

2020-2026年中国休闲食品产业运营现状及发展战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国休闲食品产业运营现状及发展战略研究报告》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/201910/789774.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

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。

随着人均收入和可支配收入的提高，消费者对于休闲零食的产品质量的要求越来越高。将零食口感作为最重要关注对象的休闲零售消费者占比达到了44.3%，而对于品牌口碑的关注度则达到了71.70%。消费者对于零食消费需求的升级，企业的竞争方向将从“流量>品牌>产品”升级至“产品>品牌>流量”，高端零食路线或是未来趋势之一。除了深化产品，高端零食路线之外，丰富产品矩阵，拓展专业宽度是各大零食企业在竞争中成功胜出的重要手段。

消费者看重零食产品口感

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国休闲食品产业运营现状及发展战略研究报告》共十五章。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。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章中国休闲食品行业背景分析

第一节休闲食品行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、行业在国民经济中的地位

第二节休闲食品行业统计标准

一、休闲食品行业统计部门和统计口径

二、休闲食品行业统计方法

三、休闲食品行业数据种类

第二章中国休闲食品所属行业市场环境分析

第一节休闲食品行业经济环境分析

一、国际宏观经济环境分析

- 1、欧洲经济环境分析及影响
- 2、美国经济环境分析及影响
- 3、日本经济环境分析及影响

二、国内宏观经济发展分析

- 1、2019年经济增长的稳定性不断提高
- 2、工业生产运行平稳
- 3、农业生产基本稳定
- 4、固定资产投资增速缓中趋稳
- 5、社会消费品零售总额增势表现强劲
- 6、居民消费价格温和上涨，工业品价格同比降幅收窄
- 7、对外贸易继续萎缩，进出口双双回落
- 8、居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小
- 9、信贷高增，宽松依旧
- 10、国家外汇储备跌至五年新低

三、中国经济发展展望

第二节休闲食品行业政策环境分析

- 一、行业相关政策
- 二、行业发展规划

第三节休闲食品行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率

第四节休闲食品行业市场消费环境分析

一、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

二、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
- 三、休闲食品消费趋势分析

第二部分行业深度分析

第三章2015-2019年中国休闲食品所属行业发展状况分析

第一节中国休闲食品所属行业发展状况分析

一、中国休闲食品所属行业发展总体概况

1、休闲食品所属行业的发展规模

2、休闲食品所属行业市场现状

积极布局线上，加密渗透线下。三只松鼠和百草味线上占比高，均充分享受电商红利实现高速增长，两者2015-19年收入CAGR各50%、41%；良品铺子和盐津铺子收入CAGR约25%，较稳健；洽洽食品CAGR仅8-10%。

主要休闲食品公司2019年收入、归母净利润以及2015-19年CAGR-收入（亿元）yoy（%）
归母净利润（亿元）yoy（%）净利率（%）收入CAGR（%，2015-19）净利润CAGR（%，2015-19）
三只松鼠10245.62.5-17.82.549.5129.7良品铺子7721.13.3841.74.425.165.2百草味5028.81.7132.23.441.288盐津铺子1426.31.2881.69.224.418.3洽洽食品4815.36.0239.112.49.913.4

数据来源：公开资料整理

三只松鼠在收入规模和增速上均领先同业，位居第2、3的良品铺子和好想你（80%+收入来自百草味）近两年也保持稳健增速；盐津铺子通过线下渠道建设，在低基数上快速增长。2014-2019年主要休闲食品公司收入增速（%）-201420152016201720182019三只松鼠-12.1116.525.626.145.6良品铺子--36.226.517.621.1好想你7.114.486.196.521.620.4百草味167.5106.48432.426.328.8盐津铺子12.914.417.110.446.826.3来伊份3.99.43.512.47-洽洽食品4.26.46.12.616.515.3

数据来源：公开资料整理

3、休闲食品所属行业的发展特点

4、我国休闲食品行业商业模式分析

二、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、健康是休闲食品的发展趋势

3、中高端市场成为争夺焦点

4、差异化是企业发展的方向

第二节休闲食品行业供需平衡分析

一、总体供给情况分析

二、各地区供给情况分析

三、总体需求情况分析

四、各地区需求情况分析

五、全国休闲食品所属行业产销率分析

第三节我国休闲食品市场价格走势分析

- 一、休闲食品市场定价机制组成
- 二、休闲食品市场价格影响因素
- 三、休闲食品产品价格走势分析
- 四、2020-2026年休闲食品产品价格走势预测

第四章我国休闲食品所属行业整体运行指标分析

第一节2015-2019年中国休闲食品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、所属行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节2015-2019年中国休闲食品所属行业产销情况分析

- 一、我国休闲食品所属行业工业总产值
- 二、我国休闲食品所属行业工业销售产值

第三节2015-2019年中国休闲食品所属行业财务指标总体分析

- 一、所属行业盈利能力分析
- 二、所属行业偿债能力分析
- 三、所属行业营运能力分析
- 四、所属行业发展能力分析

第五章我国休闲食品行业营销趋势及策略分析

第一节休闲食品传统销售渠道分析

一、休闲食品传统销售渠道模式分析

- 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

二、休闲食品传统销售渠道概述

- 1、商超渠道
- 2、批发渠道
- 3、零售网点
- 4、专卖店渠道

三、休闲食品专卖店渠道分析

- 1、品类专卖店
- 2、品种专卖店
- 3、产品专卖店

4、其他细分类的专卖店

第二节休闲食品互联网销售渠道竞争策略

一、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
- 2、互联网对休闲食品行业带来的冲击
- 3、互联网对传统休闲食品行业的颠覆与重构

二、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
- 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
- 5、传统休闲食品企业互联网转型优秀案例研究

第三节休闲食品品牌营销策略分析

一、休闲食品品牌现状分析

二、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

三、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

四、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
- 五、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

六、休闲食品品牌策略案例分析

- 1、好丽友品牌策略案例分析
- 2、喜之郎品牌策略案例分析

第四节休闲食品包装营销策略分析

一、食品包装设计特点分析

- 1、儿童食品包装设计特点
- 2、青少年人休闲食品包装设计特点
- 3、成年人休闲食品包装设计特点
- 4、老年人食品包装设计特点

二、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、礼品包装设计的特点
- 4、礼品包装的发展趋势

第五节休闲食品广告营销策略分析

- 一、休闲食品广告投放现状分析
- 二、休闲食品营销广告媒体种类分析
- 三、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
 - 2、雅客广告营销案例分析

第六节休闲食品节日营销策略分析

- 一、节日营销的概念
- 二、节日的消费特点
- 三、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

四、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
- 2、春节休闲食品营销策略

第三部分市场全景调研

第六章中国焙烤食品行业市场分析

第一节焙烤食品行业市场发展概述

- 一、焙烤食品行业市场发展现状
- 二、焙烤食品行业经营状况分析

第二节膨化食品市场分析

- 一、谷物膨化食品市场分析

- 二、薯类膨化食品市场分析
- 三、豆类膨化食品市场分析
- 四、膨化食品主要品牌竞争情况
- 五、膨化食品主要消费群体分析
- 第三节饼干产品市场分析
 - 一、饼干产品市场发展情况
 - 二、饼干产品行业经营状况分析
 - 三、饼干产品主要品牌竞争情况
 - 四、饼干产品主要消费群体分析
- 四、糕点产品市场分析
 - 1、糕点产品市场发展情况
 - 2、糕点产品行业市场竞争情况
 - 3、糕点产品主要消费群体分析
- 五、面包产品市场分析
 - 1、面包产品市场发展情况
 - 2、面包产品主要品牌竞争情况
- 六、焙烤食品行业市场需求前景预测
 - 1、焙烤食品行业市场发展趋势分析
 - 2、焙烤食品行业市场前景预测分析
- 第七章中国糖果行业市场分析
 - 第一节糖果行业市场发展概述
 - 一、糖果行业市场发展现状
 - 二、糖果行业市场经营状况分析
 - 三、糖果行业产业链上游市场分析
 - 第二节传统型糖果产品市场分析
 - 一、硬糖产品市场分析
 - 二、奶糖产品市场分析
 - 三、巧克力产品市场分析
 - 四、酥糖产品市场分析
 - 第三节功能性糖果产品市场分析
 - 一、维生素糖果产品市场分析
 - 二、功能性清咽润喉糖市场分析
 - 三、无糖糖果产品市场分析
 - 第四节胶基糖果（口香糖）产品市场分析
 - 一、胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析

二、胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况

三、胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析

第五节糖果行业市场发展趋势及前景预测

一、糖果行业市场消费特点及趋势分析

三、糖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

第一节果冻行业市场分析

一、果冻产品市场发展现状

二、果冻产品主要品牌竞争情况

三、果冻产品主要消费群体分析

四、果冻产品市场发展趋势及前景预测

第二节果脯蜜饯行业市场分析

一、果脯蜜饯产品市场发展现状

二、果脯蜜饯产品上游产业供应链分析

三、果脯蜜饯产品区域市场分析

四、果脯蜜饯产品消费市场调研分析

五、果脯蜜饯产品市场发展趋势

第九章休闲食品产业集群发展及区域市场分析

第一节中国休闲食品产业集群发展特色分析

一、长江三角洲休闲食品产业发展特色分析

二、珠江三角洲休闲食品产业发展特色分析

三、环渤海地区休闲食品产业发展特色分析

第二节休闲食品重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业企业数的区域分布分析

二、休闲食品重点区域市场分析

1、江苏

2、浙江

3、上海

4、福建

5、广东

第四部分竞争格局分析

第十章中国休闲食品行业企业竞争力分析

第一节国际休闲食品企业在华竞争力分析

一、国际企业在华竞争力分析

二、典型企业在华经营状况—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

第二节中国休闲食品企业竞争力分析

一、中国焙烤食品行业集中度分析

二、中国糖果企业集中度分析

三、中国干果行业集中度分析

四、中国果脯蜜饯行业集中度分析

五、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

第三节中国休闲食品企业发展趋势分析

一、中国休闲食品企业面临的问题

二、中国休闲食品企业发展趋势

第十一章休闲食品行业领先企业经营形势分析

第一节上好佳（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第二节福建亲亲股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第三节好丽友食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第四节福建福马食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业生产体系分析

第五节福建达利食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第六节福建盼盼食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第七节洽洽食品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络
- 五、企业经营状况优劣势分析

第八节上海江崎格力高食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业质量体系分析
- 三、企业产品结构分析

第九节上海克莉丝汀食品有限公司

- 一、企业发展简况分析

二、企业组织架构分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

第十节蜡笔小新（福建）食品工业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业组织架构分析

第五部分发展前景展望

第十二章2020-2026年休闲食品行业前景及趋势预测

第一节2020-2026年休闲食品市场发展前景

一、2020-2026年休闲食品市场发展潜力

二、2020-2026年休闲食品市场发展前景展望

三、2020-2026年休闲食品细分行业发展前景分析

第二节2020-2026年休闲食品市场发展趋势预测

一、2020-2026年休闲食品行业发展趋势

二、2020-2026年休闲食品市场容量预测

三、2020-2026年休闲食品行业应用趋势预测

第三节2020-2026年中国休闲食品行业供需预测

一、2020-2026年中国休闲食品行业供给预测

二、2020-2026年中国休闲食品行业需求预测

三、2020-2026年中国休闲食品行业供需平衡预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章2020-2026年休闲食品行业面临的困境及对策

第一节2019年休闲食品行业面临的困境

第二节休闲食品企业面临的困境及对策

一、重点休闲食品企业面临的困境及对策

1、重点休闲食品企业面临的困境

2、重点休闲食品企业对策探讨

二、中小休闲食品企业发展困境及策略分析

1、中小休闲食品企业面临的困境

2、中小休闲食品企业对策探讨

三、国内休闲食品企业的出路分析

第三节中国休闲食品行业存在的问题及对策

一、中国休闲食品行业存在的问题

二、休闲食品行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、实施重点客户战略要重点解决的问题

4、重点客户管理功能

第四节中国休闲食品市场发展面临的挑战与机遇

第六部分发展战略研究

第十四章休闲食品行业发展战略研究

第一节休闲食品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国休闲食品品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第三节休闲食品经营策略分析

一、休闲食品市场细分策略

二、休闲食品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、休闲食品新产品差异化战略

第四节休闲食品行业投资战略研究

一、2019年休闲食品行业投资战略

二、2020-2026年细分行业投资战略

第十五章研究结论及投资建议（ZY LII）

第一节休闲食品行业研究结论及建议

第二节休闲食品子行业研究结论及建议

第三节休闲食品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议（ZY LII）

部分图表目录：

图表：2015-2019年欧元区GDP季同比增长变化（单位：%）

图表：2015-2019年欧元区、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（单位：%）

图表：2015-2019年欧元区HICP、PPI同比增长变化（单位：%）

图表：2015-2019年欧元区失业率变化（单位：%）

图表：2015-2019年美国实际GDP季环比折年率走势（单位：%）

图表：2015-2019年美国实际GDP各构成要素季度环比折年率走势（单位：%）

图表：2015-2019年各因素对美国经济增长的贡献度（单位：%）

图表：2015-2019年美国工业产值增长及产能利用率变化（单位：%）

图表：2015-2019年美国CPI&PPI变化趋势（单位：%）

图表：2015-2019年美国失业率变化（单位：%）

图表：2015-2019年（季调后）日本实际GDP环比变化（单位：%）

图表：2019年日本工业产值情况

图表：2015-2019年日本CPI增长变化（单位：%）

图表：2015-2019年日本失业率变化（单位：%）

图表：2015-2019年我国季度GDP增长率

图表：2015-2019年我国三次产业增加值季度增长率

图表：2015-2019年我国工业增加值走势图

图表：2015-2019年固定资产投资增速走势图

图表：2015-2019年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率

图表：2015-2019年我国社会消费品零售总额走势图

图表：2015-2019年我国社会消费品零售总额构成走势图

图表：2015-2019年我国CPI、PPI运行趋势

图表：2015-2019年企业商品价格指数走势（2019年同期为100）

图表：2015-2019年进出口走势图

图表：2015-2019年我国货币供应量

图表：2015-2019年我国存贷款同比增速走势图

图表：2015-2019年我国外汇储备

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/789774.html>