

2016-2022年中国休闲食品市场动向调研及发展前景分析报告

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《2016-2022年中国休闲食品市场动向调研及发展前景分析报告》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/235577235577.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

随着我国国民发展和居民消费水平的提高，人们消费方式日益多元化、休闲化，休闲食品俨然已经成为人们日常食品消费中的新宠。从2004年到2014年，全国休闲食品行业年产值从1931.38亿元，增长到9050.18亿元，10年间净增长7118.80亿元，年均复合增长为16.70%。

2004-2014年间，小品类休闲食品行业获得了快速发展。全行业从2004年的248.18万吨增长到2014年的897.07万吨，净增长648.89万吨，年复合增长率13.71%；全行业产量从2004年的193.58万吨增长到2014年的645.89万吨，净增长452.31万多吨，年复合增长率12.81%；全行业产值从2004年的约540.08亿元增长到2014年的约3875.32亿元，净增长约3335.24亿元，年复合增长率21.78%

随着生活水平的不断提高，消费休闲化已成为市场的主导方向。在很长一段时间里，洋食品站居了主要位置。诸如薯片，巧克力，蛋黄派之类的。而传统食品因其地域口味的差异及营销意识的缺位，只能是盘踞一方，未真正形成消费潮流。随着近十年来民工潮的形成，东西南北中人员的相互交融；饮食习惯也相互融合，相互接纳。这就为各地的风味小吃走向全国创造了先天条件。另一方面，传统食品经过改革开放三十年的沉浮和洗涤，通过一轮轮地洗牌；众多传统休闲食品企业完成了原始积累和自我改造；具备了面向全国，完成品牌塑造和市场布局的实力。在未来的几年，代表这地方风味了休闲食品将是食品领域里的一个新的亮点。其中川渝地区所代表着的麻辣休闲食品，将在作为主力军在国内市场翻江倒海，脱颖而出。

中国报告网发布的《2016-2022年中国休闲食品市场动向调研及发展前景分析报告》首先介绍了休闲食品行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国休闲食品行业背景分析

1.1 休闲食品行业定义及分类

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 休闲食品行业统计标准

1.2.1 休闲食品行业统计部门和统计口径

1.2.2 休闲食品行业统计方法

1.2.3 休闲食品行业数据种类

第二章 2014-2016年中国休闲食品行业发展状况分析

2.1 中国休闲食品行业发展状况分析

2.1.1 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

2.1.2 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

2.1.3 2015年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

2.2 休闲食品行业经济指标分析

2.2.1 行业经济指标分析

2.2.2 不同性质企业经济指标分析

- (1) 国有企业
- (2) 集体企业
- (3) 股份合作企业
- (4) 股份制企业
- (5) 私营企业
- (6) 外商和港澳台投资企业
- (7) 其他性质企业
- (8) 不同性质企业主要经济指标变化情况分析

1) 不同性质企业数量分析

2) 不同性质企业资产规模分析

3) 不同性质企业销售收入分析

4) 不同性质企业利润总额分析

2.3 休闲食品行业供需平衡分析

2.3.1 总体供给情况分析

- (1) 总产值分析
 - (2) 产成品分析
 - 2.3.2 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
 - 2.3.3 总体需求情况分析
 - (1) 销售产值分析
 - (2) 销售收入分析
 - 2.3.4 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
 - 2.3.5 全国休闲食品行业产销率分析
- ### 第三章 中国休闲食品行业进出口分析
- 3.1 休闲食品行业进出口状况综述
 - 3.2 休闲食品行业出口市场分析
 - 3.2.1 2015年行业出口分析
 - 3.2.2 2015年行业出口分析
 - (1) 行业出口整体情况
 - (2) 行业出口产品结构
 - 3.3 休闲食品行业进口市场分析
 - 3.3.1 2015年行业进口分析
 - 3.3.2 2015年行业进口分析
 - (1) 行业进口整体情况
 - (2) 行业进口产品结构
 - 3.4 休闲食品行业进出口前景及建议
 - 3.4.1 休闲食品行业出口前景及建议
 - (1) 休闲食品行业出口不利因素分析
 - 1) 国内食品安全事故
 - 2) 国外食品行业检测标准趋严
 - 3) 整体宏观经济环境不景气
 - (2) 休闲食品行业出口的有利因素分析
 - 1) 政府监管力度加大
 - 2) 企业自身标准提升
 - 3) 经济增长前景预期向好
 - 3.4.2 休闲食品行业进口前景及建议

第四章 中国休闲食品行业市场环境分析

4.1 休闲食品行业经济环境分析

4.1.1 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济整体走势分析
- (2) 2015年上半年各国宏观经济集锦
 - 1) 美国经济保持温和扩张，加息日渐临近
 - 2) 欧洲实现较快复苏，但希腊债务问题成最大不确定因素
 - 3) 日本经济复苏基础仍然脆弱
 - 4) 新兴市场整体面临经济减速与资本流出

(3) 2015年上半年中国经济形势分析

- 1) 一季度我国经济惯性下滑，二季度企稳迹象初显
- 2) 三大需求初步改善显示经济正逐步逼近周期底部
- 3) 物价水平保持低位，通缩压力将逐步减轻
- 4) 货币供应量内生性保持低位

4.1.2 国内宏观经济发展与休闲食品行业的关联性分析

(1) 国内宏观经济主要指标分析

- 1) 国内生产总值状况
- 2) 社会消费品零售总额
- 3) 国内居民收入状况
- 4) GDP增长率与行业产值增长率分析

(2) 社会固定资产投资与行业总资产增长率分析

- 1) 2015年社会固定资产投资情况
- 2) 社会固定资产投资增长率与行业总资产增长率分析

(3) 居民收入水平与行业销售收入增长情况分析

- 1) 2015年居民收入水平情况
- 2) 居民收入增长情况与行业销售收入增长分析

4.1.3 2015年下半年中国经济展望与数据

(1) 艰难转型孕育新的希望，不破不立期待柳暗花明

(2) 二季度与全年各项经济指标

- 1) 预计总需求整体将稳中有升
- 2) 工业生产增速将稳中有升
- 3) 金融业支撑二季度
- 4) 通胀水平将平稳回升，通缩压力有所减小
- 5) 货币增速仍将保持低位，人民币汇率总体稳定，存在小幅贬值空
- 6) 总趋势

- (3) 对行业发展影响
- 4.2 休闲食品行业政策环境分析
 - 4.2.1 行业相关政策
 - 4.2.2 行业发展规划
- 4.3 休闲食品行业贸易环境分析
 - 4.3.1 行业产品贸易环境现状
 - (1) 出口退税政策对休闲食品出口的影响
 - (2) 技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响
 - 1) 食品检验检疫标准提升
 - 2) 食品包装、标签等技术趋严
 - 3) 技术壁垒下企业改进方向
 - (3) 人民币升值对休闲食品出口的影响
 - 1) 人民币升值对行业发展不利影响
 - 2) 人民币升值对行业发展有利影响
 - 4.3.2 行业贸易环境发展趋势
- 4.4 休闲食品行业市场消费环境分析
 - 4.4.1 休闲食品消费特征分析
 - (1) “主食类”休闲食品已融入人们的日常生活
 - (2) 口香糖和干果类食品日渐成为消费主流
 - (3) 果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘
 - 4.4.2 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
 - 4.4.3 休闲食品消费趋势分析
- 第五章 中国焙烤食品行业市场分析
 - 5.1 焙烤食品行业市场发展概述
 - 5.1.1 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
 - 5.1.2 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
- 5.2 膨化食品市场分析
 - 5.2.1 谷物膨化食品市场分析
 - 5.2.2 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
 - 5.2.3 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
 - 5.2.4 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
- 5.3 饼干产品市场分析
 - 5.3.1 饼干产品市场发展情况
 - (1) 生产规模
 - (2) 销售规模
 - 5.3.2 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
 - 5.3.3 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
 - 5.3.4 饼干产品主要消费群体分析
- 5.4 糕点产品市场分析
 - 5.4.1 糕点产品市场发展情况
 - 5.4.2 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

5.4.3 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

5.5 面包产品市场分析

5.5.1 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

5.5.2 面包产品主要品牌竞争情况

(1) 品牌及其影响

1) Bread Talk

2) 好利来

3) 家家知

(2) 商业模式分析

(3) 关键成功因素

5.5.3 面包产品主要消费群体分析

5.6 焙烤食品行业市场需求前景预测

5.6.1 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

5.6.2 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

第六章 中国糖果行业市场分析

6.1 糖果行业市场发展概述

6.1.1 糖果行业市场发展现状

(1) 糖果市场规模

- (2) 糖果市场竞争
- 6.1.2 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
- 6.1.3 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
- 6.2 传统型糖果产品市场分析
 - 6.2.1 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
 - 6.2.2 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
 - 6.2.3 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
 - 6.2.4 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
- 6.3 功能性糖果产品市场分析
 - 6.3.1 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
 - 6.3.2 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
 - 6.3.3 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
- 6.4 胶基糖果(口香糖)产品市场分析
 - 6.4.1 胶基糖果(口香糖)产品市场现状分析
 - 6.4.2 胶基糖果(口香糖)产品主要品牌竞争情况
 - 6.4.3 胶基糖果(口香糖)产品主要消费群体分析
- 6.5 糖果行业市场发展趋势及前景预测
 - 6.5.1 糖果行业市场消费特点及趋势分析
 - 6.5.2 糖果行业市场发展前景预测
- 第七章 中国干果行业市场分析
 - 7.1 干果行业市场发展概述
 - 7.1.1 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
 - 7.1.2 干果行业市场价格走势分析
 - 7.1.3 干果行业主要品牌竞争情况
 - 7.1.4 干果行业主要消费群体分析
 - 7.2 干果行业细分产品市场分析
 - 7.2.1 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

7.2.2 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) 2015年花生价格走势分析

(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) 2015年花生供给市场展望

(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

7.2.3 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

7.2.4 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

7.2.5 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

7.3 特色干果市场需求分析

7.3.1 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

7.3.2 山东花生市场分析

7.4 干果行业市场需求前景预测

7.4.1 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

7.4.2 干果行业市场发展前景预测

第八章 中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析

8.1 果冻行业市场分析

8.1.1 果冻产品市场发展现状

8.1.2 果冻产品主要品牌竞争情况

8.1.3 果冻产品主要消费群体分析

8.1.4 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

8.2 果脯蜜饯行业市场分析

8.2.1 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

8.2.2 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

8.2.3 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

8.2.4 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

8.2.5 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

第九章 中国熟食行业市场分析

9.1 熟食行业市场发展状况分析

9.1.1 熟食行业市场发展现状分析

9.1.2 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

9.2 熟食连锁经营市场状况分析

9.2.1 熟食连锁经营市场发展整体情况

9.2.2 熟食连锁经营市场规模分析

9.2.3 熟食连锁经营市场竞争格局分析

9.3 地区特色熟食产业发展状况分析

9.3.1 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

9.3.2 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

9.3.3 新疆牛肉干产品市场分析

9.3.4 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

9.3.5 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

9.4 熟食行业市场发展趋势及前景预测

9.4.1 熟食行业市场消费特点及趋势分析

9.4.2 熟食行业市场发展前景预测

第十章 中国休闲食品行业市场营销策略及渠道分析

10.1 休闲食品传统销售渠道分析

10.1.1 休闲食品销售渠道模式分析

- (1) 独立包装的休闲食品销售渠道
- (2) 散装食品销售渠道
- (3) 土特产类销售渠道
- (4) 渠道发展方向

10.1.2 休闲食品销售渠道概述

- (1) 商超渠道
 - 1) 超市自营现场加工
 - 2) 外包联营形式
 - 3) 休闲食品成品外采
- (2) 批发渠道
- (3) 零售网点
- (4) 专卖店渠道
- (5) 网络渠道

10.1.3 休闲食品专卖店渠道分析

- (1) 休闲食品专卖店
 - 1) 休闲食品专卖店渠道发展情况
 - 2) 休闲食品专卖店渠道特点及趋势
- (2) 土特产专卖店
 - 1) 土特产专卖店渠道发展情况
 - 2) 土特产专卖店产品种类
 - 3) 土特产专卖店产品价格定位
- (3) 休闲食品专卖店营销案例分析
 - 1) 久久丫休闲食品专卖店
 - 2) 周黑鸭休闲食品专卖店
 - 3) 来伊份休闲食品专卖店
 - 4) 良品铺子休闲食品专卖店

10.2 休闲食品互联网销售渠道竞争策略

10.2.1 网络渠道发展情况

10.2.2 网络渠道营销方式分析

- (1) 直接方法
 - 1) B2B平台
 - 2) B2C、C2C平台
 - 3) N2C平台
 - 4) M2C平台

(2) 间接方法

1) 微博营销

2) 微信营销

(3) 网络渠道特点及趋势

1) 休闲食品销售渠道特点

2) 休闲食品销售渠道建设策略

(4) 网络零售市场高速发展的关键因素

1) 政策驱动

2) 资本支撑

3) 消费拉动

10.2.3 互联网发展现状及带来的变革

(1) 互联网发展势不可挡

1) 互联网普及应用增长迅猛

2) 网络购物市场蓬勃发展

3) 移动互联网呈爆发式增长

(2) 互联网发展带来巨大变革

1) 催生新兴行业

2) 颠覆传统行业

10.2.4 互联网对休闲食品行业的冲击与挑战

(1) 互联网对休闲食品行业的影响层面

1) 改变了消费者的消费习惯

2) 打破了信息的不对称性格局

3) 大数据推动资源利用最大化

(2) 互联网对休闲食品行业带来的冲击

1) 对线下分流，线下客流下滑

2) 对实体店带来冲击

(3) 互联网对传统休闲食品行业的颠覆与重构

1) 休闲食品行业供应链及价值链面临重构

2) 原有格局被打破，传统品牌需创新迎变

3) 由传统产品驱动向用户驱动转变

10.2.5 互联网思维下传统休闲食品企业转型突围策略

(1) 休闲食品企业电商切入模式及运营建议

1) 休闲食品企业电商切入模式

2) 运营建议

(2) 休闲食品企业O2O战略布局及实施运营

- 1) 休闲食品企业O2O战略布局的核心
 - 2) 休闲食品企业O2O战略布局及实施运营
 - (3) 休闲食品企业互联网营销推广方式及思路
 - (4) 休闲食品企业如何实现数据化运营与管理
 - 1) 数据基础平台层
 - 2) 业务运营监控层
 - 3) 用户洞察/体验优化层
 - 4) 精细化运营和营销层
 - 5) 业务市场传播层
 - 6) 业务经营分析层和战略分析层
 - (5) 传统休闲食品企业互联网转型优秀案例研究
 - 1) 案例一：周黑鸭通过支付宝积累粉丝
 - 2) 案例二：涪陵榨菜互联网转型
 - 3) 案例三：三只松鼠互联网文化
 - 4) 案例四：良品铺子融合B2C和O2O模式
- ### 10.3 休闲食品品牌营销策略分析
- #### 10.3.1 休闲食品品牌现状分析
- #### 10.3.2 休闲食品主要品牌营销策略 - (1) 单一品牌策略 - (2) 多种品牌策略 - (3) 品牌策略选择
- #### 10.3.3 地方特色休闲食品品牌策略 - (1) 地方特色休闲食品品牌营销问题 - (2) 地方特色休闲食品品牌策略分析 - 1) 先建品牌才能区隔竞争对手 - 2) 先建品牌才能做大产品销量 - 3) 先建品牌才能提高产品的利润空间 - 4) 产品包装特色化、时尚化、国际化 - 5) 做成全国性知名品牌的六大营销要素
- #### 10.3.4 休闲食品品牌发展战略 - (1) 立足品牌塑造 - (2) 实现品牌健康诉求 - (3) 挖掘品牌文化内涵 - (4) 形成品牌鲜明差异
- #### 10.3.5 休闲食品品牌发展趋势

- (1) 倡导产品创新思维理念
- (2) 重视体验式营销和文化营销
- (3) 以产品品牌带动企业品牌形象
- (4) 重视公关价值和社会效应
- 10.3.6 休闲食品品牌策略案例分析
 - (1) 好丽友品牌策略案例分析
 - 1) 情感营销
 - 2) 选择与集中
 - 3) 步步为盈
 - (2) 喜之郎品牌策略案例分析
 - 1) 喜之郎品牌战略选择
 - 2) 强化产品与品牌联系
 - 3) 品牌营销战略的调整
- 10.4 休闲食品包装营销策略分析
 - 10.4.1 食品包装设计特点分析
 - (1) 儿童食品包装设计特点
 - (2) 青年人休闲食品包装设计特点
 - 1) 量上不同
 - 2) 涉及的风格不同
 - 3) 消费对象多侧重于女性
 - (3) 旅游休闲食品包装设计特点
 - (4) 老年人食品包装设计特点
 - 10.4.2 休闲食品礼品包装分析
 - (1) 礼品包装的功能
 - (2) 礼品包装的种类
 - (3) 礼品包装推出的周期
 - (4) 礼品包装设计的特点
 - 1) 注重设计的文化性
 - 2) 礼品包装材料的自然性
 - (5) 礼品包装的发展趋势
- 10.5 休闲食品广告营销策略分析
 - 10.5.1 休闲食品广告投放现状分析
 - 10.5.2 休闲食品营销广告媒体种类分析
 - 10.5.3 休闲食品行业广告营销案例分析
 - (1) 达利食品广告营销案例分析

1) 达利品牌推广原则

2) 达利品牌战略选择

3) 达利广告营销成功源于

(2) 雅客广告营销案例分析

1) 雅客广告营销机构的选择

2) 雅客广告的营销策略

3) 雅客品牌代言人

4) 品牌市场推广的成功

10.6 休闲食品节日营销策略分析

10.6.1 节日营销的概念

10.6.2 节日的消费特点

(1) 长假消费特点

(2) 短期节日消费特点

10.6.3 节日营销的要点

(1) 明确目标

(2) 突出促销主题

(3) 关注促销形式

(4) 产品卖点节日化

(5) 促销方案要科学

10.6.4 休闲食品春节营销策略分析

(1) 春节休闲食品市场需求分析

1) 春节糖果市场需求及增长情况分析

2) 春节饼干市场需求及增长情况分析

3) 春节干果市场需求及增长情况分析

4) 春节果脯蜜饯市场需求及增长情况分析

(2) 春节休闲食品营销策略

1) 文化营销

2) 互动营销

3) 展会营销

第十一章 中国休闲食品行业企业竞争力分析

11.1 国际休闲食品企业在华竞争力分析

11.1.1 国际企业在华竞争力分析

11.1.2 典型企业在营状况——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

11.2 中国休闲食品企业竞争力分析

11.2.1 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

11.2.2 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

11.2.3 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

11.2.4 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

11.2.5 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

11.3 中国休闲食品企业发展趋势分析

11.3.1 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

11.3.2 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

第十二章中国休闲食品行业主要企业生产经营分析

12.1 焙烤食品行业领先企业个案分析

12.1.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标

2) 盈利能力

3) 运营能力

4) 偿债能力

5) 发展能力

(5) 企业经营状况优劣势分析

12.1.2 上好佳(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

12.1.3 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

12.1.4 百事食品(中国)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

12.1.5 好丽友食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综合信息情况

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

12.1.6 福建福马食品集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综合信息情况

(3) 企业产品结构分析

- (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 12.1.7 福建达利食品集团有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业生产能力分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业研发情况分析
 - (6) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (7) 企业经营状况优劣势分析
 - (8) 企业最新发展动态
- 12.1.8 乐天(中国)食品有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营范畴情况
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 12.1.9 福建省晋江福源食品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析
- 12.1.10 天津顶园食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (5) 企业优势与劣势分析
- 12.1.11 上海江崎格力高食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- 12.1.12 通用磨坊食品(南京)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业主营业务与产品
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- 12.1.13 上海克莉丝汀食品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 12.1.14 广东嘉士利食品集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业主营业务与产品
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 12.2 糖果行业领先企业个案分析
 - 12.2.1 箭牌糖果(中国)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

12.2.2 玛氏食品（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营领域分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营情况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

12.2.3 东莞徐记食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综合信息情况

(3) 企业行销概况分析

(4) 企业产品结构分析

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业研发能力分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新发展动态分析

12.2.4 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业生产能力分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营情况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

12.3 干果行业领先企业个案分析

12.3.1 合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综合信息情况

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营情况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

12.3.2 青岛东生集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综合信息情况

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营情况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

12.3.3 日照华赛食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营情况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

12.3.4 天喔食品(集团)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织结构

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营情况分析

1) 产销能力分析

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

(6) 企业经营状况优劣势分析

12.4 果冻、果脯蜜饯及熟食行业领先企业个案分析

12.4.1 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业生产能力分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

12.4.2 蜡笔小新(福建)食品工业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况分析

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

12.4.3 福建东方食品集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业生产能力分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

12.4.4 广东佳宝集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况分析

1) 企业产销能力分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

12.4.5 山东鼎力枣业食品集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业生产能力分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业科研实力分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

图表目录

图表 1：休闲食品从产品属性分类

图表 2：2010-2015年休闲食品行业销售收入及占GDP比重（单位：亿元，%）

图表 3：我国统计上大中小微型企业划分标准（工业*类）（单位：人，万元）

图表 4：中国企业的市场主体分类

图表 5：中国不同所有制性质企业的划分

图表 6：中国休闲食品行业所处发展阶段

图表 7：中国休闲食品行业市场特征

图表 8：2014-2016年休闲食品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表 9：2014-2016年中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）

图表 10：2014-2016年中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）

图表 11：2014-2016年中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表 12：2014-2016年中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）

图表 13：2014-2016年休闲食品行业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表 14：2014-2016年国有休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表 15：2014-2016年集体休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表 16：2014-2016年股份合作休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表 17：2014-2016年股份制休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家，）

图表 18：2014-2016年私营休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表

19：2014-2016年外商和港澳台投资休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表 20：2014-2016年其他性质休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，家）

图表 21：2012-2015年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表 22：2012-2015年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 23：2012-2015年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表 24：2012-2015年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 25：2007-2015年休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表 26：2010-2015年休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表 27：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

- 图表 28：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 29：2014-2016年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 30：2015年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 31：2008-2015年休闲食品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
- 图表 32：2010-2015休闲食品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
- 图表 33：销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 34：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 35：2014-2016年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
- 图表 36：2015年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
- 图表 37：2008-2015年全国休闲食品行业产销率变化趋势图（单位：%）
- 图表 38：2015-2015年中国休闲食品行业进出口状况表（单位：万美元）
- 图表 39：2015-2015年中国休闲食品行业进出口图（单位：亿元）
- 图表 40：2015年1-5月中国休闲食品行业按金额前十位出口产品（单位：吨，万美元）
- 图表 41：2015年1-5月休闲食品行业出口产品结构（单位：%）
- 图表 42：2015年中国休闲食品行业出口产品（单位：吨，万美元）
- 图表 43：2015年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）
- 图表 44：2015年1-5月中国休闲食品行业按金额前十大进口产品（单位：吨，万美元）
- 图表 45：2015年1-5月休闲食品行业进口产品结构（单位：%）
- 图表 46：2015年中国休闲食品行业进口产品（单位：吨，万美元）
- 图表 47：2015年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）
- 图表 48：2007-2017年世界经济增长情况及预测（单位：%）
- 图表 49：2015年上半年美国宏观经济形势
- 图表 50：2015年上半年欧洲宏观经济形势
- 图表 51：2015年上半年日本宏观经济形势
- 图表 52：2015年上半年中国宏观经济形势
- 图表 53：2015年上半年我国三大需求趋势
- 图表 54：2015年上半年我国物价水平趋势
- 图表 55：2015年上半年我国货币供应量趋势
- 图表 56：2010-2015年我国GDP及增速（单位：亿元，%）
- 图表 57：2010-2015年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元）
- 图表 58：2015-2015年我国社会消费品零售总额分月增长情况（单位：%）
- 图表 59：2008-2015年我国城镇居民人均可支配收入（单位：元）
- 图表 60：2008-2015年我国农村居民人均纯收入（单位：元）
- 图表 61：2007-2015年中国GDP情况以及休闲食品产值增长情况（单位：%）
- 图表 62：2010-2015年社会固定资产投资情况（单位：亿元）

图表 63：2007-2015年全社会固定资产投资增长与行业总资产增长情况（单位：%）

图表

64：2007-2015年居民收入增长情况与休闲食品行业销售收入增长率比较图（单位：%）

图表 65：2015年下半年中国经济展望

图表 66：2015年下半年总需求预测

图表 67：2014-2016年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表 68：中国休闲食品行业相关政策

图表 69：中国休闲食品行业发展规划

图表 70：中国休闲食品贸易环境发展趋势

图表 71：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况（单位：%）

图表 72：中国休闲食品消费趋势分析

图表 73：2014-2016年中国烘焙食品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表 74：2014-2016年中国烘焙食品行业盈利能力分析（单位：%）

图表 75：2014-2016年中国烘焙食品行业运营能力分析（单位：次）

图表 76：2014-2016年中国烘焙食品行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 77：2014-2016年中国烘焙食品行业发展能力分析（单位：%）

图表 78：膨化食品品牌渗透率男女差别（单位：%）

图表 79：膨化食品品牌渗透率婚姻状况差别（单位：%）

图表 80：2008-2015年中国饼干产量走势图（单位：万吨）

图表 81：2010-2015年我国饼干销售收入变化情况（单位：亿元，%）

图表 82：2014-2016年饼干产品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表 83：2014-2016年中国饼干产品行业盈利能力分析（单位：%）

图表 84：2014-2016年中国饼干产品行业运营能力分析（单位：次）

图表 85：2014-2016年中国饼干产品行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 86：2014-2016年中国饼干产品行业发展能力分析（单位：%）

图表 87：中国糕点产品市场发展特点分析

图表 88：Bread Talk商业模式分析

图表 89：2008-2015年我国糖果市场规模及增长速度（单位：亿元，%）

图表 90：国内主要糖果品牌及产品种类

图表 91：2014-2016年糖果行业经营效益分析（单位：家，万元，%）

图表 92：2014-2016年中国糖果行业盈利能力分析（单位：%）

图表 93：2014-2016年中国糖果行业运营能力分析（单位：次）

图表 94：2014-2016年中国糖果行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 95：2014-2016年中国糖果行业发展能力分析（单位：%）

图表 96：2008-2015年中国明胶行业市场规模（单位：吨）

图表 97：2008-2015年中国糖果产量及同比增长情况（单位：万吨，%）

图表 98：2015年开心果批发价格（单位：元）

图表 99：我国瓜子产品品牌提名率（单位：%）

图表 100：我国瓜子产品种类消费率（单位：%）

图表 101：消费者最喜欢的瓜子口味占比（单位：%）

图表 102：消费者购买瓜子主要关注的因素分析（单位：%）

图表 103：1949-2015年我国花生种植面积（单位：千公顷）

图表 104：1949-2015年我国花生产量（单位：万吨）

图表 105：2012-2015年我国花生主产区产量（单位：千吨）

图表 106：1949-2015年我国花生单产（单位：千克/公顷）

图表 107：2015年我国花生仁价格走势（单位：元/吨）

图表 108：1978年以来我国核桃产量（单位：吨）

图表 109：2015年4-7月我国核桃价格走势（单位：元/斤）

图表 110：2008-2015年我国开心果产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表 111：2008-2015年我国开心果需求量及增长情况（单位：万吨，%）

图表 112：消费者喜欢干果口味分析（单位：%）

图表 113：消费者喜欢干果包装分析（单位：%）

图表 114：消费者购买干果关注的主要因素分析（单位：%）

图表 115：干果产品满足消费者哪方面需求分析（单位：%）

图表 116：主要果冻产品品牌市场占有份额分析（单位：%）

图表 117：2007-2015年我国苹果产量及变化趋势图（单位：万吨、%）

图表 118：2014-2016年我国苹果各月出口金额（单位：万美元，吨）

图表 119：2014-2016年各月苹果出口平均单价走势（单位：美元/吨）

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/235577235577.html>