

2026-2031年中国休闲食品行业市场全景调研与竞争格局分析报告

报告简介

休闲食品俗称“零食”，是快速消费品的一类，是人们在主食之外，在闲暇、休息时所吃的食品，整体可以分为谷物休闲食品(烘焙类、膨化类、油炸类)、糖果巧克力、坚果炒货、休闲豆制品、休闲素食蔬果、肉干肉脯、果冻、果脯蜜饯、西式甜点派等大类。食用休闲食品能减轻人的心理压力，并能帮助食用者缓解自身情绪，保持心情舒畅，休闲食品逐渐成为人们日常消费必不可少的一部分。

中国休闲食品行业主体数量众多，产品具有同质性特点，进出行业门槛较低，信息基本互通，消费者覆盖面广;但是，也存在着一定的技术壁垒，在一些细分领域有一些龙头企业的市场影响超越其它同行业公司，品牌影响和差异化程度逐步加大。小品类休闲食品行业存在多个子行业，行业整体属于垄断竞争市场;但是由于行业处在发展初期，垄断竞争的程度分散，更接近完全竞争市场，市场竞争程度激烈。

随着经济的发展和消费水平的提高，休闲食品正在逐渐升级成为百姓日常的必需消费品。现阶段，中国休闲食品电商三足鼎立格局初现,龙头优势明显。三只松鼠、百草味、良品铺子已牢牢占据了休闲食品电商前三,其他品牌竞争难度加大。休闲零食作为发展较成熟的品类，近年移动端的成交比例不断提升，商家应抓住移动电商的机会。在移动互联网时代，消费者的购物行为相较PC端有较大的变化，商家的经营策略需做针对性的调整。

中国休闲食品行业未来五年增长动力主要来自居民饮食休闲化趋势以及行业无边界、产品外延不断延伸的特征。国内休闲零食成为一个独立品类商品时间不久，市场潜力还很大。食用休闲食品能减轻人的心理压力，并能帮助食用者缓解自身情绪，保持心情舒畅，休闲食品逐渐成为人们日常消费必不可少的一部分。随着中国国民经济持续稳健快速增长，中国城市化率仍将持续提高，城镇居民数量稳步增加，人均国民收入和居民可支配收入均表现出良好的增长态势，这些都为中国休闲食品连锁经营的持续发展提供了广阔的市场空间。

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、国务院发展研究中心、中国连锁经营协会、中国休闲食品网、中国休闲食品连锁品牌协会、中国休闲食品协会、51行业报告网、中国海关总署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，对中国休闲食品行业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，并重点分析了中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

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、行业定义
- 二、行业主要产品分类
- 三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 休闲食品行业统计标准

- 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 中国休闲食品行业发展周期

- 一、成长速度
- 二、附加值的提升空间

三、行业周期

第二章 中国休闲食品行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

一、信息技术水平分析

二、客户端软件分析

三、技术发展趋势分析

第三章 国际休闲食品行业发展分析及经验借鉴

第一节 西方业的变革

一、百货商店的诞生

二、连锁商店的兴起

三、超级市场的诞生

四、信息技术的促进

第二节 全球休闲食品市场总体情况分析

一、市场结构

二、行业发展分析

三、行业竞争格局

第三节 美国休闲食品行业发展经验借鉴

一、行业发展历程及现状

二、行业成功案例分析

三、行业发展趋势预测

四、行业对中国的启示

第四节 欧洲休闲食品行业发展经验借鉴

一、行业发展历程及现状

二、行业成功案例分析

三、行业发展趋势预测

四、行业对中国的启示

第二部分 市场深度分析

第四章 中国休闲食品行业运行现状分析

第一节 中国休闲食品行业发展状况分析

一、中国休闲食品行业发展概况及特点

二、中国休闲食品行业发展存在的问题及对策

三、中国休闲食品行业商业模式分析

第二节 休闲食品行业发展现状分析

一、中国休闲食品行业投资规模

二、中国休闲食品行业市场规模分析

三、中国休闲食品行业市场结构分析

第三节 中国休闲食品行业市场数据分析

一、行业销售收入分析

二、行业线上线下销售收入结构分析

三、行业成交量分析

四、行业利润总额分析

第四节 中国休闲食品行业企业发展分析

一、企业数量及增长分析

二、不同规模企业结构分析

三、不同所有制企业结构分析

四、行业从业人员数量分析

第五节 2021-2026年中国休闲食品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第五章 中国休闲食品市场供需及进出口分析

第一节 休闲食品行业生产分析

一、产品进口、自有比例

二、国内产品生产基地分布

三、产品产业集群发展分析

第二节 中国休闲食品市场供需分析

一、中国休闲食品行业供给情况

1、中国休闲食品行业产能分析

2、中国休闲食品行业产品产量分析

3、重点企业产能及占有份额

二、中国休闲食品行业需求情况

1、休闲食品行业需求市场

2、休闲食品行业需求结构

3、休闲食品行业需求的地区差异

三、中国休闲食品行业供需平衡分析

第三节 中国休闲食品行业进出口分析

一、进出口总额

二、进出口总量

三、进出口结构

第六章 中国休闲食品消费者分析

第一节 消费者人群分析

一、消费者年龄结构

二、消费者性别比例

三、消费者收入水平分析

四、消费者居住环境

第二节 核心消费者特点分析

一、购买频率

二、主要购买平台

三、主要购买产品分类

第三节 消费者需求特点分析

一、配送准时率

二、产品质量要求

三、产品种类要求

第四节 消费者行为影响因素分析

一、品牌知名度

二、产品价格

三、送到时间

四、产品质量

第三部分 市场全景调研

第七章 休闲食品行业关联产业分析

第一节 物流行业发展现状及前景分析

一、物流行业发展概况及特点

二、社会物流总额分析

三、物流行业企业数量分析

四、物流行业发展趋势及前景

第二节 电子商务行业发展现状及前景分析

一、电子商务行业发展概况

二、电子商务行业交易规模分析

三、电子商务行业发展存在的问题

四、电子商务行业面临的挑战与机遇

五、电子商务行业发展趋势及前景

第三节 互联网行业发展现状及前景分析

一、互联网行业发展概况

二、互联网用户数量及结构分析

三、互联网行业面临的机遇

四、互联网行业发展趋势及前景

第八章 休闲食品销售渠道及策略分析

第一节 休闲食品行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、休闲食品营销环境分析与评价

1、国际环境下的休闲食品

2、企事业需求下的休闲食品

3、中国休闲食品市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 休闲食品行业市场营销策略分析

一、休闲食品行业市场定位策略

二、休闲食品行业市场产品策略

三、休闲食品行业市场价格策略

四、休闲食品行业市场渠道策略

五、休闲食品行业市场促销策略

第三节 休闲食品行业市场营销深度分析

一、休闲食品行业市场品牌营销

二、休闲食品行业市场文化营销

三、休闲食品行业市场营销创新

四、休闲食品行业市场电商营销

五、二三四级市场营销分析

第四节 休闲食品行业市场广告策略分析

一、休闲食品广告目标制定分析

二、休闲食品广告预算决策分析

三、休闲食品广告信息传递分析

四、休闲食品广告媒介决策分析

五、休闲食品广告效果评价分析

六、休闲食品广告投放策略分析

第五节 休闲食品地方强势品牌营销策略

一、经销商原则

二、特通渠道原则

三、核心区域合作经销商原则

四、强势商场和大型连锁超市直供原则

第六节 高端休闲食品经营策略分析

一、高端休闲食品市场细分策略

二、高端休闲食品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、高端休闲食品新产品差异化战略

第四部分 竞争格局分析

第九章 2026-2031年休闲食品行业竞争形势分析

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

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、休闲食品行业swot分析

1、休闲食品行业优势分析

2、休闲食品行业劣势分析

3、休闲食品行业机会分析

4、休闲食品行业威胁分析

第二节 休闲食品行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 休闲食品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 休闲食品行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第十章 休闲食品行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域分布特点分析

二、行业企业数量区域分布

三、行业销售收入区域分布

第二节 华东地区休闲食品行业发展分析

一、行业发展概况分析

二、行业消费能力

三、行业市场规模

四、消费者购买渠道

五、行业发展趋势

第三节 华南地区休闲食品行业发展分析

一、行业发展概况分析

二、行业消费能力

三、行业市场规模

四、消费者购买渠道

五、行业发展趋势

第四节 华中地区休闲食品行业发展分析

一、行业发展概况分析

二、行业消费能力

三、行业市场规模

四、消费者购买渠道

五、行业发展趋势

第五节 华北地区休闲食品行业发展分析

一、行业发展概况分析

二、行业消费能力

三、行业市场规模

四、消费者购买渠道

五、行业发展趋势

第六节 西南地区休闲食品行业发展分析

一、行业发展概况分析

二、行业消费能力

三、行业市场规模

四、消费者购买渠道

五、行业发展趋势

第七节 东北地区休闲食品行业发展分析

一、行业发展概况分析

二、行业消费能力

三、行业市场规模

四、消费者购买渠道

五、行业发展趋势

第十一章 中国休闲食品重点企业分析

第一节 良品铺子股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 三只松鼠股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节 上海来伊份股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第四节 盐津铺子食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第五节 杭州郝姆斯食品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第六节 天喔食品(集团)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第七节 杭州华味亨食品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第八节 洽洽食品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第九节 苏州口水娃食品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十节 上海兰馨阿明食品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营情况分析

三、企业运行模式分析

四、企业渠道布局分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年休闲食品行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年休闲食品市场发展前景

一、行业市场发展潜力

二、行业市场发展前景展望

三、行业细分市场发展前景分析

第二节 2026-2031年休闲食品市场发展趋势预测

一、行业技术发展趋势分析

二、行业市场规模预测

三、行业细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年休闲食品行业发展前景分析

一、行业发展趋势分析

二、行业市场规模预测

三、行业市场需求规模预测

四、行业市场整合趋势预测

第十三章 2026-2031年休闲食品行业投资机会与风险防范

第一节 中国休闲食品行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

1、品牌壁垒

2、渠道壁垒

3、政策监管壁垒

4、生产技术和经验壁垒

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 中国休闲食品行业投资情况分析

一、行业总体投资及结构

二、行业投资规模情况

三、行业投资项目分析

第三节 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

第四节 中国休闲食品行业投资风险

- 一、行业政策险
- 二、行业关联产业风险
- 三、行业技术风险
- 四、行业其他风险

第五节 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
 - 1、中国休闲食品企业IPO融资分析
 - 2、中国休闲食品企业再融资分析

第十四章 休闲食品行业投资战略分析

第一节 对中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

第二节 休闲食品行业发展战略

一、企业竞合战略

二、渠道和终端布局

三、产业融合战略

第三节 休闲食品行业投资战略研究

一、2021-2026年企业投资战略

二、2026-2031年行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：休闲食品行业产品的分类结构

图表：休闲食品行业成长周期图

图表：2021-2026年中国gdp季度累计增长图

图表：2021-2026年中国休闲食品行业资产规模分析

图表：2021-2026年中国休闲食品行业市场规模分析

图表：2021-2026年中国休闲食品行业市场发展特点

图表：2021-2026年中国休闲食品行业交易总额分析

图表：2021-2026年中国休闲食品行业订单量分析

图表：2021-2026年中国休闲食品行业利润总额分析

图表：2021-2026年休闲食品企业数量变化分析分析

图表：2021-2026年休闲食品不同规模企业结构分析

图表：2021-2026年休闲食品网络平台数量分析

图表：2021-2026年休闲食品从业人员数量分析

图表：2021-2026年休闲食品行业盈利能力分析

图表：2021-2026年休闲食品行业营运能力分析

图表：2021-2026年休闲食品行业偿债能力分析

图表：2021-2026年休闲食品行业发展能力分析

图表：2021-2026年休闲食品市场集中度分析

图表：2021-2026年休闲食品企业集中度分析

图表：2021-2026年休闲食品行业区域集中度分析

图表：2021-2026年休闲食品行业品牌竞争格局

图表：2021-2026年休闲食品行业企业竞争格局

图表：2021-2026年休闲食品行业产品竞争格局

图表：2021-2026年休闲食品行业区域分布特点分析

图表：2021-2026年休闲食品行业企业数量

图表：2026-2031年休闲食品行业市场规模预测

图表：2026-2031年休闲食品行业销售收入预测

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：110784

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190313/110784.shtml>

在线订购：[点击这里](#)