
- 7.4.1中国旺旺控股有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 7.4.2上好佳(中国)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 7.4.3百事食品(中国)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.4福建福马食品集团有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.5福建达利食品集团有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.6玛氏食品(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.7不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.8金冠(中国)食品有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.9福建雅客食品有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

7.4.10合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析
- 7.4.11天喔食品（集团）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 7.4.12招远必泰食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 7.4.13南京喜之郎食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 7.4.14福建东方食品集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
- 7.4.15江西煌上煌集团食品股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析

图表目录

- 图表1：休闲食品从产品属性分类
- 图表2：休闲食品行业销售收入及占GDP比重（单位：亿元，%）
- 图表3：中国休闲食品行业所处发展阶段
- 图表4：中国休闲食品行业市场特征
- 图表5：休闲食品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
- 图表6：中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）

图表7：中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）

图表8：中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表9：中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）

图表10：休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元、%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/290377290377.html>