# 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"，行业内并没有统一的定义，统计部门也未将其作为食品行业独立的子行业进行统计。一般来说，休闲食品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，而非主食。休闲食品的主要分类有：膨化食品，糖果，干果，肉制食品等。休闲食品一直是深受广大消费者喜爱的食品，随着生活水平的提高，正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。

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。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国休闲食品市场进行了分析研究。报告在总结中国休闲食品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国休闲食品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为休闲食品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

**第一章 休闲食品行业发展综述 1**

第一节 休闲食品行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性及在国民经济中的地位 2

1、行业特征 2

2、国民经济中的地位 3

第二节 休闲食品行业统计标准 3

一、统计部门和统计口径 3

二、行业主要统计方法介绍 3

三、行业涵盖数据种类介绍 6

第三节 中国休闲食品行业发展周期 6

一、成长速度 6

二、附加值的提升空间 7

三、行业周期 7

**第二章 中国休闲食品行业发展环境分析 11**

第一节 经济环境分析 11

一、全球宏观经济环境 11

二、国家宏观经济环境 16

三、经济环境对行业发展的影响 21

第二节 社会环境分析 21

一、行业社会环境 21

二、网民用户分析 27

三、社会环境对行业的影响 28

第三节 政策环境分析 28

一、行业政策法规 28

二、行业监管体制 29

三、行业政策规划 30

1、食品工业十四五发展规划 30

2、十四五国家食品安全规划 32

第四节 技术环境分析 49

一、信息技术水平分析 49

1、系统体系结构 49

2、开发方法和模式 50

3、开发工具 50

4、中间件技术 51

5、我国软件技术水平分析 51

6、我国软件技术专利分析 52

7、我国软件技术人才分析 53

二、客户端软件分析 53

三、技术发展趋势分析 57

1、超级连接 57

2、超级运算 58

3、云计算 59

4、智能世界 60

5、网络安全 61

**第三章 国际休闲食品行业发展分析及经验借鉴 62**

第一节 西方业的变革 62

一、百货商店的诞生 62

二、连锁商店的兴起 62

三、超级市场的诞生 62

四、信息技术的促进 64

第二节 全球休闲食品市场总体情况分析 64

一、市场结构 64

二、行业发展分析 65

三、行业竞争格局 65

第三节 美国休闲食品行业发展经验借鉴 70

一、行业发展历程及现状 70

二、行业成功案例分析 71

三、行业发展趋势预测 71

四、行业对中国的启示 71

第四节 欧洲休闲食品行业发展经验借鉴 72

一、行业发展历程及现状 72

二、行业成功案例分析 74

三、行业发展趋势预测 77

四、行业对中国的启示 77

**第四章 中国休闲食品行业运行现状分析 78**

第一节 中国休闲食品行业发展状况分析 78

一、中国休闲食品行业发展概况及特点 78

二、中国休闲食品行业发展存在的问题及对策 80

1、问题 80

2、策略 81

三、中国休闲食品行业商业模式分析 82

第二节 休闲食品行业发展现状分析 83

一、中国休闲食品行业投资规模 83

二、中国休闲食品行业市场规模分析 85

三、中国休闲食品行业市场结构分析 85

第三节 中国休闲食品行业市场数据分析 86

一、行业销售收入分析 86

二、行业线上线下销售收入结构分析 87

三、行业成交量分析 88

四、行业利润总额分析 89

第四节 中国休闲食品行业企业发展分析 90

一、企业数量及增长分析 90

二、不同规模企业结构分析 91

三、不同所有制企业结构分析 91

四、行业从业人员数量分析 91

第五节 2021-2026年中国休闲食品行业财务指标总体分析 92

一、行业盈利能力分析 92

1、roe 92

2、净利率 93

二、行业营运能力分析 93

1、总资产周转率 93

2、存货周转天数 94

3、应收账款周转天数 95

三、行业偿债能力分析 96

1、流动比率 96

2、速动比率 96

3、资产负债率 97

四、行业发展能力分析 98

1、营业收入增长率 98

2、净资产增长率 99

**第五章 中国休闲食品市场供需及进出口分析 100**

第一节 休闲食品行业生产分析 100

一、产品进口、自有比例 100

二、国内产品生产基地分布 100

三、产品产业集群发展分析 107

第二节 中国休闲食品市场供需分析 109

一、中国休闲食品行业供给情况 109

1、中国休闲食品行业产值分析 109

2、中国休闲食品行业产品产量分析 109

3、重点企业产值及占有份额 114

二、中国休闲食品行业需求情况 115

1、休闲食品行业需求市场 115

2、休闲食品行业需求结构 116

3、休闲食品行业需求的地区差异 117

三、中国休闲食品行业供需平衡分析 118

第三节 中国休闲食品行业进出口分析 118

一、进出口总额 118

二、进出口总量 120

三、进出口价格 121

**第六章 中国休闲食品消费者分析 122**

第一节 消费者人群分析 122

一、消费者年龄结构 122

二、消费者性别比例 123

三、消费者采购水平分析 123

四、消费者地区分布 124

五、消费者收入水平分析 125

第二节 核心消费者特点分析 125

一、购买频率 125

二、主要购买平台 126

三、主要购买产品分类 126

第三节 消费者需求特点分析 127

一、消费者产品偏好分析 127

二、消费者场景分析 127

三、消费者认知情况 128

第四节 消费者行为影响因素分析 128

一、品牌知名度 128

二、产品价格 128

三、送到时间 128

四、产品质量 128

**第七章 休闲食品行业关联产业分析 129**

第一节 物流行业发展现状及前景分析 129

一、物流行业发展概况及特点 129

二、社会物流总额分析 130

三、物流行业企业数量分析 132

四、物流行业发展趋势及前景 132

第二节 电子商务行业发展现状及前景分析 134

一、电子商务行业发展概况 134

二、电子商务行业交易规模分析 137

三、电子商务行业发展存在的问题 137

四、电子商务行业面临的挑战与机遇 139

五、电子商务行业发展趋势及前景 140

第三节 互联网行业发展现状及前景分析 140

一、互联网行业发展概况 140

二、互联网用户数量及结构分析 141

三、互联网行业面临的机遇 144

四、互联网行业发展趋势及前景 145

**第八章 休闲食品销售渠道及策略分析 149**

第一节 休闲食品行业销售渠道分析 149

一、营销分析与营销模式推荐 149

1、渠道构成 149

2、销售贡献比率 150

3、覆盖率 151

4、销售渠道效果 151

5、价值流程结构 151

6、渠道建设方向 152

二、休闲食品营销环境分析与评价 153

1、国际环境下的休闲食品 153

2、企事业需求下的休闲食品 154

3、中国休闲食品市场整体环境 154

三、销售渠道存在的主要问题 154

四、营销渠道发展趋势与策略 157

1、趋势 157

2、策略 157

第二节 休闲食品行业市场营销策略分析 161

一、休闲食品行业市场定位策略 161

二、休闲食品行业市场差异化策略 161

三、休闲食品行业坚持本土化策略 161

四、休闲食品行业市场渠道策略 161

五、休闲食品行业市场促销策略 161

第三节 休闲食品行业市场营销深度分析 162

一、休闲食品行业市场品牌营销 162

二、休闲食品行业市场文化营销 162

三、休闲食品行业市场营销创新 163

四、休闲食品行业市场电商营销 163

五、二三四级市场营销分析 164

第四节 休闲食品行业市场广告策略分析 165

一、休闲食品广告目标制定分析 165

二、休闲食品广告预算决策分析 165

三、休闲食品广告信息传递分析 165

四、休闲食品广告媒介决策分析 165

五、休闲食品广告效果评价分析 166

六、休闲食品广告投放策略分析 166

第五节 休闲食品地方强势品牌营销策略 166

一、经销商原则 166

二、特通渠道原则 167

三、核心区域合作经销商原则 168

四、强势商场和大型连锁超市直供原则 168

第六节 高端休闲食品经营策略分析 168

一、高端休闲食品市场细分策略 168

二、高端休闲食品市场创新策略 168

三、品牌定位与品类规划 168

四、高端休闲食品新产品差异化战略 169

**第九章 2026-2031年休闲食品行业竞争形势分析 170**

第一节 行业总体市场竞争状况分析 170

一、休闲食品行业竞争结构分析 170

1、现有企业间竞争 170

2、潜在进入者分析 170

3、替代品威胁分析 173

4、供应商议价能力 173

5、客户议价能力 175

二、休闲食品行业swot分析 176

1、休闲食品行业优势分析 176

2、休闲食品行业劣势分析 177

3、休闲食品行业机会分析 177

4、休闲食品行业威胁分析 178

第二节 休闲食品行业竞争格局分析 179

一、企业竞争格局分析 179

二、市场竞争格局分析 179

三、产品竞争格局分析 180

第三节 休闲食品行业集中度分析 182

一、市场集中度分析 182

二、企业集中度分析 183

三、区域集中度分析 183

第四节 休闲食品行业并购重组分析 183

一、行业并购重组现状及其重要影响 183

二、企业升级途径及并购重组风险分析 184

三、行业投资兼并与重组趋势分析 185

**第十章 休闲食品行业区域市场分析 186**

第一节 行业总体区域结构特征分析 186

一、行业区域分布特点分析 186

二、行业企业数量区域分布 186

三、行业销售收入区域分布 187

第二节 华东地区休闲食品行业发展分析 188

一、行业发展概况分析 188

二、行业消费能力 188

三、行业市场规模 189

四、消费者购买渠道 189

五、行业发展趋势 190

第三节 华南地区休闲食品行业发展分析 190

一、行业发展概况分析 190

二、行业消费能力 190

三、行业市场规模 191

四、消费者购买渠道 191

五、行业发展趋势 192

第四节 华中地区休闲食品行业发展分析 192

一、行业发展概况分析 192

二、行业消费能力 192

三、行业市场规模 193

四、消费者购买渠道 193

五、行业发展趋势 193

第五节 华北地区休闲食品行业发展分析 194

一、行业发展概况分析 194

二、行业消费能力 194

三、行业市场规模 195

四、消费者购买渠道 195

五、行业发展趋势 195

第六节 西南地区休闲食品行业发展分析 196

一、行业发展概况分析 196

二、行业消费能力 196

三、行业市场规模 197

四、消费者购买渠道 197

五、行业发展趋势 197

第七节 东北地区休闲食品行业发展分析 198

一、行业发展概况分析 198

二、行业消费能力 198

三、行业市场规模 199

四、消费者购买渠道 199

五、行业发展趋势 199

**第十一章 中国休闲食品重点企业分析 200**

第一节 良品铺子股份有限公司 200

一、企业发展概况 200

二、企业经营情况分析 200

三、企业运行模式分析 200

四、企业渠道布局分析 201

五、企业竞争优势分析 202

六、企业发展战略分析 202

第二节 三只松鼠股份有限公司 202

一、企业发展概况 202

二、企业经营情况分析 202

三、企业运行模式分析 203

四、企业渠道布局分析 204

五、企业竞争优势分析 204

六、企业发展战略分析 205

第三节 上海来伊份股份有限公司 206

一、企业发展概况 206

二、企业经营情况分析 206

三、企业运行模式分析 212

四、企业渠道布局分析 212

五、企业竞争优势分析 214

六、企业发展战略分析 217

第四节 盐津铺子食品股份有限公司 218

一、企业发展概况 218

二、企业经营情况分析 219

三、企业运行模式分析 220

四、企业渠道布局分析 221

五、企业竞争优势分析 222

六、企业发展战略分析 228

第五节 杭州郝姆斯食品有限公司 229

一、企业发展概况 229

二、企业经营情况分析 229

三、企业运行模式分析 229

四、企业渠道布局分析 230

五、企业竞争优势分析 230

六、企业发展战略分析 230

第六节 天喔食品(集团)有限公司 230

一、企业发展概况 230

二、企业经营情况分析 230

三、企业运行模式分析 231

四、企业渠道布局分析 231

五、企业竞争优势分析 231

六、企业发展战略分析 231

第七节 杭州华味亨食品有限公司 232

一、企业发展概况 232

二、企业经营情况分析 232

三、企业运行模式分析 232

四、企业渠道布局分析 232

五、企业竞争优势分析 233

六、企业发展战略分析 233

第八节 洽洽食品股份有限公司 233

一、企业发展概况 233

二、企业经营情况分析 234

三、企业运行模式分析 237

四、企业渠道布局分析 237

五、企业竞争优势分析 238

六、企业发展战略分析 240

第九节 苏州口水娃食品有限公司 240

一、企业发展概况 240

二、企业经营情况分析 241

三、企业运行模式分析 241

四、企业渠道布局分析 241

五、企业竞争优势分析 241

六、企业发展战略分析 241

第十节 上海兰馨阿明食品有限公司 242

一、企业发展概况 242

二、企业经营情况分析 242

三、企业运行模式分析 242

四、企业渠道布局分析 242

五、企业竞争优势分析 242

六、企业发展战略分析 243

**第十二章 2026-2031年休闲食品行业前景及趋势预测 244**

第一节 2026-2031年休闲食品市场发展前景 244

一、行业市场发展潜力 244

二、行业市场发展前景展望 244

三、行业细分市场发展前景分析 245

第二节 2026-2031年休闲食品市场发展趋势预测 245

一、行业技术发展趋势分析 245

二、行业市场规模预测 246

三、行业细分市场发展趋势预测 246

第三节 2026-2031年休闲食品行业发展前景分析 247

一、行业发展趋势分析 247

二、行业市场需求规模预测 248

三、行业市场整合趋势预测 248

**第十三章 2026-2031年休闲食品行业投资机会与风险防范 250**

第一节 中国休闲食品行业投资特性分析 250

一、行业进入壁垒分析 250

1、品牌壁垒 250

2、规模化经营壁垒 250

3、技术壁垒 251

4、人才壁垒 251

5、渠道壁垒 251

6、政策监管壁垒 252

二、行业盈利模式分析 252

三、影响行业的盈利因素分析 253

第二节 中国休闲食品行业投资情况分析 254

一、行业总体投资及结构 254

二、行业投资规模情况 256

三、行业投资项目分析 257

第三节 休闲食品行业投资机会 259

一、产业链投资机会 259

二、细分市场投资机会 259

三、重点区域投资机会 260

第四节 中国休闲食品行业投资风险 260

一、行业政策风险 260

二、行业市场需求变化风险 260

三、食品质量控制的风险 261

四、行业其他风险 261

第五节 中国休闲食品行业投资建议 261

一、休闲食品行业未来发展方向 261

二、休闲食品行业主要投资建议 262

三、中国休闲食品企业融资分析 263

1、中国休闲食品企业IPO融资分析 263

2、中国休闲食品企业融资状况分析 265

**第十四章 休闲食品行业投资战略分析 266**

第一节 对中国休闲食品品牌的战略思考 266

一、品牌的重要性 266

二、实施品牌战略的意义 267

三、企业品牌的现状分析 268

四、企业的品牌战略 268

五、品牌战略管理的策略 270

第二节 休闲食品行业发展战略 274

一、企业竞合战略 274

二、渠道和终端布局 275

三、重点休闲食品企业面临的困境及战略 276

1、重点休闲食品企业面临的困境 276

2、重点休闲食品企业对策探讨 277

四、中小休闲食品企业发展困境及策略分析 277

1、中小休闲食品企业面临的困境 277

2、中小休闲食品企业对策探讨 278

三、国内休闲食品企业的出路分析 278

第三节 休闲食品行业投资战略研究 279

一、2021-2026年企业投资战略 279

二、2026-2031年行业投资战略 281

三、2026-2031年细分行业投资战略 282

**图表目录**

图表：休闲食品行业成长能力指标分析(三年平均) 7

图表：行业生命周期理论示意图 9

图表：中国人口数量及增长率 22

图表：中国城镇化率变化趋势 24

图表：社会环境对休闲食品行业的影响 28

图表：2021-2026年全球糖果百强榜 67

图表：2021-2026年休闲食品项目投资规模情况 83

图表：2021-2026年中国休闲食品行业市场规模 85

图表：2021-2026年休闲食品行业市场结构 85

图表：2021-2026年中国休闲食品行业销售收入 86

图表：2021-2026年中国休闲食品行业线上线下销售收入结构 87

图表：2021-2026年中国休闲食品行业销售量 88

图表：2021-2026年中国休闲食品行业利润总额 89

图表：2021-2026年中国休闲食品行业企业数量及其增长率 90

图表：2021-2026年中国休闲食品行业不同规模企业结构 91

图表：休闲食品行业盈利指标分析(三年平均) 93

图表：休闲食品行业营运能力指标分析(三年平均) 96

图表：休闲食品行业偿债能力指标分析(三年平均) 98

图表：休闲食品行业成长能力指标分析(三年平均) 99

图表：国内主要饮料品牌分布情况 106

图表：2021-2026年中国休闲食品行业产值 109

图表：2021-2026年中国糖果产量及同比增长统计 110

图表：2021-2026年我国糖果产量前十省份 110

图表：2021-2026年中国糖果产量区域格局分析 111

图表：2021-2026年我国饮料全国各地区产量 112

图表：我国休闲食品主要品牌及产值 114

图表：2021-2026年休闲食品销售收入地区占比 117

图表：休闲食品海关代码 118

图表：2021-2026年休闲食品进出口额 118

图表：2021-2026年-食品类进出口额(千美元) 119

图表：2021-2026年食品类进出口额(万元) 119

图表：2021-2026年休闲食品进出口量 120

图表：2021-2026年食品进口情况(单位：万元) 120

图表：2021-2026年食品出口情况(单位：万元) 120

图表：2021-2026年休闲食品进出口额单价 121

图表：休闲食品年龄结构 122

图表：休闲食品消费者性别比例 123

图表：休闲食品采购单价分析 123

图表：休闲食品消费地区 124

图表：休闲食品消费者收入水平 125

图表：休闲食品购买频率 125

图表：休闲食品购买产品分类 126

图表：休闲食品产品偏好 127

图表：消费者消费场景分析 127

图表：2021-2026年全国社会物流总额 131

图表：2021-2026年全国社会物流总费用构成 132

图表：2021-2026年中国网民规模及互联网普及率 141

图表：2021-2026年中国手机网民数量及比例 142

图表：2021-2026年网民各类互联网应用的用户规模及使用率 143

图表：2021-2026年手机网民各类互联网应用的用户规模及使用率 144

图表：休闲食品渠道占比 150

图表：关税调整 154

图表：全球100强休闲食品公司排行榜中国品牌营收 179

图表：2021-2026年我国休闲食品产品竞争格局 181

图表：我国休闲食品市场集中度 182

图表：休闲食品企业集中度 183

图表：休闲食品企业数量分布 186

图表：2021-2026年中国休闲食品地区销售收入分布 187

图表：2021-2026年华东地区社会消费品零售总额(亿元) 188

图表：2021-2026年华东地区居民人均可支配收入(单位：元) 188

图表：2021-2026年华东地区居民人均消费支出(单位：元) 188

图表：2021-2026年华东地区休闲食品市场规模 189

图表：2021-2026年华南地区社会消费品零售总额(亿元) 190

图表：2021-2026年华南地区居民人均可支配收入(单位：元) 190

图表：2021-2026年华南地区居民人均消费支出(单位：元) 191

图表：2021-2026年华南地区休闲食品市场规模 191

图表：2021-2026年华中地区社会消费品零售总额(亿元) 192

图表：2021-2026年华中地区居民人均可支配收入(单位：元) 192

图表：2021-2026年华中地区居民人均消费支出(单位：元) 192

图表：2021-2026年华中地区休闲食品市场规模 193

图表：2021-2026年华北地区社会消费品零售总额(亿元) 194

图表：2021-2026年华北地区居民人均可支配收入(单位：元) 194

图表：2021-2026年华北地区居民人均消费支出(单位：元) 194

图表：2021-2026年华北地区休闲食品市场规模 195

图表：2021-2026年西南地区社会消费品零售总额(亿元) 196

图表：2021-2026年西南地区居民人均可支配收入(单位：元) 196

图表：2021-2026年西南地区居民人均消费支出(单位：元) 196

图表：2021-2026年西南地区休闲食品市场规模 197

图表：2021-2026年东北地区社会消费品零售总额(亿元) 198

图表：2021-2026年东北地区居民人均可支配收入(单位：元) 198

图表：2021-2026年东北地区居民人均消费支出(单位：元) 198

图表：2021-2026年东北地区休闲食品市场规模 199

图表：湖北良品铺子食品有限公司财务状况概述 200

图表：三只松鼠融资情况 203

图表：2021-2026年上海来伊份股份有限公司经营情况 212

图表：上海来伊份股份有限公司发展战略目标 218

图表：2021-2026年盐津铺子食品股份有限公司经营情况 219

图表：2021-2026年盐津铺子食品股份有限公司细分市场经营情况 220

图表：杭州郝姆斯主要融资历程 229

图表：华味亨主要经营指标 232

图表：2021-2026年洽洽主要经营指标 237

图表：苏州口水娃食品有限公司主要经营指标概述 241

图表：上海兰馨阿明食品有限公司经营状况概览 242

图表：2026-2031年中国休闲食品市场规模预测 246

图表：2026-2031年中国休闲食品需求规模 248

图表：休闲食品主要经营模式 253

图表：2021-2026年休闲食品项目总体情况 254

图表：2021-2026年休闲食品项目投资规模情况 256

图表：好田园实业(深圳)有限公司果蔬休闲食品加工生产线项目情况 258

图表：2021-2026年食品ipo融资动态 263

图表：休闲食品代表品牌 268

图表：四种基本的品牌战略 274

图表：休闲食品消费目标人群和消费市场 276

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

报告编号：144131

本文地址：https://www.51baogao.cn/sc/20191101/144131.shtml

在线订购：点击这里