

2024-2029年中国休闲食品行业现状与发展前景预测报告

报告简介

休闲零食是在人们闲暇、休息时所吃的食品，最贴切的解释是吃着玩的食物。主要分类有：坚果炒货、饼干糕点、枣类制品、糖果乳酪、豆干类、蜜饯、干果、膨化食品、糖果、酸角糕、鱼系列、肉制食品、茶饮冲泡等。随着生活水平的提高，休闲零食一直是深受广大人民群众喜爱的食品。休闲零食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，消费者对于休闲零食数量和品质的需求不断增长。

休闲食品行业可以分为坚果、种子和果仁混合物，咸味小吃，薯条，膨化食品，米类零食，休闲饼干，爆米花以及其他。其中收入规模最大的就是咸味小吃，之所以咸味休闲食品市场最大，主要是咸味小吃需求稳定且呈刚性，用户粘性强。

结合中国休闲食品行业线上线下零售额占比变化趋势来看，线上零售渠道快速崛起，逐渐成为休闲食品企业重要的销售渠道。

随着互联网的发展，现今电商渠道已经成为零食行业发展的主阵地。三只松鼠、百草味、良品铺子在线上展开了激烈的厮杀，这也给以线下渠道为主的来伊份和盐津铺子带来了不小的冲击。其中，三只松鼠风头正劲，全年销售额和市场占有率最高，并呈现上涨的趋势。

当前，休闲食品的流通渠道依然还比较单一。休闲食品销售的主要场所依然是超市及连锁性休闲食品专卖店，其次是食品店、便利店等。目前来看，搭建强势的营销平台、增强营销平台的品牌创建，成为休闲食品产业发展新的需求。

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、国家农业部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、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，对我国休闲食品市场的发展状况、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市场发展状况和特点，以及中国休闲食品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对休闲食品市场发展态势作了详细分析，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 休闲食品行业概述

第一节 休闲食品行业概述

一、休闲食品定义

二、休闲食品特征

三、休闲食品分类

四、休闲食品的营养价值

第二节 我国休闲食品市场概况

一、行业发展历史分析

二、市场发展现状分析

三、主要产品近几年价格走势分析

第二章 2019-2023年中国休闲食品行业发展分析

第一节 中国休闲食品行业政策环境分析

一、行业主管部门及监管体制

二、行业相关法规及解析

三、行业主要政策及解析

四、行业主管部门、行业主要法律法规和政策对休闲食品企业经营发展的影响

第二节 休闲食品产业行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、宏观经济环境对行业的影响

第三节 我国休闲食品行业社会环境分析

一、国内物价水平分析

二、国民收入/消费水平分析

第四节 我国休闲食品行业技术环境分析

第二部分 行业深度分析

第三章 我国休闲食品所属行业运行现状分析

第一节 休闲食品所属行业产业链概况

一、休闲食品行业上游发展现状

二、休闲食品行业上游发展趋势

三、休闲食品行业下游发展现状

四、休闲食品行业下游发展趋势

第二节 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

第三节 2019-2023年休闲食品行业发展现状

一、2019-2023年我国休闲食品所属行业市场规模

二、2019-2023年我国休闲食品行业发展分析

三、2019-2023年中国休闲食品企业发展分析

第四节 2019-2023年休闲食品市场情况分析

一、2019-2023年中国休闲食品市场总体概况

二、2019-2023年中国休闲食品市场发展分析

第四章 2019-2023年中国休闲食品所属行业主要指标分析

第一节 2019-2023年中国休闲食品所属产业工业主要数据分析

一、休闲食品所属行业工业总产值分析

二、休闲食品所属行业主营业务收入分析

三、休闲食品所属行业利润总额分析

第二节 2019-2023年中国休闲食品所属行业财务指标分析

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 休闲食品所属行业区域市场分析

第一节 休闲食品行业区域市场分析

一、主要生产区域

二、消费市场分布

第二节 华东地区分析

一、市场发展现状分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第三节 华南地区现状分析

一、市场发展现状分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第四节 华中地区现状分析

一、市场发展现状分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第五节 华北地区现状分析

一、市场发展现状分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第六节 东北地区现状分析

一、市场发展现状分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第七节 西部地区现状分析

一、市场发展现状分析

二、市场规模分析

三、发展趋势分析

第六章 2019-2023年中国休闲食品所属行业进出口分析

第一节 2019-2023年休闲食品所属行业进口情况分析

一、休闲食品所属行业进口现状分析

二、休闲食品所属行业进口规模分析

三、休闲食品所属行业进口前景分析

第二节 2019-2023年休闲食品所属行业出口情况分析

一、休闲食品所属行业出口现状分析

二、休闲食品所属行业出口规模分析

三、休闲食品所属行业出口前景分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 休闲食品行业竞争格局分析

第一节 休闲食品行业国内市场竞争状况分析

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 休闲食品行业swot分析

一、休闲食品行业优势分析

二、休闲食品行业劣势分析

三、休闲食品行业机会分析

四、休闲食品行业威胁分析

第三节 休闲食品行业市场竞争策略分析

一、注重技术研发

二、提高服务水平

三、品牌营销策略

四、积极开拓市场

第四节 休闲食品行业的周期性、季节性及区域性特征

一、周期性

二、季节性

三、区域性

第八章 主要休闲食品企业竞争分析

第一节 三只松鼠股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第二节 上海来伊份股份有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第三节 湖北良品铺子食品有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第四节 洽洽食品

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第五节 盐津铺子

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第六节 香飘飘

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第七节 中国旺旺

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第八节 福建达利食品集团有限公司

一、企业发展概述分析

二、企业主营产品

三、企业经营状况

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第四部分 发展前景展望

第九章 休闲食品行业可持续发展及前景分析

第一节 中国经济发展趋势

一、经济增长阶段分析

二、现阶段消费模式分析

三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

一、国民收入增长趋势分析

二、国民消费水平增长趋势

三、国民消费结构趋势分析

四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对休闲食品行业的影响

一、国民消费观念对行业的影响

二、国民收入水平对行业的影响

三、消费政策对行业的影响

第十章 2024-2029年休闲食品行业趋势预测

第一节 休闲食品行业发展趋势分析

一、2024-2029年休闲食品行业发展前景

二、休闲食品行业发展趋势

第四节 2024-2029年休闲食品行业市场预测

一、2024-2029年休闲食品行业市场规模预测

二、2024-2029年休闲食品线上零售额占比预测

第三节 影响行业发展的有利因素和不利因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 休闲食品行业进入壁垒分析

一、技术壁垒

二、人才壁垒

三、资质壁垒

四、品牌认知及客户基础壁垒

第五节 休闲食品行业风险特征

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、经营风险

第十一章 休闲食品企业竞争策略分析

第一节 休闲食品市场竞争策略分析

- 一、2019-2023年休闲食品市场增长潜力分析
- 二、2019-2023年休闲食品主要潜力品种分析
- 三、现有休闲食品产品竞争策略分析
- 四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 休闲食品行业产品定位及市场推广策略分析

- 一、行业产品市场定位
- 二、行业广告推广策略
- 三、行业产品促销策略
- 四、行业招商加盟策略
- 五、行业网络推广策略

第十二章 企业快速做大市场策略探讨与建议

第一节 企业快速做大市场规模的策略

- 一、真正了解消费者的需求
- 二、给产品的品牌做清晰定位
- 三、产品目标市场定位
- 四、消费者购买的产品原因
- 五、广告口号能否打动消费者
- 六、品牌传播
- 八、产品和品牌的营销策划

第二节 行业快速做大的战略性渠道建设着力点

- 一、企业自身营销资源和营销战略的分析
- 二、分析目标市场的特点和渠道功能的发挥机制
- 三、根据不同产品阶段特点提出解决预案

四、制定渠道建设的政策

五、提高行业渠道核心竞争力的途径

1、渠道认知与开拓阶段的推广政策

2、渠道巩固与发展阶段的推广政策

3、渠道维护与稳定阶段的推广政策

第三节 企业做大市场规模营销推广策略

一、品牌定位是营销策划的方向

二、找准产品的核心消费群体

三、要了解目标消费者需求的关节点

四、产品包装设计要有策略指导

五、价格定位要合理

六、通过终端传播建立和提升品牌

图表目录

图表：休闲食品行业标准

图表：2019-2023年我国休闲食品企业数量结构分析

图表：2019-2023年中国休闲食品所属行业市场规模

图表：休闲食品市场结构

图表：休闲食品线上线下零售额占比

图表：休闲食品企业新零售布局

图表：休闲食品行业集中度

图表：2019-2023年主要零食牌子线上市占率

图表：2019-2023年我国休闲食品进口金额

图表：2019-2023年我国休闲食品出口金额

图表：2019-2023年我国休闲食品行业进口产品结构

图表：2019-2023年我国休闲食品行业出口产品结构

图表：全国居民人均消费支出

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20191011/140822.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)