

2024-2029年中国休闲小食品行业市场深度调研及投资战略咨询报告

报告简介

随着我国旅游行业的兴旺发展，休闲食品进入不断改进和创新的发展新阶段。休闲食品消费增长速度很快，汉鼎咨询统计显示，近年来我国休闲食品市场规模呈几何级的速度增长，高出食品市场平均增长率20个百分点，在中国食品市场的地位日益重要。

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。

休闲食品行业在规模增长的同时，品种和类别也大幅度增多。目前，市场上大行其道的休闲食品共有以下几大类：谷物膨化类、油炸果仁类、油炸薯类、油炸谷物类、食糖类、肉禽鱼类、干制果蔬类等。但中国休闲食品产量与国外发达国家相比相距甚远，尤其同世界休闲食品消费大国美国相比，中美两国人均消费差距约为150倍。另一方面，中国因几大休闲食品生产厂家都集中开发谷物膨化产品，使得产品品种单一，竞争较为激烈；由于技术力量相对薄弱，导致目前休闲食品风味还不能与国际上同类产品风味相媲美；国内除几大合资企业外，许多国营中、小型厂家制造的休闲食品包装色彩及品质较为粗糙；因技术力量不足、食品机械落后，使许多适龄产品的开发尚处空白。

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。

休闲小食品研究报告对休闲小食品行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的膨化休闲小食品资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。膨化休闲小食品报告绝对如实地反映客观情况，叙述、说明、推断、引用均恰如其分。文字、用词应力求准确。研究报告的文字也简单、明了、通顺、流畅，既明白如话，又把研究的效果准确地、科学地表达出来。膨化休闲小食品研究报告以行业为研究对象，并基于行业的现状，行业经济运行数据，行业供需现状，行业竞争格局，重点企业经营分析，行业产业链分析，市场集中度等现实指标，分析预测行业的发展前景和投资价值。通过最深入的数据挖掘，对行业进行严谨分析，从多个角度去评估企业市场地位，准确挖掘企业的成长性，已经为众多企业带来了最专业的研究和最有价值的咨询服务过程。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国

商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外膨化休闲小食品行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对膨化休闲小食品下游行业的发展进行了探讨，是膨化休闲小食品及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握膨化休闲小食品行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 行业发展概述

第一章 休闲小食品行业基本概述

第一节 行业定义、地位及作用

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

1、谷物类制品

2、果仁类制品

3、薯类制品

4、糖食类制品

5、派类制品

6、肉禽鱼类制品

7、干制水果类制品

8、海洋类制品

第二节 休闲小食品行业经营模式

一、个体经营的零售模式

二、超市卖场零售模式

三、连锁零售模式

四、电子商务批发零售模式

第三节 中国休闲小食品行业五力竞争模型

一、休闲小食品行业上游议价能力分析

- 二、休闲小食品行业下游议价能力分析
- 三、休闲小食品行业替代者威胁分析
- 四、休闲小食品行业潜在进入者威胁分析
- 五、休闲小食品行业竞争状况总结
- 第四节 国际休闲小食品行业知名企业
- 第五节 中国休闲小食品行业领先企业
- 第二章 2019-2023年世界休闲小食品行业发展分析
- 第一节 世界休闲小食品行业发展概述
- 第二节 全球休闲小食品行业市场概述
 - 一、全球休闲小食品行业供需现状
 - 二、全球休闲小食品行业市场格局
- 第三节 世界部分国家地区休闲小食品行业发展状况
 - 一、供需现状分析
 - 二、贸易状况分析
- 第三章 中国休闲小食品行业宏观环境
- 第一节 中国休闲小食品行业经济环境
- 第二节 中国休闲小食品行业政策环境
 - 一、中国休闲小食品行业发展规划
 - 二、休闲小食品行业相关法律法规
- 第三节 中国休闲小食品行业社会环境分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、消费环境分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析

五、中国城镇化率

第四章 2019-2023年中国休闲小食品行业发展现状

第一节 中国休闲小食品行业发展概述

一、中国休闲小食品行业发展面临的问题

二、中国休闲小食品行业发展对应的策略

第二节 2019-2023年中国休闲小食品行业发展状况

一、2019-2023年行业市场规模

二、2019-2023年行业工业产值分析

第三节 2019-2023年中国休闲小食品行业供需分析

一、中国休闲小食品市场供给总量分析

二、中国休闲小食品市场需求总量分析

三、中国休闲小食品市场供需平衡分析

第四节 2019-2023年中国休闲小食品行业盈利能力分析

一、中国休闲小食品行业收入分析

二、中国休闲小食品行业利润分析

三、中国休闲小食品行业资产分析

四、中国休闲小食品行业盈利能力指标分析

第二部分 行业深度分析

第五章 中国休闲小食品行业产销贸易分析及预测

第一节 休闲小食品行业产量分析

一、2019-2023年中国休闲小食品行业产量分析

二、中国休闲小食品产品结构分析

三、2024-2029年中国休闲小食品行业产量预测

第二节 休闲小食品行业销售分析

一、2019-2023年中国休闲小食品行业销量分析

二、中国休闲小食品产品销售结构分析

三、2024-2029年中国休闲小食品行业销量预测

第六章 2019-2023年中国休闲小食品行业重点区域分析及前景

第一节 华北地区

一、华北地区休闲小食品产销情况

二、华北地区休闲小食品行业发展动态

第二节 华东地区

一、华东地区休闲小食品产销情况

二、华东地区休闲小食品行业发展动态

第三节 东北地区

一、东北地区休闲小食品产销情况

二、东北地区休闲小食品行业发展动态

第四节 华中地区

一、华中地区休闲小食品产销情况

二、华中地区休闲小食品行业发展动态

第五节 华南地区

一、华南地区休闲小食品产销情况

二、华南地区休闲小食品行业发展动态

第六节 西南地区

一、西南地区休闲小食品产销情况

二、西南地区休闲小食品行业发展动态

第七节 西北地区

一、西北地区休闲小食品产销情况

二、西北地区休闲小食品行业发展动态

第七章 2019-2023年中国休闲小食品行业经济运行情况分析

第一节 企业数量和分布

一、企业数量

二、分布情况

第二节 企业各类费用分析

一、财务费用

二、管理费用

三、销售费用

第三节 行业销售收入及利润分析

第四节 行业税金情况

一、销售税金及附加

二、税金总额

第八章 中国休闲小食品行业市场竞争分析

第一节 行业竞争环境分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 市场竞争策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、推广策略

第三节 休闲小食品行业市场竞争趋势分析

一、休闲小食品行业竞争格局分析

二、休闲小食品行业竞争趋势分析

第九章 中国休闲小食品行业重点企业发展情况分析

第一节 中国旺旺控股有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第二节 福建达利食品集团有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第三节 福建盼盼食品集团有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第四节 杭州顶园食品有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第五节 亲亲食品工业有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第六节 上海金丝猴食品股份有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第七节 福建雅客食品有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第八节 上好佳(中国)有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第九节 冠生园(集团)有限公司发展情况分析

一、企业概况

二、经营状况分析

三、主导产品分析

四、企业竞争力评价

第十章 中国休闲小食品市场消费调查

第一节 休闲小食品消费者基本情况分析

一、消费者购买休闲小食品频率

二、不同年龄的消费者偏好

三、休闲小食品消费家庭结构

第二节 休闲小食品消费者需求分析

一、消费者产品偏好分析

二、消费者购买目的分析

三、消费者考虑因素研究

四、消费者价格偏好分析

第三节 休闲小食品消费者认知情况

(一)消费者购买休闲小食品途径分析

(二)消费者对休闲小食品认知渠道分析

(三)消费者对休闲小食品品牌认知情况

第四节 休闲小食品安全问题消费者调查

一、休闲小食品质量问题认知情况分析

二、休闲小食品安全问题解决途径选择

第十一章 中国休闲小食品产业国际竞争力分析

第一节 中国休闲小食品产业上下游环境分析

第二节 中国休闲小食品产业环节分析

一、开发设计

二、原料生产与加工

三、市场营销

四、售后服务

第三节 中国休闲小食品企业盈利模型研究分析

一、核心竞争力

二、战略思想

第四节 休闲小食品企业世界竞争力比较优势

一、生产要素

二、需求条件

三、配套与相关产业

第五节 中国休闲小食品企业竞争策略研究

一、供应链一体化战略

二、业务延伸及扩张策略

三、品牌管理策略

四、多元化经营策略

第十二章 2024-2029年中国休闲小食品行业投资风险分析及建议

第一节 中国休闲小食品行业投资风险分析

一、宏观风险

二、市场风险

三、政策风险

四、经营风险

五、技术风险

六、竞争风险

第二节 中国休闲小食品行业投资风险的防范和对策

第三节 中国休闲小食品行业投资建议分析

一、投资产品建议

二、投资方式建议

第四节 2024-2029年中国休闲小食品行业投资策略分析

一、投资方式选择策略

二、兼并及收购策略

三、海外资本市场的投资策略

第三部分 行业发展趋势

第十三章 2024-2029年中国休闲小食品行业发展趋势分析

第一节 中国休闲小食品行业发展趋势分析

一、中国休闲小食品行业发展分析

二、中国休闲小食品行业产品开发方向

第二节 2024-2029年中国休闲小食品行业运行状况预测

一、2024-2029年中国休闲小食品行业工业总产值预测

二、2024-2029年中国休闲小食品行业销售收入预测

三、2024-2029年中国休闲小食品行业利润总额预测

四、2024-2029年中国休闲小食品行业总资产预测

图表目录

图表：全球经济运行情况及预测

图表：我国经济运行情况及预测

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业产值规模变化

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业销售规模变化

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业市场容量变化

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业资产状况

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业负债状况

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业成长性分析

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业经营能力分析

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业盈利能力

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业产能分析

图表：2024-2029年中国休闲小食品行业产能预测

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业产量分析

图表：2019-2023年中国休闲小食品行业产能利用率

图表：2024-2029年中国休闲小食品行业产量预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170506/75105.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)