

2026-2031年中国休闲食品行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

行业概况

休闲食品俗称“零食”。一般来说，休闲食品是指人们在闲暇、休息时所吃的非主食类食品，如干果、膨化食品、糖果、肉制食品等。休闲食品在流通产品属性上，归属于快速消费品。进入21世纪，休闲食品行业发展迅速，我国经济水平的提高以及旅游行业的兴盛，致使我国休闲食品市场需求量持续增长，食品品种逐渐多样化，细分化。近几年，我国休闲食品市场每年需求额超过千亿元，市场规模持续增长，消费市场也在快速增长。

产业现状

随着人们生活水平的不断提高，原来以温饱型为主体的休闲食品消费格局，逐渐向风味型、营养型、享受型甚至功能型的方向转化。尤其随着市场的不断扩大，休闲类食品市场开始快速发展，而且呈现出一片前所未有的繁忙景象。休闲食品作为生活必需品之外的消费种类，在我国仍处于发展中的阶段，目前我国的休闲市场发展历程中也存在较多的问题。首先，我国休闲食品发展规模较小，休闲食品销售额只占我国全社会消费品零售总额21万亿元的2.57%;其次，休闲食品企业众多，呈现小而散的局面;行业集中度较低。生产经营高度分散，前十强企业的市场集中度约占30%;第三，消费者对产品的安全、健康缺乏信任。近年来休闲食品消费总量每年均以双位数增长，高于食品行业平均增速两成左右。数据显示，我国每年人均消费休闲食品约30克，只相当于发达国家人均消费量3200克的9.3%，随着人均消费水平不断提高，我国休闲食品增长空间非常大。

市场容量

近几年，我国休闲食品市场每年需求额超过千亿元，市场规模正在快速增长，消费市场活跃，消费群体扩大，年增幅在20%以上。2026-2031年休闲食品行业整体增长趋势放缓，电商渠道销售额增速加快。

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%。中国经济增速虽然放缓，但是并不意味着经济收缩，中国GDP总量和增长速度仍然高于世界绝大多数国家。从中长期来看，中国城市化的推动，中产阶级人群逐步成为消费主力。伴随着居民收入的预期增长，仍将持续推动食品消费的增长。从整个食品行业来看，未来一段时间，随着经济下行压力，食品行业发展增速和盈利水平将出现回落。以中国A股市场食品饮料行业73家上市公司为例，分析三年多来食品企业经营数据的变化发现，食品行业的营业收入和净利润同比增长都呈现出回落态势。相比较于前几年，大部分企业的销售收入、净利润增速双双放缓；盈利能力持续下降，毛利率、净利润率下降，整体费用率上升；存货占收入比例上升，现金流质量下降。因此可以看出，食品行业发展速度出现比较明显的下滑。

格局发布

近几年，我国休闲食品市场每年需求额超过千亿元，市场规模正在以几何级的速度增长，消费市场也在快速增长，年增幅在25%左右。仅仅休闲食品企业注册一项就已高达10多万家，这些数据说明我国休闲食品企业在未来具有巨大的发展潜力和生存空间。除此之外，我国休闲食品市场也呈现出由低端到高端的发展态势，国民消费能力的提升对高端需求的拉动效果十分明显，使高端休闲食品市场发展旺盛，中国本土高端消费群体也已开始浮出水面，也由此促成一批高端休闲食品品牌的诞生。消费高端化时代的到来，对各方面发展尚不成熟的休闲食品企业而言，不仅是一个巨大挑战，更是前所未有的发展机遇：一方面，我国休闲食品企业尽管发展速度快、数量多，但整个行业的历史积淀薄，整体实力依然较弱，需要在产品研发创新和营销思路拓展上下功夫；另一方面，中国休闲食品市场潜力巨大，国内企业如果能抓住这一战略机遇期，将会迎来企业的高速发展和快速突破，这对于多数企业而言，又是难得的发展机遇。从产品开发趋势上看，原来以温饱型为主体的食品消费格局，正在向风味型、营养型、享受型甚至功能型的方向转化。目前，我国休闲食品大致可分为八大类，即谷物膨化类、油炸果仁类、油炸薯类、油炸谷物类、非油炸果仁类、糖食类、肉禽鱼类、干制蔬果类。其中，糖果、蜜饯、膨化、谷物类是休闲食品行业起步最早，也是发展最为成熟的品类，已经形成了强势的领导品牌梯队。

区域分析

目前，我国休闲食品市场呈现出这样的特点：休闲食品企业众多，呈现小而散的局面；行业集中度较低；在生产技术、新产品开发以及渠道建设等方面，本土企业均落后于外资品牌，无法跟上市场的发展步伐，多集中在低端休闲食品市场；中高端休闲食品市场一直被外资垄断，外资、合资企业占据了休闲食品市场的绝对优势。从市场品牌竞争来看，休闲食品的品牌集中度比较弱，但是受产业链等众多因素的影响和制约，中国休闲食品的市场集中度比较强。值得欣喜的是，针对消费者的多样化诉求及休闲食品巨大的市场空白，一些地方政府开始有意识地整合当地企业资源，大力培育休闲食品特色市场。休闲食品的生产与农业资源紧密相连。不同的地域有着截然不同的农业资源，产业集中度较高，由此形成了众多具备独特资源优势的休闲食品品类，引领着中国休闲食品的发展潮流。目前，已经兴起了诸如福建军团、安徽炒货军团、湖南辣食品、河南速冻食品军团等一大批优秀的休闲食品企业。

面临挑战

休闲食品设备面临的挑战也不小。虽然我国休闲食品企业面临很多的发展机遇，但品牌化竞争道路依然激烈。首先外资、合资企业仍占据市场的绝对优势，国内市场高端休闲食品一直被外资垄断。国内食品企业数量繁多，休闲食品行业还处于中低端，企业规模也参差不齐，不少本土企业因无法紧跟市场发展步调，不能持续做大做强。其次，企业数量多也使休闲食品品类越来越丰富，休闲食品的价格战此起彼伏，消费者的选择余地却越来越大，市场竞争越演越烈。最后是生产技术和新品开发、渠道建设流通方面相对薄弱，一些有实力的企业与品牌将会快速稳健发展领跑中国休闲食品行业，小企业将在激烈的市场竞争中处于不利地位，直到被挤压淘汰。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、中国食品工业协会、中国绿色食品协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国休闲食品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国休闲食品行业发展状况和特点，以及中国休闲食品行业将面临的挑战

、企业的发展策略等。报告还对全球的休闲食品行业发展态势作了详细分析，并对休闲食品行业进行了趋向研判，是休闲食品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前休闲食品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

【全球经济形势复杂的背景下，全球休闲食品市场增长怎样?主要国家地区发展如何?休闲食品市场环境分析结果如何?行业的经济特性如何?】

第一章 休闲食品行业发展综述

第一节 休闲食品行业定义及分类

- 一、休闲食品定义
- 二、休闲食品的特点
- 三、休闲食品的分类和范围

第二节 食品行业统计标准

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 近两年中国休闲食品行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业成熟度分析

第四节 休闲食品行业产业链分析

一、上游行业与本行业的关联性及其影响

二、下游行业与本行业的关联性及其影响

第二章 休闲食品行业市场环境及影响分析

第一节 休闲食品行业政治法律环境

一、有机食品认证新规

二、食品安全法修订草案

三、食品安全法律法规动态

四、食品工业“十四五”发展规划

五、食品卫生重要作用

1、食品卫生的重要性

2、食品卫生的基本要求

3、健康饮食的重要前提

第二节 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

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

第三节 行业技术环境分析

一、食品生产加工技术概况

二、休闲食品技术发展水平

1、我国休闲食品行业技术水平所处阶段

2、与国外休闲食品行业的技术差距

三、休闲食品加工设备技术分析

四、加工技术创新及未来趋势

第三章 中国休闲食品行业的国际比较分析

第一节 全球食品产业重要增长点

一、多极化发展态势加剧

二、食品跨国集团占主导

三、消费需求持续增长

第二节 中国休闲食品行业的国际比较分析

一、中国休闲食品行业竞争力指标分析

二、中国休闲食品行业经济指标国际比较分析

三、休闲食品行业国际竞争力比较

1、生产要素

2、需求条件

3、支援与相关产业

4、企业战略、结构与竞争状态

第三节 休闲食品行业市场需求分析

一、市场现状分析

二、市场需求旺盛

三、人均消费差距

四、市场前景展望

第二部分 行业深度分析

【休闲食品行业整体运行情况怎样?行业各项经济指标运行如何(产值、市场规模.....)?休闲食品市场供需形势怎样?未来需求形势如何?】

第四章 我国休闲食品行业运行现状分析

第一节 我国休闲食品行业发展状况分析

一、我国休闲食品行业发展阶段

二、我国休闲食品行业发展总体概况

三、我国休闲食品行业发展特点分析

四、我国休闲食品行业商业模式分析

第二节 休闲食品市场情况分析

一、中国休闲食品市场现状综述

1、我国休闲食品市场容量

2、创新成就休闲食品业 “领军者”

3、休闲食品行业布局

二、中国休闲食品业存在的问题分析

1、跌入多品系漩涡

2、品牌分辨模糊

3、通路建设粗放

4、产品创新力不足

三、中国休闲食品产品市场发展分析

- 1、区域板块效应明显
- 2、品类细化和口味化趋势明显
- 3、高收入满巢家庭成消费主流

第三节 中国食品行业发展面临的挑战及发展策略

- 一、产业化程度低
- 二、运用高新技术
- 三、培养专业人才
- 四、创新产品生产
- 五、转变经营模式
- 六、建立现代化商业制度

第五章 我国休闲食品行业整体运行指标分析

第一节 中国食品行业产销情况分析

- 一、我国食品行业工业总产值
- 二、我国食品行业工业销售产值
- 三、我国食品行业产销率

第二节 中国休闲食品产销情况

- 一、休闲食品产值
- 二、休闲食品消费总额
- 三、休闲食品人均消费规模

第三节 中国休闲食品行业经济指标分析

- 一、行业盈利能力分析

1、销售收入

2、利润规模

二、行业营运能力分析

三、行业发展能力分析

四、进出口状况

第六章 2021-2026年中国休闲食品经营模式分析

第一节 行业主要运营模式简析

一、主要经营模式介绍

二、连锁经营模式

三、量贩式零食店

四、发展自有品牌

第二节 休闲食品市场渠道分析

一、市场零售业态

二、连锁专卖店

三、市场网购渠道

四、销售渠道下沉

五、渠道品牌分析

第三节 休闲食品连锁经营模式分析

一、连锁加盟的方式

二、重点企业分析

三、连锁经营的优势

四、开展连锁经营的方法

第三部分 市场全景调研

【焙烤类、坚果炒货类、糖果类休闲食品.....各细分市场情况如何?细分产品发展情况如何?】

第七章 2021-2026年焙烤类休闲食品发展分析

第一节 2021-2026年焙烤食品发展分析

一、行业相关定义

二、行业发展态势

三、市场规模分析

四、行业营销模式

五、发展趋势预测

第二节 2021-2026年主要焙烤类休闲食品行业财务状况

一、中国糕点、面包制造行业经济规模

二、中国糕点、面包制造行业盈利能力

三、中国糕点、面包制造行业营运能力指标分析

第三节 糕点食品

一、行业生命周期

二、市场竞争主体

三、体验营销策略

四、企业发展困境

五、中式糕点发展分析

第四节 面包食品

一、行业发展特点

二、行业竞争格局

三、行业进入壁垒

四、未来发展趋势

第五节 饼干食品

一、行业简介及标准

二、消费总量及预测

三、品牌影响力分析

四、细分领域分析

五、行业发展困境

六、市场潜力分析

七、行业发展策略

第六节 膨化食品

一、市场发展态势

二、细分产品格局

三、最新法律法规

四、品牌影响力分析

五、相关设备需求

第八章 2021-2026年坚果炒货类休闲食品发展分析

第一节 2021-2026年坚果炒货行业发展分析

一、行业发展概述

二、行业市场规模

三、产业集群发展

四、产品消费趋势

五、市场发展趋势

第二节 坚果类产品

一、全球市场规模

二、消费行为选择

三、进口规模分析

四、澳对华出口坚果

五、坚果贸易加工基地

六、加强品牌营销策略

第三节 炒货类产品

一、炒货行业市场态势

二、消费者行为分析

三、花生市场竞争格局

四、花生市场营销策略

五、瓜子市场营销策略

第九章 2021-2026年糖果类休闲食品发展分析

第一节 2021-2026年糖果行业发展分析

一、行业规模分析

二、产品产量规模

三、区域格局分析

四、消费行为分析

五、企业并购行为

六、本土企业突围办法

第二节 2021-2026年糖果、巧克力制造行业财务状况

一、中国糖果、巧克力制造行业经济规模指标分析

二、中国糖果、巧克力制造行业盈利能力指标分析

三、中国糖果、巧克力制造行业营运能力指标分析

第三节 传统糖果

一、市场竞争格局

二、热点产品分析

三、行业发展趋势

四、传统糖果商转型

第四节 巧克力

一、原材料减产成因

二、价格上涨趋势

三、品牌影响力

四、市场竞争格局

五、消费潜力分析

第五节 口香糖

一、消费行为分析

二、市场竞争格局

三、品牌影响力

四、市场消费潜力

五、口香糖污染问题

第十章 2021-2026年果冻及果脯食品市场分析

第一节 果脯蜜饯

一、行业发展概况

二、蜜饯产品流派

三、重点品牌介绍

四、消费行为分析

第二节 2021-2026年蜜饯制造行业财务状况

一、中国蜜饯制造行业经济规模指标分析

二、中国蜜饯制造行业盈利能力指标分析

三、中国蜜饯制造行业营运能力指标分析

第三节 果冻

一、果冻行业发展

二、行业相关标准

三、行业发展规模

四、市场竞争格局

五、行业存在的问题

六、行业发展趋势

第四节 红枣制品

一、行业发展概况

二、红枣市场规模

三、行业产业链分析

四、市场发展预测

第十一章 中国休闲食品消费行为及营销分析

第一节 休闲食品消费行为分析

一、休闲食品消费概况

二、细分产品消费分析

三、消费者属性分析

四、消费者选择因素

第二节 休闲食品市场营销策略

一、前期市场调研

二、规划优质产品线

三、做好产品营销

四、旺季营销策略

五、加强创新升级

第三节 休闲食品品牌推广策略

一、品牌规划模式

二、差异化策略

三、品牌发展战略

四、品牌传播渠道

五、品牌营销形式

第四节 休闲食品广告投投放情况分析

一、广告投放总体规模

二、广告投放类型分析

三、电视广告投放情况

四、细分领域广告投放

第四部分 竞争格局分析

【休闲食品市场竞争程度怎样?集中度有什么变化?并购重组有什么趋势?区域市场发展情况如何?品牌企业经营情况怎样?】

第十二章 2026-2031年休闲食品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、休闲食品行业竞争结构分析
- 二、休闲食品行业企业间竞争格局分析
- 三、休闲食品行业集中度分析

第二节 中国休闲食品行业竞争格局综述

- 一、休闲食品行业竞争概况
 - 1、中国休闲食品行业品牌竞争格局
 - 2、休闲食品业未来竞争格局和特点
 - 3、休闲食品市场进入及竞争对手分析
 - 二、中国休闲食品行业竞争力分析
 - 1、我国休闲食品行业竞争力剖析
 - 2、我国休闲食品企业市场竞争的优势
 - 3、与外企比较分析
 - 4、国内休闲食品企业竞争能力提升途径
 - 三、中国休闲食品竞争力优势分析
 - 四、休闲食品行业主要企业竞争力分析
- ### 第三节 休闲食品行业竞争格局分析
- 一、国内外休闲食品竞争分析

二、我国休闲食品市场竞争分析

三、我国休闲食品市场集中度分析

四、国内主要休闲食品企业动向

第十三章 休闲食品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国休闲食品企业总体发展状况分析

一、休闲食品企业资本运作分析

二、休闲食品企业创新及品牌建设

三、休闲食品行业企业排名分析

第二节 中国领先休闲食品企业经营形势分析

一、雀巢(中国)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业经营效益分析

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二、亿滋食品企业管理(上海)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、三大产品市场份额

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

三、箭牌糖果(中国)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

四、中国旺旺控股有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

五、洽洽食品股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、瓜子市场份额领先优势

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

六、玛氏食品(中国)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业经营效益分析

8、企业发展目标

七、好丽友食品有限公司

1、企业发展概况

2、企业组织结构

3、企业业务发展

4、企业产品分析

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

八、不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业经营效益分析

7、企业投资战略

8、企业发展目标

九、百事食品(中国)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

十、福建达利食品集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

十一、广东喜之郎集团有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业销售网络分析

十二、福建亲亲股份有限公司

1、企业发展概况

- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业经营效益分析
- 6、企业竞争优势分析
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

十三、东莞徐记食品有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

十四、上好佳(中国)有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

十五、成都福马食品有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

十六、乐天(中国)食品有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

十七、福建省晋江福源食品有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

十八、上海江崎格力高食品有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

十九、津市市中意食品有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十、福建雅客食品有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十一、金冠(中国)食品有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十二、福建久久王食品工业有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

二十三、蜡笔小新休闲食品集团有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

二十四、中粮金帝食品(深圳)有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十五、明治制果食品工业(上海)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十六、光明食品(集团)有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十七、好想你枣业股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十八、盐津铺子食品股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

3、企业产品分析

4、企业销售收入

5、企业竞争实力

6、企业发展能力

7、企业投资战略

8、企业发展目标

二十九、四川徽记食品股份有限公司

1、企业发展概况

2、企业业务发展

- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

三十、浙江小王子食品股份有限公司

- 1、企业发展概况
- 2、企业业务发展
- 3、企业产品分析
- 4、企业销售收入
- 5、企业竞争实力
- 6、企业发展能力
- 7、企业投资战略
- 8、企业发展目标

第五部分 发展前景展望

【“十四五”期间将强化监督食品安全，未来休闲食品行业发展前景怎样?有些什么样的变化趋势?细分产品发展前景怎样?休闲食品行业的投资机会在哪里?】

第十四章 2026-2031年休闲食品行业前景及趋势预测

第一节 休闲食品行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十四五”期间休闲食品行业运行情况
- 二、“十四五”规划对经济发展的影响

三、“十四五”期间休闲食品行业发展成果

四、休闲食品行业“十四五”发展方向预测

第二节 2026-2031年休闲食品市场发展前景

一、2026-2031年休闲食品市场发展方向及潜力

二、2026-2031年休闲食品市场发展前景展望

三、2026-2031年休闲食品细分行业发展前景分析

第三节 2026-2031年休闲食品市场发展趋势预测

一、2026-2031年休闲食品行业发展趋势

1、渠道发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2026-2031年休闲食品市场规模预测

1、休闲食品行业市场容量预测

2、休闲食品行业销售收入预测

三、2026-2031年休闲食品行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第四节 2026-2031年中国休闲食品行业供需预测

一、2026-2031年中国休闲食品行业供给预测

二、2026-2031年中国休闲食品行业产量预测

三、2026-2031年中国休闲食品市场销量预测

四、2026-2031年中国休闲食品行业需求预测

第五节 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

第十五章 休闲食品行业投资机会与风险防范

第一节 休闲食品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、休闲食品行业投资现状分析

第二节 2026-2031年休闲食品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、休闲食品行业投资机遇

第三节 2026-2031年休闲食品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国休闲食品行业投资建议

一、休闲食品行业未来发展方向

二、休闲食品行业主要投资建议

三、中国休闲食品企业融资分析

第六部分 发展战略研究

【休闲食品行业面临哪些问题及瓶颈?有哪些解决对策?未来的投资战略和发展战略如何制定?】

第十六章 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 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

第三节 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

第四节 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

第五节 休闲食品行业投资战略研究

- 一、休闲食品行业投资战略
- 二、2026-2031年休闲食品行业投资战略

第十七章 研究结论及发展建议

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 中道泰和休闲食品行业发展建议

- 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

图表目录

图表：2021-2026年食品出厂价格指数走势

图表：2021-2026年食品工业经济效益指标

图表：2021-2026年按区域分的食品工业收入及利润

图表：2021-2026年食品工业固定资产投资状况

图表：2021-2026年食品制造业销售收入

图表：2021-2026年食品制造业销售收入增长趋势图

图表：2021-2026年食品制造业资产总额

图表：2021-2026年食品制造业总资产增长趋势图

图表：2021-2026年食品制造业利润总额

图表：2021-2026年食品制造业利润总额增长趋势图

图表：2021-2026年食品制造业销售毛利率趋势图

图表：休闲食品行业发展历程

图表：中国休闲食品行业所处发展阶段

图表：休闲食品区域效应明显

图表：我国休闲食品八大类

图表：主要休闲食品子行业占食品行业业务收入占比

图表：各地区主要休闲食品品类及品牌

图表：休闲食品主要品类零售额占比

图表：2021-2026年中国焙烤食品制造总体运行情况

图表：2021-2026年中国焙烤食品规模以上企业数量

图表：2021-2026年糕点、面包制造业销售规模

图表：2021-2026年糕点、面包制造业销售收入

图表：2021-2026年糕点、面包制造业资产总额

图表：2021-2026年糕点、面包制造业成本费用

图表：2021-2026年糕点、面包制造业利润总额

图表：2021-2026年中国饼干市场消费量

图表：2021-2026年饼干/威化行业品牌影响力排名

图表：2021-2026年膨化食品行业品牌排行榜

图表：2021-2026年我国干果及坚果进口量

图表：2021-2026年全国糖果产量

图表：2021-2026年全国糖果产量分省市统计表

图表：糖果产品消费者属性分析

图表：糖果消费区域分析

图表：糖果市场消费者需求

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业销售规模

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业销售收入

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业资产总额

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业成本费用

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业盈利水平

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业利润总额

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造业销售毛利率

图表：2021-2026年巧克力行业品牌排行榜

图表：巧克力市场格局分析

图表：口香糖在不同群体中渗透率

图表：消费者口香糖消费频次

图表：2021-2026年口香糖行业品牌排行榜

图表：2021-2026年蜜饯果脯产品品牌排行榜

图表：消费品对果脯蜜饯产品的品牌选择

图表：消费者对果脯蜜产品的选择

图表：2021-2026年蜜饯制造业销售收入

图表：2021-2026年蜜饯制造业销售收入增长趋势图

图表：2021-2026年蜜饯制造业资产总额

图表：2021-2026年蜜饯制造业总资产增长趋势图

图表：2021-2026年蜜饯制造业利润总额

图表：2021-2026年蜜饯制造业销售毛利率趋势图

图表：2021-2026年蜜饯制造行业总资产周转率对比图

图表：2021-2026年我国红枣产量

图表：红枣深加工产业链

图表：2021-2026年我国绿色休闲食品市场规模及预测

图表：中国进口食品市场容量

图表：进入中国的各国进口包装食品品牌数量排名

图表：中国食品电商交易金额

图表：各类别食品网购占比

图表：食品电商消费者需求点分析

图表：食品网购人群性别类比

图表：食品网购人群年龄类比

图表：食品网购消费人群职业分析

图表：食品网购消费人群家庭属性分析

图表：食品电商模式分类

图表：淘宝商城休闲食品销售情况

图表：“三只松鼠”核心战略

图表：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况

图表：休闲食品热衷消费家庭属性(婚姻状况)

图表：休闲食品热衷消费家庭属性(收入)

图表：洽洽食品股份有限公司主营业务收入

图表：洽洽食品股份有限公司盈利能力分析

图表：洽洽食品股份有限公司利润总额

图表：洽洽食品股份有限公司经营分析

图表：休闲食品热衷消费家庭购买的产品

图表：2021-2026年休闲食品行业广告投放规模

图表：2026-2031年我国休闲食品市场规模预测

图表：2026-2031年食品电商交易规模预测

图表：2026-2031年我国饼干消费量增长预测

图表：2026-2031年中国红枣加工业产值预测

图表：2026-2031年我国红枣产量预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：56913

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170324/56913.shtml>

在线订购：[点击这里](#)