

2026-2031年中国休闲食品行业发展趋势预测及投资战略研究报告

报告简介

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。

中国的休闲食品行业发展总体上呈现出快速增长和潜力巨大的态势。中国休闲食品市场规模不断扩大，消费者对休闲食品的需求稳步增长。随着人口数量的增加、增加的中产阶级和消费升级的趋势，市场潜力巨大。

随着经济恢复向好，中国居民可支配收入逐年上涨，有利于中国休闲食品市场容量稳步提高，2022年我国休闲食品市场容量达到15208亿元，同比增长8.51%。

随着我国社会经济水平逐渐提高，居民消费结构逐渐升级，消费者食品支出不断提升。休闲食品作为食品的重要细分品类，其产品种类日益丰富，市场需求不断增长，推动其市场规模逐渐扩大。果作为休闲食品的重要细分产品，其市场规模也随之逐渐上涨，2022年糖果行业市场发展规模达到13.9%。

休闲食品市场在全球范围内非常庞大，年销售额数以亿计。这个市场的规模不断扩大，受到了消费者需求的推动，尤其是在快节奏的现代生活中寻找便捷、快速和口感享受的人们。

休闲食品的消费习惯因地区而异。在发达国家，如美国、欧洲和日本等地，休闲食品的市场发展成熟。而在发展中国家，休闲食品市场也在迅速增长，受到新兴的中产阶级和城市化进程的推动。

休闲食品行业是一个不断增长且具有潜力的市场，对于投资者来说是有吸引力的。健康和功能性的休闲食品越来越受欢迎，因为消费者对于更健康和营养的选择有日益增长的需求。投资于开发和推广健康和

功能性的休闲食品，满足消费者的需求并抓住这一市场趋势。

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、工信部、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

第一节 休闲食品行业定义及分类

- 一、休闲食品的定义
- 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、行业周期
- 二、成长速度
- 三、行业成熟度

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 休闲食品行业发展环境及影响分析

第一节 休闲食品行业政治法律环境

一、《中华人民共和国食品安全法》

二、食品质量检测及认证法规

三、食品安全法律法规动态

四、食品工业五年发展规划解读

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 休闲食品行业经济环境分析

一、新形势下经济环境

二、疫情之下经济发展形势

三、网红经济对行业的影响

四、经济环境对休闲食品行业的影响

第三节 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

第四节 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

四、疫情下全球零食消费状况

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、我国食品行业产品生产销售率

第二节 中国休闲食品产销情况

- 一、休闲食品产值规模
- 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、重点连锁企业分析
- 三、连锁经营的优势
- 四、开展连锁经营的方法

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、行业定义

二、发展态势

三、市场规模

四、营销模式

五、发展趋势

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、消费总量分析

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、行业发展概况

二、行业市场规模

三、产业链价值探索

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、中国坚果品种市场格局
- 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、竞争格局分析
- 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、原材料供应情况

二、国内外巧克力品牌产品价格

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、人均消费数量

二、市场消费潜力

三、主要品牌影响力

四、竞争格局分析

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 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

第三节 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、市场发展趋势

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

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、客户议价能力

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

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、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.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、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

三、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.企业发展战略

8.企业发展目标

四、洽洽食品股份有限公司

1.企业发展概况

2.企业产品创新

3.瓜子市场份额

4.企业销售收入

5.企业竞争实力

6.企业发展能力

7.企业发展战略

五、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.企业经营效益分析

8.企业发展目标

六、三只松鼠股份有限公司

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.企业发展战略

8.企业发展目标

七、良品铺子股份有限公司

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.企业经营效益分析

7.企业发展战略

八、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.企业发展战略

8.企业发展目标

九、好丽友食品有限公司

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、好想你健康食品股份有限公司

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.企业发展战略

8.企业销售网络分析

十一、上海来伊份股份有限公司

- 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.企业发展战略
- 8.企业发展目标

十二、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、甘源食品股份有限公司

- 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.企业经营效益分析

6.企业竞争优势分析

7.企业发展战略

8.企业发展目标

十四、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.企业经营效益分析

6.企业竞争优势分析

7.企业发展战略

8.企业发展目标

十五、漯河市平平食品有限责任公司(卫龙)

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.企业发展战略

8.企业发展目标

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分析及未来预测

一、“十四五”区域休闲食品行业发展形势

二、“十四五”时期休闲食品行业发展预测

第二节 未来几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年休闲食品连锁经营前景分析

三、2026-2031年休闲食品细分行业发展前景分析

四、后疫情时代休闲食品市场发展前景展望

第三节 2026-2031年休闲食品市场发展趋势分析

一、2026-2031年休闲食品行业发展趋势分析

1、品牌化

2、生活化

3、健康化

二、2026-2031年休闲食品收入及利润预测

1、休闲食品行业销售收入预测

2、休闲食品行业市场利润预测

三、2026-2031年休闲食品细分行业发展趋势分析

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值预测

三、2026-2031年中国休闲食品销售规模预测

四、2026-2031年中国休闲食品市场规模预测

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、行业投资壁垒分析

1.品牌壁垒

2.渠道壁垒

三、兼并重组情况分析

四、休闲食品行业投资现状分析

1.休闲食品行业投资现状分析

2.休闲食品生产项目投资情况

第二节 2026-2031年休闲食品行业投资机会

二、细分市场投资机会

一、产业链投资机会

三、重点区域投资机会

四、休闲食品行业投资机遇

五、网红经济下的休闲食品投资机会

六、直播电商火热，推动休闲食品行业投资增长

第三节 2026-2031年休闲食品行业投资风险

一、政策风险

二、经济风险

三、供需风险

四、疫情风险

第四节 中国休闲食品行业投资建议

一、我国休闲食品行业发展方向

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

图表目录

图表：休闲食品年龄结构

图表：休闲食品消费者性别比例

图表：2021-2026年我国休闲食品市场容量

图表：2021-2026年我国食品行业工业总产值

图表：2021-2026年我国食品行业工业销售产值

图表：2021-2026年我国休闲食品产值规模

图表：2021-2026年休闲食品消费总额

图表：2021-2026年中国休闲食品行业销售收入分析

图表：2021-2026年中国休闲食品行业利润规模分析

图表：2021-2026年休闲食品行业营运能力分析

图表：2021-2026年中国休闲食品行业发展能力

图表：2021-2026年中国烘焙行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年中国糕点、面包制造行业经济规模

图表：2021-2026年中国糕点、面包制造行业盈利能力

图表：2021-2026年糕点、面包制造行业营运能力分析

图表：2021-2026年饼干消费总量分析

图表：2021-2026年坚果炒货行业市场规模

图表：2021-2026年全球坚果类产品市场规模

图表：2021-2026年糖果行业市场发展规划

图表：2021-2026年糖果行业产量规模

图表：2021-2026年中国糖果、巧克力制造行业经济规模指标分析

图表：2021-2026年中国糕点、面包制造行业盈利能力

图表：2021-2026年糖果、巧克力制造行业营运能力分析

图表：2021-2026年果冻行业发展规模

图表：2021-2026年红枣市场规模分析

图表：我国休闲食品市场集中度

图表：2021-2026年中国旺旺销售情况

图表：2021-2026年中国旺旺发展能力

图表：2021-2026年洽洽食品销售情况

图表：2021-2026年洽洽食品发展能力

图表：2021-2026年盐津铺子销售情况

图表：2021-2026年盐津铺子发展能力

图表：2021-2026年盐津铺子经营效益

图表：三只松鼠公司内容组织架构

图表：2021-2026年三只松鼠发展能力

图表：2021-2026年良品铺子销售情况

图表：2021-2026年良品铺子经营效益

图表：2021-2026年好想你销售情况

图表：2021-2026年好想你发展能力

图表：2021-2026年来伊份销售情况

图表：2021-2026年来伊份经营效益

图表：2021-2026年甘源食品销售情况

图表：2021-2026年甘源食品经营效益

图表：2021-2026年达利食品销售情况

图表：2021-2026年达利食品经营效益

图表：2021-2026年卫龙销售情况

图表：2021-2026年卫龙经营效益

图表：2026-2031年休闲食品行业销售收入预测

图表：2026-2031年休闲食品行业市场利润预测

图表：2026-2031年中国休闲食品行业供给预测

图表：2026-2031年中国休闲食品行业产值预测

图表：2026-2031年中国休闲食品销售规模预测

图表：2026-2031年中国休闲食品市场规模预测

图表：休闲食品生产项目部分投融资项目

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：7409

本文地址：<https://www.51baogao.cn/shipin/xiuxianshipin01.shtml>

在线订购：[点击这里](#)