

2016-2022年中国干果坚果产业竞争态势与投资定位分析报告

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年中国干果坚果产业竞争态势与投资定位分析报告》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/237332237332.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《2016-2022年中国干果坚果产业竞争态势与投资定位分析报告》首先介绍了干果坚果行业市场相关概念、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。

第一章 干果坚果行业发展综述 1

1.1 干果坚果行业定义及分类 1

1.1.1 行业概念及定义1

1.1.2 行业主要产品分类 1

1.1.3 行业在国民经济中的地位2

1.1.4 行业发展特征 2

(1) 快速消费品行业 2

(2) 质量安全关注行业 2

(3) 原材料依赖型产业 2

(4) 规模经济的典型特征 3

1.2 干果坚果行业统计标准3

1.2.1 行业统计部门和统计口径3

1.2.2 行业主要统计方法介绍 4

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍 4

1.3 干果坚果行业产业链分析 4

1.3.1 行业产业链简介4

1.3.2 行业下游产业链相关行业分析4

1.3.3 行业产业链上游相关行业分析5

第二章 干果坚果行业市场环境分析 6

2.1 干果坚果行业经济环境分析6

2.1.1 国际宏观经济环境分析 6

2.1.2 国内宏观经济环境分析 11

2.1.3 行业宏观经济环境分析 18

2.2 干果坚果行业贸易环境分析19

2.2.1 行业贸易环境发展现状 19

2.2.2 行业贸易环境发展趋势 20

2.3 干果坚果行业融资环境分析20

2.3.1 主要货币数据分析 20

2.3.2 货币政策未来走向	21
2.4 干果坚果行业政策环境分析	24
2.4.1 行业相关政策动向	24
2.4.2 行业相关发展规划	24
2.5 干果坚果行业社会环境分析	26
2.5.1 产业社会环境	26
2.5.2 社会环境对行业的影响	30
第三章 2013-2015年食品行业发展分析	31
3.1 中国食品行业发展综合状况	31
3.1.1 中国食品行业发展总析	31
3.1.2 国内食品工业发展的突出特点	35
3.1.3 中国食品产业发展面临新形势	35
3.1.4 我国食品工业区域结构得到改善	36
3.2 2013-2015年中国食品行业发展分析	36
3.2.1 2013年中国食品工业经济运行状况	36
3.2.2 2014年我国食品工业经济运行状况	42
3.2.3 2015年我国食品工业运行分析	43
3.3 2013-2015年中国食品行业信息化发展分析	44
3.3.1 中国食品行业信息化总体状况	44
3.3.2 我国食品行业信息化需求特点	45
3.3.3 中国食品行业信息化发展不平衡	46
3.3.4 PLM在食品业信息化中的应用探析	47
3.4 我国食品行业发展思路	50
3.4.1 食品工业发展的建议	50
3.4.2 食品行业发展的政策措施	52
3.4.3 食品工业发展基本思路与方向	52
3.4.4 中国食品工业的发展战略分析	57
3.4.5 中国食品行业诚信体系建设的建议	57
3.4.6 中小食品企业经营创新思路	58
第四章 2012-2015年休闲食品行业发展分析	60
4.1 中国休闲食品行业发展状况分析	60
4.1.1 中国休闲食品行业发展总体概况	60
(1) 休闲食品行业的发展规模	60
(2) 休闲食品行业市场现状	61
(3) 休闲食品行业的消费群体	61

- (4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势 61
- 4.1.2 中国休闲食品行业发展主要特点 64
 - (1) 竞争激烈——品牌是关键 64
 - (2) 生产趋于专业化和标准化 64
 - (3) 中高端市场成为争夺焦点 64
 - (4) 行业同质化现象严重 65
- 4.2 休闲食品行业经济指标分析66
 - 4.2.1 行业经济指标分析 66
 - 4.2.2 不同性质企业经济指标分析 66
- 第五章 中国干果坚果行业发展现状分析 67
 - 5.1 中国干果坚果行业发展状况分析67
 - 5.1.1 中国干果坚果行业发展阶段 67
 - 5.1.2 中国干果坚果行业发展总体概况 67
 - 5.1.3 中国干果坚果行业发展特点分析 68
 - 5.1.4 中国干果坚果行业商业模式分析 68
 - 5.2 干果坚果行业发展现状71
 - 5.2.1 2013-2015年中国干果坚果行业市场规模 71
 - 5.2.2 2013-2015年中国干果坚果行业发展分析 71
 - 5.2.3 2013-2015年中国干果坚果企业发展分析 72
 - 5.3 干果坚果市场情况分析73
 - 5.3.1 中国干果坚果市场总体概况 73
 - 5.3.2 中国干果坚果产品市场发展分析 73
 - 5.4 中国干果坚果市场价格走势分析73
 - 5.4.1 干果坚果市场定价机制组成 73
 - 5.4.2 干果坚果市场价格影响因素 74
 - 5.4.3 干果坚果产品价格走势分析 74
 - 5.4.4 2016-2022年干果坚果产品价格走势预测 75
- 第六章 中国干果坚果市场供需形势分析 77
 - 6.1 干果坚果行业生产分析77
 - 6.1.1 产品及原材料进口、自有比例77
 - 6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布 77
 - 6.2 中国干果坚果行业供需分析78
 - 6.2.1 2013-2015年中国干果坚果行业供给情况 78
 - (1) 中国干果坚果产量分析 78
 - (2) 中国干果坚果总产值分析 79

6.2.2 2013-2015年中国干果坚果行业需求情况	80
(1) 中国干果坚果销售产值分析	80
(2) 中国干果坚果销售收入分析	80
6.2.3 2013-2015年中国干果坚果行业供需平衡分析	81
6.3 干果坚果产品市场应用及需求预测	81
6.3.1 干果坚果产品应用市场总体需求分析	81
6.3.2 干果坚果产品应用市场需求总规模	82
第七章 干果坚果进出口结构及面临的机遇与挑战	83
7.1 干果坚果行业进出口市场分析	83
7.1.1 干果坚果行业进出口综述	83
(1) 中国干果坚果进出口的特点分析	83
(2) 中国干果坚果进出口政策与国际化经营	83
7.1.2 干果坚果行业出口市场分析	84
7.1.3 干果坚果行业进口市场分析	84
7.2 中国干果坚果出口面临的挑战及对策	85
7.2.1 中国干果坚果出口面临的挑战	85
7.2.2 中国干果坚果行业未来出口展望	85
7.2.3 中国干果坚果产品出口对策	85
第八章 干果坚果行业区域市场分析	87
8.1 华南地区市场分析	87
8.1.1 广东干果坚果市场分析	87
(1) 广东干果坚果市场销售情况	87
(2) 广东干果坚果市场价格监测	87
(3) 广东干果坚果市场竞争分析	87
(4) 广东干果坚果市场发展前景	88
8.1.2 广西干果坚果市场分析	89
(1) 广西干果坚果市场销售情况	89
(2) 广西干果坚果市场价格监测	89
(3) 广西干果坚果市场竞争分析	89
(4) 广西干果坚果市场发展前景	90
8.1.3 海南干果坚果市场分析	91
(1) 海南干果坚果市场销售情况	91
(2) 海南干果坚果市场价格监测	91
(3) 海南干果坚果市场竞争分析	91
(4) 海南干果坚果市场发展前景	92

8.2 华东地区市场分析93

8.2.1 上海市干果坚果市场分析93

- (1) 上海市干果坚果市场销售情况 93
- (2) 上海市干果坚果市场价格监测 93
- (3) 上海市干果坚果市场竞争分析 93

8.2.2 江苏省干果坚果市场分析94

- (1) 江苏省干果坚果市场销售情况 94
- (2) 江苏省干果坚果市场价格监测 95
- (3) 江苏省干果坚果市场竞争分析 95
- (4) 江苏省干果坚果市场发展前景 95

8.2.3 浙江省干果坚果市场分析96

- (1) 浙江省干果坚果市场销售情况 96
- (2) 浙江省干果坚果市场价格监测 96
- (3) 浙江省干果坚果市场竞争分析 96
- (4) 浙江省干果坚果市场发展前景 97

8.2.4 山东省干果坚果市场分析97

- (1) 山东省干果坚果市场销售情况 97
- (2) 山东省干果坚果市场价格监测 97
- (3) 山东省干果坚果市场竞争分析 98
- (4) 山东省干果坚果市场发展前景 98

8.3 西南地区市场分析99

8.3.1 四川省干果坚果市场分析99

8.3.2 贵州省干果坚果市场分析100

8.3.3 云南省干果坚果市场分析101

第九章 中国干果坚果上游供应市场分析106

9.1 干果坚果行业原料市场——板栗106

9.1.1 原料市场——产量规模分析 106

9.1.2 原料市场——价格走势分析 106

9.1.3 原料市场——市场趋势分析 107

9.2 干果坚果行业原料市场——核桃107

9.2.1 原料市场——产量规模分析 107

9.2.2 原料市场——价格走势分析 109

9.2.3 原料市场——市场趋势分析 109

9.3 干果坚果行业原料市场——腰果110

9.3.1 原料市场——产量规模分析 110

9.3.2	原料市场——价格走势分析	110
9.3.3	原料市场——市场趋势分析	110
第十章 中国干果坚果行业细分产品分析112		
10.1	干果坚果行业细分产品——榛子	112
10.1.1	细分产品——应用特点分析	112
10.1.2	细分产品——应用案例分析	112
10.1.6	细分产品——应用前景预测	113
10.2	干果坚果行业细分产品——糖果	113
10.2.1	细分产品——应用特点分析	113
10.2.2	细分产品——生产工艺流程	114
10.2.3	细分产品——注意问题分析	117
第十一章 中国干果坚果行业下游市场分析119		
11.1	干果坚果行业下游消费者——按性别分析	119
11.1.1	消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	119
11.1.2	男性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	119
11.1.3	女性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	120
11.1.4	不同性别消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	120
11.2	干果坚果行业下游市场——按年龄分析	121
11.2.1	16-20岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	121
11.2.2	21-25岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	122
11.2.3	26-30岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	122
11.2.4	不同年龄消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	123
第十二章 干果坚果行业发展前景分析预测124		
12.1	2016-2022年干果坚果市场发展前景	124
12.1.1	2016-2022年干果坚果市场发展潜力	124
12.1.2	2016-2022年干果坚果市场发展前景展望	124
12.1.3	2016-2022年干果坚果食品行业发展前景分析	124
12.2	2016-2022年中国干果坚果行业供需预测	126
12.2.1	2016-2022年中国干果坚果行业供给预测	126
12.2.2	2016-2022年中国干果坚果行业产量预测	127
12.2.3	2016-2022年中国干果坚果市场销量预测	128
12.2.4	2016-2022年中国干果坚果行业需求预测	129
第十三章 干果坚果行业投资价值分析评估130		
13.1	干果坚果行业投资特性分析	130
13.1.1	干果坚果行业进入壁垒分析	130

- 13.1.2 干果坚果行业盈利模式分析 131
- 13.1.3 干果坚果行业盈利因素分析 132
- 13.2 2016-2022年干果坚果行业发展的影响因素 132
 - 13.2.1 有利因素 132
 - 13.2.2 不利因素 133
- 13.3 2016-2022年干果坚果行业投资价值评估分析133
 - 13.3.1 行业投资效益分析 133
 - 13.3.2 投资回报率比较高的投资方向 134
 - 13.3.3 新进入者应注意的障碍因素 134
- 第十四章 干果坚果行业投资机会与风险防范136
 - 14.1 干果坚果行业投融资情况 136
 - 14.1.1 行业资金渠道分析 136
 - 14.1.2 固定资产投资分析 136
 - 14.1.3 兼并重组情况分析 138
 - 14.1.4 干果坚果行业投资现状分析 139
 - 14.2 2016-2022年干果坚果行业投资机会139
 - 14.2.1 产业链投资机会 139
 - 14.2.2 细分市场投资机会 140
 - 14.2.3 重点区域投资机会 141
 - 14.2.4 干果坚果行业投资机遇 141
 - 14.3 2016-2022年干果坚果行业投资风险及防范 142
 - 14.3.1 政策风险及防范 142
 - 14.3.2 技术风险及防范 143
 - 14.3.3 供求风险及防范 145
 - 14.3.4 宏观经济波动风险及防范 145
 - 14.3.5 产品结构风险及防范 146
 - 14.3.6 其他风险及防范 147
 - 14.4 中国干果坚果行业投资建议 147
 - 14.4.1 干果坚果行业未来发展方向 147
 - 14.4.2 专家投资建议 148
- 第十五章 干果坚果行业重点企业经营分析151
 - 15.1 干果坚果企业发展总体状况分析 151
 - 15.1.1 干果坚果企业规模分析 151
 - 15.1.2 干果坚果行业销售收入分析 152
 - 15.1.3 干果坚果行业销售利润分析 153

15.2 干果坚果行业领先企业个案分析 153

15.2.1 佛山南兴果仁制品有限公司（天虹品牌）经营情况分析 153

- (1) 企业发展简况分析 153
- (2) 主要经济指标分析 153
- (3) 企业盈利能力分析 154
- (4) 企业运营能力分析 154
- (5) 企业偿债能力分析 155
- (6) 企业发展能力分析 156
- (7) 企业产品结构及新产品动向 156
- (8) 企业销售渠道与网络 157
- (9) 企业经营状况优劣势分析 158
- (10) 企业投资兼并与重组分析 159
- (11) 企业最新发展动向分析 159

15.2.2 广州市粒上皇干果连锁公司（粒上皇品牌）经营情况分析159

- (1) 企业发展简况分析 159
- (2) 主要经济指标分析 159
- (3) 企业盈利能力分析 159
- (4) 企业运营能力分析 160
- (5) 企业偿债能力分析 161
- (6) 企业发展能力分析 162
- (7) 企业产品结构及新产品动向 162
- (8) 企业销售渠道与网络 162
- (9) 企业经营状况优劣势分析 162
- (10) 企业投资兼并与重组分析 162
- (11) 企业最新发展动向分析 163

15.2.3 湖北良品铺子食品有限公司（良品铺子品牌）经营情况分析163

- (1) 企业发展简况分析 163
- (2) 主要经济指标分析 163
- (3) 企业盈利能力分析 164
- (4) 企业运营能力分析 164
- (5) 企业偿债能力分析 165
- (6) 企业发展能力分析 166
- (7) 企业产品结构及新产品动向 167
- (8) 企业销售渠道与网络 167
- (9) 企业经营状况优劣势分析 167

- (10) 企业投资兼并与重组分析 167
- (11) 企业最新发展动向分析 167
- 15.2.4 上海来伊份股份有限公司（来伊份品牌）经营情况分析 167
 - (1) 企业发展简况分析 168
 - (2) 主要经济指标分析 168
 - (3) 企业盈利能力分析 168
 - (4) 企业运营能力分析 169
 - (5) 企业偿债能力分析 170
 - (6) 企业发展能力分析 171
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 171
 - (8) 企业销售渠道与网络 171
 - (9) 企业发展战略分析 171
 - (10) 企业经营状况优劣势分析 172
 - (11) 企业投资兼并与重组分析 172
 - (12) 企业最新发展动向分析 172
- 15.2.5 安徽三只松鼠电子商务有限公司（三只松鼠品牌）经营情况分析 172
 - (1) 企业发展简况分析 172
 - (2) 企业产销能力分析 173
 - (3) 企业盈利能力分析 174
 - (4) 企业运营能力分析 175
 - (5) 企业偿债能力分析 176
 - (6) 企业发展能力分析 177
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 177
 - (8) 企业销售渠道与网络 178
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 178
 - (10) 企业最新发展动向分析 179
- 15.2.6 乌鲁木齐市西域华新网络有限公司（西域美农品牌）经营情况分析 179
 - (1) 企业发展简况分析 179
 - (2) 企业产销能力分析 179
 - (3) 企业盈利能力分析 180
 - (4) 企业运营能力分析 180
 - (5) 企业偿债能力分析 181
 - (6) 企业发展能力分析 182
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 183
 - (8) 企业销售渠道与网络 183

15.2.7 新农哥食品有限公司（新农哥品牌）经营情况分析 183

- (1) 企业发展简况分析 183
- (2) 企业产销能力分析 184
- (3) 企业盈利能力分析 184
- (4) 企业运营能力分析 185
- (5) 企业偿债能力分析 186
- (6) 企业发展能力分析 187
- (7) 企业产品结构及新产品动向 187
- (8) 企业销售渠道与网络 187

第十六章 干果坚果市场营销策略分析188

16.1 食品工业营销状况 188

16.1.1 现代食品营销特点 188

16.1.2 食品行业看好网络营销 189

16.1.3 食品企业开展网络营销的四大策略 190

16.1.4 高端食品的成功营销之道 191

16.1.5 中国食品行业的公益营销火热 192

16.1.6 食品企业营销主打健康牌 193

16.2 绿色食品营销 194

16.2.1 我国绿色食品营销环境分析 194

16.2.2 我国绿色食品市场营销的现状 196

16.2.3 绿色食品营销渠道定位与选择 198

16.2.4 构建绿色食品营销渠道的对策 200

16.2.5 绿色食品市场营销建议 202

16.2.6 绿色食品营销需要实施品牌战略 204

16.2.7 绿色食品的“绿色营销”策略 205

16.3 中国干果坚果营销渠道分析 206

16.3.1 干果坚果销售额结构分析 206

16.3.2 主要销售渠道 207

16.4 中国干果坚果消费人群分析 207

16.5 中国干果坚果营销策略分析 208

16.5.1 市场细分分析 208

16.5.2 市场定位分析 209

16.5.3 产品策略分析 209

16.5.4 价格策略分析 209

16.5.5 渠道策略分析 209

16.5.6 促销策略分析 210

第十七章 干果坚果企业发展策略分析211

17.1 干果坚果行业面临的困境 211

17.1.1 干果坚果行业发展需要关注的突出问题 211

17.1.2 中国干果坚果工业的薄弱环节 211

17.1.3 干果坚果工业面临的挑战 211

17.2 干果坚果企业面临的困境及对策 212

17.2.1 重点干果坚果企业面临的困境及对策 212

17.2.2 中小干果坚果企业发展困境及策略分析 213

(1) 中小干果坚果企业面临的困境 213

(2) 中小干果坚果企业对策探讨 213

17.3 中国干果坚果行业存在的问题及对策 214

17.3.1 中国干果坚果行业存在的问题 214

(1) 中国干果坚果面临成长困境 214

(2) 中国干果坚果需要强势品牌 215

17.3.2 干果坚果行业发展的建议对策 216

(1) 把握国家投资的契机 216

(2) 竞争性战略联盟的实施 217

(3) 企业自身应对策略 217

17.3.3 市场的重点客户战略实施 218

(1) 实施重点客户战略的必要性 218

(2) 合理确立重点客户 220

(3) 重点客户战略管理 220

(4) 重点客户管理功能 221

第十八章 干果坚果行业研究结论及建议 224

18.1 报告研究结论 224

18.2 专家投资建议 224

图表目录

图表：2015年七国集团GDP增长率6

图表：2015年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率7

图表：2015年全球及主要经济体制造业和服务业PMI 8

图表：2015年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数 9

图表：2013-2015年GDP增长速度分析 12

图表：2013-2015年国内生产总值增长速度（累计同比） 12

图表：2013-2015年规模以上工业增加值增速（月度同比） 13

图表：2013-2015年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比） 13

图表：2013-2015年固定资产投资到位资金同比增速 14

图表：2013-2015年社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 15

图表：2013-2015年居民消费价格上涨情况（月度同比） 16

图表：2013-2015年农村居民人均收入实际增速（累计同比） 17

图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入实际增速（累计同比） 17

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/237332237332.html>