2021-2027年中国休闲食品行业市场发展潜力及战略咨询研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国休闲食品行业市场发展潜力及战略咨询研究报告》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.chyxx.com/research/202101/924451.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.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

休闲食品 (leisure food)其实也是快速消费品的一类，是在人们闲暇、休息时所吃的食品。最贴切的解释是吃得玩的食品．主要分类有：干果，膨化食品，糖果，肉制食品等．随着生活水平的提高，休闲食品一直是深受广大人民群众喜爱的食品。走进超市，就会看到薯片、薯条、虾条、雪饼、果脯、酸角糕、话梅、花生、松子、杏仁、开心果、鱼片、肉干、五香炸肉等休闲食品。休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。

休闲零食行业发展顺应人们对品质、健康生活的向往。随着人均可支配收入增长，人们对生活品质更加关注，不仅满足于“吃饱”，而且要“吃好”，零食饮料消费支出逐步增加。根据国家统计局数据：2020年中国居民人均食品烟酒消费支出为6397元，2021年上半年中国居民人均食品烟酒消费支出为3536元。

2013-2021年上半年中国居民人均食品烟酒消费支出

资料来源：国家统计局、智研咨询整理

智研咨询发布的《2021-2027年中国休闲食品行业市场发展潜力及战略咨询研究报告》共十三章。首先介绍了休闲食品行业市场发展环境、休闲食品整体运行态势等，接着分析了休闲食品行业市场运行的现状，然后介绍了休闲食品市场竞争格局。随后，报告对休闲食品做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲食品行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲食品产业有个系统的了解或者想投资休闲食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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：

第一章世界休闲食品行业整体运营状况分析
第一节2020年世界休闲食品行业市场发展格局
一、世界休闲食品市场特征分析
二、世界主要休闲食品品牌综述
三、世界休闲食品市场动态分析
四、国际糖果及休闲食品展亮点解析
五、加拿大召回某些韩国产休闲食品
第二节2020年世界休闲食品品牌主要国家运行分析
一、美国

二、日本
三、欧洲焙烤食品市场状况
第三节2021-2027年世界休闲食品行业发展趋势分析
第二章中国休闲食品行业市场发展环境分析
第一节国内休闲食品经济环境分析
一、GDP历史变动轨迹分析
二、固定资产投资历史变动轨迹分析
三、2021-2027年中国休闲食品经济发展预测分析
第二节中国休闲食品行业政策环境分析
第三章中国休闲食品行业市场运行态势分析
第一节2020年中国休闲食品市场动态分析
第二节2020年中国休闲食品市场现状综述

基于庞大消费人群及高购买频次，我国休闲零食行业整体市场空间巨大并且仍保持稳健增长，2020年中国休闲食品市场规模为7749亿元，较2019年的7606亿元同比增长1.88%。休闲食品行业发展空间大，行业有望充分享受居民人均消费支出提升及消费升级带来的扩容红利。

2015-2020年中国休闲食品市场规模

资料来源：沙利文、智研咨询整理

一、我国休闲食品市场容量
二、将“创新”糖果及休闲食品工艺进行到底
三、创新成就休闲食品业“领军者”
四、休闲食品:四面“涨”声中的市场突围之路
五、休闲食品行业布局自建终端
六、休闲食品异军突起
七、海洋食品:休闲食品新一极
第三节2020年中国休闲食品业存在的问题分析
一、跌入多品系漩涡
二、品牌分辨模糊
三、通路建设粗放
四、产品不能与时共进
第四章中国休闲食品品牌生存状况分析
第一节品牌格局特征
一、外资品牌居于绝对的品牌优势
二、相对细分的市场国内品牌表现可圈可点

三、二三线品牌创新是其唯一突破口
四、品牌文化渗透力不强
第二节品牌发展战略
一、重视产品的研发倡导创新理念
二、重视体验式营销和文化营销
三、以产品品牌带动企业品牌形象
四、社会责任感
第五章中国休闲食品细分市场运营状况分析
第一节休闲豆制品
一、休闲豆制食品相关概述
二、休闲豆干产区集中分析
三、休闲豆制品生产企业存在突出的问题
1、落后的生产技术、管理水平制约休闲豆干业的发展
2、规模化、机械化程度较低制约豆干企业发展
四、未来休闲豆制品的发展趋势
第二节膨化食品
一、膨化食品相关要简绍
二、薯类膨化食品产销分析
三、膨化食品已进入完全竞争阶段
四、未来中国膨化食品发展战略分析
第三节焙烤食品
一、中国烘焙食品市场特征分析
二、焙烤食品糖制品行业较快增长
三、焙烤食品进出口数据分析
四、中国焙烤食品品牌地位日益加强
第四节其它热点产品
一、果冻
二、干果、坚果
第六章中国休闲食品市场销售运行态势分析
第一节2020年中国休闲食品市场营销现状
一、休闲食品市场渠道点评
二、休闲食品市场营销要诀
第二节休闲食品专卖店研究
一、重点专卖店介绍：
二、专卖店的特点：

三、专卖店崛起原因分析
四、对厂家和经销商的意义
第三节洽洽开心果市场营销案例解析
一、强调健康突出个性
二、网络营销先人一步
第七章中国休闲食品业发展战略分析
第一节休闲食品——口味
一、口味多样化、系列化
二、区域性口味改良
三、复合性口味增加
第二节休闲食品——细分
一、消费者多重细分
二、品类多次细分
第三节休闲食品——品牌个性化
一、彰显个性，抢占消费者心智
二、多种手法塑造个性品牌
第四节休闲食品——多渠道广泛覆盖
一、广泛性分销，多渠道销售
二、强化渠道掌控，注重终端陈列
第五节休闲食品——娱乐化整合传播
一、明星策略，引领风潮
二、线上线下协同操作，整合推广
第八章中国休闲食品市场消费调研分析
第一节受访者基本情况调查分析
一、性别占比
二、年龄分布
三、从事职业情况调查分析
四、受访者区域分布
第二节休闲食品消费者消费行为调查分析
一、消费者普遍喜欢的休闲食品类别占比
二、消费者能接受的单件休闲食品的价格
三、消费者对休闲食品广告关注度调查分析
四、消费者购买休闲食品的渠道调查分析
五、您家的休闲食品主要是谁消费
六、男性消费者喜欢的休闲食品类别占比

第三节影响消费者购买新上市休闲食品的因素调查分析
第九章中国休闲食品市场竞争格局分析
第一节2020年中国休闲食品行业竞争现状
一、年货市场上演“休闲食品”战
二、渠道价格战挑战供应商承受极限
三、华南休闲食品竞争升级
四、休闲礼包掀起价格战
第二节2020年中国休闲食品重点品牌企业分析
一、丰丰休闲食品抢滩全国
二、休闲食品业群雄逐鹿
三、休闲食品上好佳将在四川崇州建生产基地
第十章世界品牌休闲食品企业营运状况分析
第一节品客
一、企业概况
二、企业产品在华市场销售情况分析
三、品牌竞争力分析
四、国际化战略发展战略
第二节特脆星
一、企业概况
二、企业产品在华市场销售情况分析
三、品牌竞争力分析
四、国际化战略发展战略
第三节白乐顺
一、企业概况
二、企业产品在华市场销售情况分析
三、品牌竞争力分析
四、国际化战略发展战略
第四节妈咪
一、企业概况
二、企业产品在华市场销售情况分析
三、品牌竞争力分析
四、国际化战略发展战略
第十一章中国休闲食品典型企业分析
第一节百事食品(中国)有限公司
一、企业概况

二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第二节上好佳(中国)有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第三节福建雅客食品有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第四节上海天喔食品(集团)有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第五节江西旺旺食品有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第六节江西金冠食品有限公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第七节成都市新都区冠生园食品有限责任公司
一、企业概况
二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第八节苏州稻香村食品工业有限公司
一、企业概况

二、企业主要经济指标分析
三、企业盈利能力分析
四、企业偿债能力分析
第十二章2021-2027年中国休闲食品行业发展趋势分析
第一节2021-2027年中国休闲食品行业发展前景分析
一、休闲食品前景在于“健康”
二、麻辣休闲食品市场前景诱人
第二节2021-2027年中国休闲食品行业发展趋势分析
一、休闲食品五大发展趋势
二、休闲食品品牌发展趋势
第三节2021-2027年中国休闲食品行业市场预测分析
第四节2021-2027年中国休闲食品市场盈利预测分析
第五节中小食品企业产品迅速做大市场战略分析
一、大食品品牌的营销漏洞
二、中小食品企业的营销短板
三、中小食品企业产品的市场机会分析
第十三章2021-2027年中国休闲食品行业投资前景分析 (ZY TL)
第一节2020年中国休闲食品投资概况
一、中国休闲食品市场投资环境
二、中国休闲食品投资价值分析
三、中国休闲食品投资策略
第二节2021-2027年中国休闲食品行业投资机会分析
一、休闲食品商机凸现
二、休闲食品产业投资热点分析
三、与休闲食品产业链相关的投资机会分析
第三节2021-2027年中国休闲食品行业投资风险分析
一、宏观调控政策风险
二、市场竞争风险
三、市场运营机制风险

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202101/924451.html