2022-2028年中国休闲食品市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国休闲食品市场运行态势及投资战略研究报告》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/201612/479259.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: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@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

智研咨询发布的《2022-2028年中国休闲食品市场运行态势及投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了休闲食品产业相关概念及发展环境，接着分析了中国休闲食品行业规模及消费需求，然后对中国休闲食品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国休闲食品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国休闲食品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国休闲食品行业发展环境分析
1.1 政策环境分析
1.1.1 食品药品监督机构
1.1.2 新版食品安全法发布
1.1.3 食品召回管理办法出台
1.1.4 食品安全监管逐步规范
1.1.5 食品添加剂使用标准实施
1.1.6 加大粮食生产补贴力度
1.2 宏观经济环境
1.2.1 国内生产总值
1.2.2 农业产品产量
1.2.3 工业运行情况
1.2.4 固定资产投资
1.2.5 未来发展趋势
1.3 社会环境分析
1.3.1 人口数量规模
1.3.2 居民收入水平
1.3.3 物价走势情况
1.3.4 社会消费规模
1.3.5 居民收支水平
第二章 2021-2027年中国食品工业发展分析
2.1 中国食品工业发展综述
2.1.1 发展综况

2.1.2 发展特点
2.1.3 发展态势
2.1.4 发展优势
2.1.5 发展目标
2.2 2021-2027年中国食品工业运行分析
2.2.1 行业发展规模
2.2.2 主要产品产量
2.2.3 区域发展格局
2.2.4 行业投资情况
2.2.5 食品进出口状况
2.3 2021-2027年中国食品制造业财务数据分析
2.3.1 中国食品制造行业经济规模
2.3.2 中国食品制造行业盈利能力指标分析
2.3.3 中国食品制造行业营运能力指标分析
2.3.4 中国食品制造行业偿债能力指标分析
2.4 中国食品工业发展面临的挑战及发展策略
2.4.1 产业化程度低
2.4.2 运用高新技术
2.4.3 培养专业人才
2.4.4 创新产品生产
2.4.5 转变经营模式
2.4.6 建立现代化商业制度
第三章 2021-2027年中国休闲食品行业发展分析
3.1 休闲食品行业发展概况
3.1.1 行业发展历程
3.1.2 行业发展阶段
3.1.3 行业发展特点
3.1.4 行业发展重点
3.2 2021-2027年休闲食品行业发展规模
3.2.1 行业产值规模
3.2.2 市场需求分析
3.2.3 市场消费规模
3.2.4 经济发展指标
3.2.5 子行业产值规模
3.3 2021-2027年休闲食品市场竞争格局

3.3.1 市场格局概述
3.3.2 细分市场份额
3.3.3 区域格局分析
3.3.4 品牌竞争格局
3.3.5 中外企业竞争优势
3.3.6 行业进入壁垒分析
3.4 2021-2027年休闲食品行业拉动相关行业发展
3.4.1 加工设备行业
3.4.2 塑料包装行业
3.4.3 纸包装行业
3.5 2021-2027年县域休闲食品市场发展分析
3.5.1 市场发展背景
3.5.2 市场消费特征
3.5.3 品牌消费意识
3.5.4 渠道销售选择
3.6 休闲食品加工技术研究
3.6.1 膨化技术
3.6.2 挤压技术
3.6.3 新型油炸技术
3.6.4 脱水干燥技术
3.7 休闲食品包装问题分析
3.7.1 食品包装的功能
3.7.2 小微包装趋势
3.7.3 休闲食品包装设计
3.7.4 食品包装的发展趋势
3.8 中国休闲食品行业发展对策分析
3.8.1 不断追求产品创新
3.8.2 保障休闲食品质量
3.8.3 充分利用科学技术
3.8.4 提高经营管理能力
3.8.5 运用市场营销手段
第四章 2021-2027年焙烤类休闲食品发展分析
4.1 2021-2027年焙烤食品发展分析
4.1.1 行业相关定义
4.1.2 行业发展态势

4.1.3 市场规模分析
4.1.4 人均年消费量
4.1.5 行业竞争形式
4.1.6 行业营销模式
4.1.7 行业发展措施
4.1.8 行业发展预测
4.1.9 发展趋势预测
4.2 2021-2027年中国糕点、面包制造行业财务状况
4.2.1 中国糕点、面包制造行业经济规模
4.2.2 中国糕点、面包制造行业盈利能力指标分析
4.2.3 中国糕点、面包制造行业营运能力指标分析
4.2.4 中国糕点、面包制造行业偿债能力指标分析
4.3 糕点食品
4.3.1 中外行业对比
4.3.2 中式糕点发展分析
4.3.3 行业运行状况
4.3.4 市场竞争主体
4.3.5 企业发展困境
4.3.6 体验营销策略
4.3.7 质量安全问题及对策
4.4 面包食品
4.4.1 行业发展特点
4.4.2 行业经营模式
4.4.3 行业竞争格局
4.4.4 行业影响因素
4.4.5 行业进入壁垒
4.4.6 未来发展趋势
4.5 饼干食品
4.5.1 行业简介及标准
4.5.2 行业经济运行状况
4.5.3 出口交货值统计
4.5.4 品牌影响力分析
4.5.5 细分领域分析
4.5.6 行业发展困境
4.5.7 行业发展策略

4.5.8 市场潜力分析
4.6 膨化食品
4.6.1 市场发展态势
4.6.2 市场消费状况
4.6.3 细分产品格局
4.6.4 最新法律法规
4.6.5 品牌影响力分析
4.6.6 相关设备需求
4.6.7 行业发展方向
第五章 2021-2027年坚果炒货类休闲食品发展分析
5.1 2021-2027年坚果炒货行业发展分析
5.1.1 行业发展概述
5.1.2 行业市场规模
5.1.3 产业集群发展
5.1.4 产品消费趋势
5.1.5 市场发展趋势
5.2 坚果类产品
5.2.1 全球市场规模
5.2.2 电商市场繁荣
5.2.3 消费行为选择
5.2.4 进出口状况分析
5.2.5 区域发展状况
5.2.6 坚果贸易加工基地
5.2.7 加强品牌营销策略
5.3 炒货类产品
5.3.1 消费者行为分析
5.3.2 花生市场竞争格局
5.3.3 花生市场营销策略
5.3.4 瓜子市场营销策略
5.3.5 炒货机市场格局
第六章 2021-2027年糖果类休闲食品发展分析
6.1 2021-2027年糖果行业发展分析
6.1.1 行业发展阶段
6.1.2 行业发展现状
6.1.3 行业发展热点

6.1.4 产品产量规模
6.1.5 区域格局分析
6.1.6 企业营销策略
6.2 2021-2027年中国糖果、巧克力制造行业财务状况
6.2.1 中国糖果、巧克力制造行业经济规模
6.2.2 中国糖果、巧克力制造行业盈利能力指标分析
6.2.3 中国糖果、巧克力制造行业营运能力指标分析
6.2.4 中国糖果、巧克力制造行业偿债能力指标分析
6.3 传统糖果
6.3.1 市场竞争格局
6.3.2 热点产品分析
6.3.3 行业发展需转型
6.3.4 行业发展趋势
6.4 巧克力
6.4.1 市场现状分析
6.4.2 原材料减产成因
6.4.3 价格上涨趋势
6.4.4 品牌影响力
6.4.5 市场竞争格局
6.4.6 市场发展前景
6.5 口香糖
6.5.1 消费行为分析
6.5.2 市场竞争格局
6.5.3 品牌影响力
6.5.4 市场消费潜力
6.5.5 口香糖污染问题
第七章 2021-2027年果冻及果脯食品市场分析
7.1 果脯蜜饯
7.1.1 种类和工艺概述
7.1.2 市场发展概况
7.1.3 蜜饯产品流派
7.1.4 重点品牌介绍
7.1.5 消费行为分析
7.1.6 生产加工水平
7.2 2021-2027年蜜饯制造行业财务状况

7.2.1 中国蜜饯制作行业经济规模
7.2.2 中国蜜饯制作行业盈利能力指标分析
7.2.3 中国蜜饯制作行业营运能力指标分析
7.2.4 中国蜜饯制作行业偿债能力指标分析
7.3 果冻
7.3.1 行业发展综述
7.3.2 行业现状分析
7.3.3 行业相关标准
7.3.4 行业发展规模
7.3.5 市场竞争状况
7.3.6 制作工艺分析
7.3.7 行业问题及对策
7.3.8 行业发展趋势
7.4 红枣制品
7.4.1 行业发展综述
7.4.2 市场规模分析
7.4.3 行业产业链分析
7.4.4 重点品牌介绍
7.4.5 市场发展预测
第八章 2021-2027年休闲食品其他热点细分市场分析
8.1 绿色休闲食品
8.1.1 行业基本概述
8.1.2 细分产品分析
8.1.3 市场规模分析
8.1.4 海苔市场概况
8.1.5 区域市场分析
8.2 进口休闲食品
8.2.1 市场规模分析
8.2.2 市场需求分析
8.2.3 市场贸易现状
8.2.4 质量安全状况
8.2.5 热门零售品种
8.2.6 市场定位分析
8.2.7 销售渠道分析
8.2.8 市场发展前景

8.3 儿童休闲食品
8.3.1 市场发展特点
8.3.2 行业标准缺失
8.3.3 市场整治状况
8.3.4 行业存在的问题
8.3.5 行业改进措施
8.3.6 发展趋势分析
第九章 2021-2027年中国休闲食品电商市场分析
9.1 2021-2027年中国食品电商市场分析
9.1.1 食品网购规模
9.1.2 消费人群特征
9.1.3 商业模式分类
9.1.4 市场竞争主体
9.1.5 加强市场监管
9.1.6 市场规模预测
9.2 2021-2027年中国休闲食品电商市场分析
9.2.1 市场规模分析
9.2.2 市场渗透加快
9.2.3 电商发展意义
9.2.4 投资并购动态
9.2.5 市场拓展方向
9.3 重点电商平台休闲食品市场分析
9.3.1 淘宝网
9.3.2 一号店
9.3.3 京东商城
9.4 典型案例分析
9.4.1 三只松鼠纯电商发展
9.4.2 百草味的发展布局
9.4.3 良品铺子O2O模式
9.4.4 棒棒娃打造信息化电商
9.4.5 西米网的失败经验
9.5 休闲食品行业O2O体验店设计方案分析
9.5.1 体验店设计的背景
9.5.2 总体设计思路
9.5.3 体验店的规模及选址

9.5.4 体验店的布局设计
9.5.5 不同区域功能设置
第十章 2021-2027年中国休闲食品消费行为及营销分析
10.1 休闲食品消费行为分析
10.1.1 休闲食品消费概况
10.1.2 细分产品消费分析
10.1.3 消费者属性分析
10.1.4 消费者选择因素
10.2 休闲食品广告投投放情况分析
10.2.1 广告投放总体规模
10.2.2 广告投放类型分析
10.2.3 电视广告投放情况
10.2.4 细分领域广告投放
10.3 休闲食品市场营销策略
10.3.1 前期市场调研
10.3.2 规划优质产品线
10.3.3 市场拓展策略
10.3.4 旺季营销策略
10.3.5 加强创新升级
10.3.6 微信营销路径
10.4 休闲食品品牌推广策略
10.4.1 品牌规划模式
10.4.2 差异化策略
10.4.3 品牌发展战略
10.4.4 品牌传播渠道
10.4.5 品牌营销形式
第十一章 2021-2027年中国休闲食品经营模式分析
11.1 行业主要运营模式简析
11.1.1 主要经营模式介绍
11.1.2 连锁经营模式
11.1.3 量贩式零食店
11.1.4 发展自有品牌
11.2 休闲食品市场渠道分析
11.2.1 市场零售业态
11.2.2 连锁专卖店

11.2.3 市场网购渠道
11.2.4 销售渠道下沉
11.2.5 渠道品牌分析
11.3 休闲食品连锁经营模式分析
11.3.1 连锁经营市场规模
11.3.2 连锁加盟的方式
11.3.3 重点企业分析
11.3.4 连锁经营的优势
第十二章 年中国休闲食品行业重点企业分析
12.1 雀巢公司（Nestle）
12.1.1 企业发展概况
12.1.2 企业经营状况
12.1.3 业务发展情况
12.1.4 企业经营策略
12.1.5 中国市场战略
12.1.6 加快电商布局
12.2 亿滋国际（Mondel ē z International, Inc）
12.2.1 企业发展概况
12.2.2 企业经营状况
12.2.3 饼干市场布局
12.2.4 业务调整动态
12.2.5 电商合作加快
12.3 好时食品集团
12.3.1 企业发展概况
12.3.2 企业经营状况
12.3.3 收购本土企业
12.3.4 设立研发中心
12.3.5 最新产品发布
12.3.6 电商市场布局
12.4 中国旺旺控股有限公司
12.4.1 企业发展概况
12.4.2 企业经营状况
12.4.3 产品创新策略
12.4.4 销售渠道拓展
12.4.5 多元化产品策略

12.4.6 技术研发动态
12.4.7 布局“互联网+”
12.5 康师傅控股有限公司
12.5.1 企业发展概况
12.5.2 企业经营情况
12.5.3 市场领先地位
12.5.4 建立长沙工厂
12.5.5 企业业务布局
12.5.6 企业合作动态
12.6 洽洽食品股份有限公司
12.6.1 企业发展概况
12.6.2 营销网络分析
12.6.3 经营效益分析
12.6.4 业务经营分析
12.6.5 财务状况分析
12.6.6 未来前景展望
12.7 好想你枣业股份有限公司
12.7.1 企业发展概况
12.7.2 产品销量状况
12.7.3 经营效益分析
12.7.4 业务经营分析
12.7.5 财务状况分析
12.7.6 企业发展动态
12.7.7 未来前景展望
12.8 广东喜之郎集团有限公司
12.8.1 企业发展概况
12.8.2 生产基地介绍
12.8.3 企业发展历程
12.8.4 企业发展规模
12.8.5 企业品牌战略
12.8.6 产品品质管理
第十三章 2022-2028年中国休闲食品投资分析及行业前景预测（ZY CW）
13.1 休闲食品投资前景分析
13.1.1 休闲食品未来需求
13.1.2 行业未来前景展望

13.1.3 市场发展潜力分析
13.1.4 进口食品投资前景
13.1.5 绿色食品前景看好
13.2 休闲食品行业投资风险
13.2.1 市场竞争风险
13.2.2 行业发展风险
13.2.3 企业经营风险
13.3 休闲食品行业投资机会
13.3.1 行业发展机会
13.3.2 突破细分市场
13.3.3 电商投资机遇
13.3.4 进口零食投资建议
13.4 休闲食品行业未来发展趋势分析
13.4.1 行业发展方向
13.4.2 未来发展思路
13.4.3 行业发展格局
13.4.4 未来发展趋势
13.4.5 产品发展趋势
13.4.6 行业消费趋势
13.5 2022-2028年中国休闲食品行业前景预测
13.5.1 中国休闲食品行业发展因素分析
13.5.2 2022-2028年中国糕点、面包制造行业预测分析
13.5.3 2022-2028年中国饼干及其他焙烤食品制造行业预测分析
13.5.4 2022-2028年中国糖果、巧克力制造行业预测分析
13.5.5 2022-2028年中国蜜饯制作行业预测分析
附录：
附录一：中华人民共和国食品安全法
附录二：食品生产许可管理办法
附录三：食品召回管理办法
图表目录：
图表1 硫酸铝钾、硫酸铝铵及含铝着色剂铝色淀在新旧标准中的规定变化
图表2 部分无工艺必要性删除的食品添加剂使用规定变化
图表3 附录F“食品分类系统”新旧版部分变化
图表4 2021-2027年国内生产总值及其增速
图表5 2021-2027年国内生产总值及增长速度

图表6 2021-2027年粮食产量
图表7 2021-2027年粮食产量
图表8 2021-2027年全部工业增加值及其增速
图表9 2021-2027年全部工业增加值及其增长速度
图表10 2021-2027年全社会固定资产投资
图表11 2021年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速
图表12 2021-2027年全社会固定资产投资
图表13 2021年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比
图表14 2021年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201612/479259.html