

中国休闲食品（零食）市场需求现状与未来前景 研究报告（2014-2018）

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《中国休闲食品（零食）市场需求现状与未来前景研究报告（2014-2018）》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/182978182978.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

中国报告网发布的《中国休闲食品（零食）市场需求现状与未来前景研究报告（2014-2018）》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、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研究分析。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。

目录

第一章 世界休闲食品行业整体运营状况分析 1
第一节 2012年世界休闲食品行业市场发展格局 1
一、世界休闲食品市场特征分析 1
二、世界主要休闲食品品牌综述 2
三、世界休闲食品市场动态分析 2
四、国际糖果及休闲食品展亮点解析 4
五、加拿大召回某些韩国产休闲食品 6
第二节 2012年世界休闲食品品牌主要国家运行分析 7
一、美国 7
二、日本 8
三、欧洲焙烤食品市场状况 8
第三节 2014-2018年世界休闲食品行业发展趋势分析 11
第二章 中国休闲食品行业市场发展环境分析 13
第一节 国内休闲食品经济环境分析 13
一、GDP历史变动轨迹分析 13
二、固定资产投资历史变动轨迹分析 21
三、2014年中国休闲食品经济发展预测分析 23
第二节 中国休闲食品行业政策环境分析 26
第三章 中国休闲食品行业市场运行态势分析 29
第一节 2012年中国休闲食品市场动态分析 29

- 一、首届中国国际休闲食品展聚焦 29
- 二、300种台湾休闲食品沪上受欢迎 30
- 三、打造四川休闲食品生产基地 崇州签下近20亿订单 30
- 四、百比佳进口休闲食品行业发展新地标 32
- 五、国际巨头发力中国爆米花市场 32
- 第二节 2012年中国休闲食品市场现状综述 34
 - 一、我国休闲食品市场容量 34
 - 二、将“创新”糖果及休闲食品工艺进行到底 35
 - 三、创新成就休闲食品业“领军者” 36
 - 四、休闲食品:四面“涨”声中的市场突围之路 37
 - 五、休闲食品行业布局自建终端 顶尖企业谋扩张 40
 - 六、休闲食品异军突起 QQ果冻冰淇淋独领风骚 42
 - 七、海洋食品:休闲食品新一极 43
- 第三节 2012年中国休闲食品业存在的问题分析 46
 - 一、跌入多品系漩涡 46
 - 二、品牌分辨模糊 47
 - 三、通路建设粗放 47
 - 四、产品不能与时俱进 48
- 第四章 中国休闲食品品牌生存状况分析 49
 - 第一节 品牌格局特征 49
 - 一、外资品牌居于绝对的品牌优势 49
 - 二、相对细分的市场国内品牌表现可圈可点 49
 - 三、二三线品牌创新是其唯一突破口 50
 - 四、品牌文化渗透力不强 50
 - 第二节 品牌发展战略 50
 - 一、重视产品的研发倡导创新理念 50
 - 二、重视体验式营销和文化营销 51
 - 三、以产品品牌带动企业品牌形象 51
 - 四、社会责任感 52
- 第五章 中国休闲食品细分市场运营状况分析 53
 - 第一节 休闲豆制品 53
 - 一、休闲豆制品相关概述 53
 - 二、休闲豆干产区集中分析 54
 - 三、休闲豆制品生产企业存在突出的问题 54
 - 1、落后的生产技术、管理水平制约休闲豆干业的发展 54

2、规模化、机械化程度较低制约豆干企业发展 55

四、未来休闲豆制品的发展趋势 55

第二节 膨化食品 58

一、膨化食品相关要简介 58

二、薯类膨化食品产销分析 59

三、膨化食品已进入完全竞争阶段 59

四、未来中国膨化食品发展战略分析 59

第三节 焙烤食品 60

一、中国烘焙食品市场特征分析 60

二、焙烤食品糖制品行业较快增长 62

三、焙烤食品进出口数据分析 62

四、中国焙烤食品品牌地位日益加强 62

第四节 其它热点产品 62

一、果冻 62

二、干果、坚果 63

第六章 中国休闲食品市场销售运行态势分析 64

第一节 2012年中国休闲食品市场营销现状 64

一、休闲食品市场渠道点评 64

二、休闲食品市场营销要诀 65

第二节 休闲食品专卖店研究 76

一、重点专卖店介绍：76

二、专卖店的特点：79

三、专卖店崛起原因分析 79

四、对厂家和经销商的意义 80

第三节 洽洽开心果市场营销案例解析 81

一、强调健康突出个性 洽洽开心果主打“放心”牌 81

二、网络营销先人一步 “掘金”年轻市场初战告捷 81

第七章 中国休闲食品业发展战略分析 83

第一节 休闲食品——口味 83

一、口味多样化、系列化 83

二、区域性口味改良 83

三、复合性口味增加 84

第二节 休闲食品——细分 84

一、消费者多重细分 84

二、品类多次细分 84

- 第三节 休闲食品——品牌个性化 85
 - 一、彰显个性，抢占消费者心智 85
 - 二、多种手法塑造个性品牌 85
- 第四节 休闲食品——多渠道广泛覆盖 86
 - 一、广泛性分销，多渠道销售 86
 - 二、强化渠道掌控，注重终端陈列 86
- 第五节 休闲食品——娱乐化整合传播 87
 - 一、明星策略，引领风潮 87
 - 二、线上线下协同操作，整合推广 87
- 第八章 中国休闲食品市场消费调研分析 88
 - 第一节 受访者基本情况调查分析 89
 - 一、性别占比 89
 - 二、年龄分布 89
 - 三、从事职业情况调查分析 90
 - 四、受访者区域分布 90
 - 第二节 休闲食品消费者消费行为调查分析 91
 - 一、消费者普遍喜欢的休闲食品类别占比 91
 - 二、消费者能接受的单件休闲食品的价格 91
 - 三、消费者对休闲食品广告关注度调查分析 92
 - 四、消费者购买休闲食品的渠道调查分析 92
 - 五、您家的休闲食品主要是谁消费 93
 - 六、男性消费者喜欢的休闲食品类别占比 93
 - 第三节 影响消费者购买新上市休闲食品的因素调查分析 94
- 第九章 中国休闲食品市场竞争格局分析 95
 - 第一节 2012年中国休闲食品行业竞争现状 95
 - 一、年货市场上演“休闲食品”战 95
 - 二、渠道价格战挑战供应商承受极限 95
 - 三、华南休闲食品竞争升级 97
 - 四、休闲礼包掀起价格战 98
 - 第二节 2012年中国休闲食品重点品牌企业分析 99
 - 一、丰丰休闲食品抢滩全国 99
 - 二、休闲食品业群雄逐鹿 洽洽开心果异军突起 100
 - 三、休闲食品上好佳将在四川崇州建生产基地 101
 - 第三节 2012年世界顶尖休闲食品品牌入驻成都 101
 - 一、星巴克—同城一周开两店 101

二、BREAD TALK将建西部中央工厂	102
三、哈根达斯—覆盖西部市场的基地	103
四、法国皇室巧克力成都浪漫之旅	104
第四节 2014-2018年中国休闲食品行业竞争趋势分析	108
第十章 世界品牌休闲食品企业营运状况分析	109
第一节 品客	109
一、企业概况	109
二、企业产品在华市场销售情况分析	109
三、品牌竞争力分析	110
四、国际化战略发展战略	110
第二节 特脆星	110
一、企业概况	110
二、企业产品在华市场销售情况分析	111
三、品牌竞争力分析	111
四、国际化战略发展战略	111
第三节 白乐顺	112
一、企业概况	112
二、企业产品在华市场销售情况分析	112
三、品牌竞争力分析	112
四、国际化战略发展战略	112
第四节 妈咪	113
一、企业概况	113
二、企业产品在华市场销售情况分析	113
三、品牌竞争力分析	113
四、国际化战略发展战略	113
第十一章 中国休闲食品典型企业分析	115
第一节 百事食品(中国)有限公司	115
一、企业概况	115
二、企业主要经济指标分析	115
三、企业盈利能力分析	116
四、企业偿债能力分析	116
五、企业运营能力分析	117
六、企业成长能力分析	117
第二节 上好佳(中国)有限公司	117
一、企业概况	117

- 二、企业主要经济指标分析 119
- 三、企业盈利能力分析 120
- 四、企业偿债能力分析 120
- 五、企业运营能力分析 121
- 六、企业成长能力分析 121
- 第三节 福建雅客食品有限公司 121
 - 一、企业概况 121
 - 二、企业主要经济指标分析 122
 - 三、企业盈利能力分析 122
 - 四、企业偿债能力分析 123
 - 五、企业运营能力分析 123
 - 六、企业成长能力分析 123
- 第四节 上海天喔食品(集团)有限公司 124
 - 一、企业概况 124
 - 二、企业主要经济指标分析 125
 - 三、企业盈利能力分析 125
 - 四、企业偿债能力分析 126
 - 五、企业运营能力分析 126
 - 六、企业成长能力分析 126
- 第五节 江西旺旺食品有限公司 127
 - 一、企业概况 127
 - 二、企业主要经济指标分析 127
 - 三、企业盈利能力分析 128
 - 四、企业偿债能力分析 128
 - 五、企业运营能力分析 129
 - 六、企业成长能力分析 129
- 第六节 江西金冠食品有限公司 129
 - 一、企业概况 129
 - 二、企业主要经济指标分析 130
 - 三、企业盈利能力分析 130
 - 四、企业偿债能力分析 131
 - 五、企业运营能力分析 131
 - 六、企业成长能力分析 131
- 第七节 成都市新都区冠生园食品有限责任公司 132
 - 一、企业概况 132

二、企业主要经济指标分析	132
三、企业盈利能力分析	133
四、企业偿债能力分析	133
五、企业运营能力分析	134
六、企业成长能力分析	134
第八节 苏州稻香村食品工业有限公司	135
一、企业概况	135
二、企业主要经济指标分析	135
三、企业盈利能力分析	136
四、企业偿债能力分析	136
五、企业运营能力分析	137
六、企业成长能力分析	137
第十二章 2014-2018年中国休闲食品行业发展趋势分析	138
第一节 2014-2018年中国休闲食品行业发展前景分析	138
一、休闲食品前景在于“健康”	138
二、麻辣休闲食品市场前景诱人	139
第二节 2014-2018年中国休闲食品行业发展趋势分析	139
一、休闲食品五大发展趋势	139
二、休闲食品品牌发展趋势	141
第三节 2014-2018年中国休闲食品行业市场预测分析	146
第四节 2014-2018年中国休闲食品市场盈利预测分析	147
第五节 中小食品企业产品迅速做大市场战略分析	147
一、大食品品牌的营销漏洞	147
二、中小食品企业的营销短板	148
三、中小食品企业产品的市场机会分析	148
第十三章 2014-2018年中国休闲食品行业投资前景分析	150
第一节 2012年中国休闲食品投资概况	150
一、中国休闲食品市场投资环境	150
二、中国休闲食品投资价值分析	152
三、中国休闲食品投资策略	152
第二节 2014-2018年中国休闲食品行业投资机会分析	154
一、休闲食品商机凸现	154
二、休闲食品产业投资热点分析	155
三、与休闲食品产业链相关的投资机会分析	155
第三节 2014-2018年中国休闲食品行业投资风险分析	156

一、宏观调控政策风险 156

二、市场竞争风险 156

三、市场运营机制风险 156

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/182978182978.html>