

## 2020-2025 年中国休闲食品行业市场前景及投资机会分析报告

### 内容概要：

休闲食品属于快速消费品的一类，是在人们闲暇、休息时所吃的食品，主要分类有干果、膨化食品、糖果、肉制食品等。休闲食品行业发展主要受经济增长、可支配收入不断提高、城镇地区人口增长、持续城镇化、闲暇时间与休闲开支增加以及销售渠道等发展所推动。

美国是世界上休闲食品人均消费第一大国，总消费量占全球半数以上，休闲食品市场巨大。英国、墨西哥、巴西的休闲食品产业发展也十分迅速，日本在亚洲的休闲食品市场最大。

目前，我国休闲食品企业多达几十万家，市场规模快速增长，近 3 年休闲食品行业销售收入复合增长率超过 20%，年销售额突破万亿元。我国年人均消费仅 25 克左右，远低于发达国家年人均消费的 3 千克左右的水平，人均消费差距 100 倍以上，休闲食品发展空间巨大。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对休闲食品行业基本概况、产业链结构、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、营销模式及策略、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资机会等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、中国食品工业协会、中国食品科学技术学会休闲食品加工技术分会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为休闲食品行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解休闲食品行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

中文版价格：RMB 12800

英文版价格：USD 10900

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

### ■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

园区规划 商业计划书

产业规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

# 2020-2025 年中国休闲食品行业市场前景及投资机会分析报告

## ■ 报告目录

### 第 1 章 休闲食品行业发展综述

#### 1.1 休闲食品行业定义及特点

##### 1.1.1 休闲食品定义

##### 1.1.2 休闲食品分类

#### 1.2 休闲食品产业链分析

##### 1.2.1 休闲食品产业链结构分析

##### 1.2.2 休闲食品产业链上游市场分析

##### 1.2.3 休闲食品产业链下游市场分析

### 第 2 章 国际休闲食品行业发展状况及经验借鉴

#### 2.1 国际休闲食品行业发展状况分析

##### 2.1.1 行业发展现状

##### 2.1.2 市场规模分析

##### 2.1.3 竞争态势分析

#### 2.2 主要发达国家休闲食品行业发展现状分析

##### 2.2.1 美国休闲食品行业发展分析

##### 2.2.2 日本休闲食品行业发展分析

##### 2.2.3 英国休闲食品行业发展分析

##### 2.2.4 法国休闲食品行业发展分析

##### 2.2.5 韩国休闲食品行业发展分析

### 第 3 章 中国休闲食品行业发展环境分析

#### 3.1 中国休闲食品行业政策环境分析

##### 3.1.1 行业管理体制

##### 3.1.2 行业政策体系

### 3.2 中国休闲食品行业经济环境分析

3.2.1 宏观经济环境

3.2.2 融资环境分析

### 3.3 中国休闲食品行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 中国城镇化率水平

### 3.4 休闲食品加工技术环境分析

3.4.1 膨化技术

3.4.2 挤压技术

3.4.3 新型油炸技术

3.4.4 脱水干燥技术

### 3.5 中国食品工业市场运行分析

3.5.1 行业发展现状

3.5.2 行业效益分析

3.5.3 行业存在问题

3.5.4 行业发展趋势

## 第 4 章 中国休闲食品行业市场规模及运行状况分析

### 4.1 中国休闲食品行业发展现状

4.1.1 休闲食品行业发展阶段分析

4.1.2 休闲食品行业地区分布特征

4.1.3 休闲食品行业发展现状分析

4.1.4 休闲食品行业存在问题分析

### 4.2 中国休闲食品行业市场规模分析

4.2.1 休闲食品行业市场规模分析

4.2.2 休闲食品行业市场需求分析

4.2.3 休闲食品行业价格走势分析

4.2.4 休闲食品行业利润水平情况

#### 4.3 中国休闲食品行业进出口情况分析

4.3.1 中国休闲食品贸易现状分析

4.3.2 中国休闲食品行业进口市场分析

4.3.3 中国休闲食品行业出口市场分析

### 第5章 中国焙烤食品行业发展状况分析

#### 5.1 焙烤食品行业市场分析

5.1.1 焙烤食品定义

5.1.2 焙烤食品分类

5.1.3 焙烤市场发展现状

5.1.4 焙烤食品市场规模分析

5.1.5 焙烤食品竞争态势分析

#### 5.2 焙烤食品细分市场发展状况分析

5.2.1 膨化食品市场发展分析

5.2.2 糕点食品市场发展分析

5.2.3 面包食品市场发展分析

5.2.4 饼干食品市场发展分析

### 第6章 中国糖果行业发展状况分析

#### 6.1 糖果行业市场分析

6.1.1 糖果分类

6.1.2 糖果行业发展现状

6.1.3 糖果行业市场规模分析

6.1.4 糖果行业竞争态势分析

6.1.5 糖果行业进出口市场分析

#### 6.2 糖果行业细分市场发展状况分析

6.2.1 传统型糖果产品市场发展分析

(1) 硬糖产品市场

(2) 奶糖产品市场

(3) 巧克力产品市场

(4) 酥糖产品市场

#### 6.2.2 功能性糖果产品市场发展分析

(1) 维生素糖果产品市场

(2) 功能性清咽润喉糖产品市场

(3) 无糖糖果产品市场

#### 6.2.3 口香糖产品市场发展分析

## 第 7 章 中国干果行业发展状况分析

### 7.1 干果行业市场分析

7.1.1 干果定义

7.1.2 干果分类

7.1.3 干果市场发展现状

7.1.4 干果市场规模分析

7.1.5 干果行业竞争态势

### 7.2 干果细分市场发展状况分析

#### 7.2.1 坚果类产品市场发展分析

(1) 杏仁产品市场

(2) 核桃产品市场

(3) 腰果产品市场

(4) 松子产品市场

(5) 碧根果产品市场

#### 7.2.2 炒货类市场发展分析

(1) 瓜子产品市场

(2) 花生产品市场

## 第 8 章 中国果冻及果脯食品行业发展状况分析

### 8.1 果冻及果脯食品行业市场分析

8.1.1 果冻及果脯食品定义

8.1.2 果冻及果脯食品分类

- 8.1.3 果冻及果脯食品市场发展现状
- 8.1.4 果冻及果脯食品市场规模分析
- 8.1.5 果冻及果脯食品行业竞争态势
- 8.2 果冻及果脯食品细分市场发展状况分析
  - 8.2.1 果冻产品市场发展分析
  - 8.2.2 果脯蜜饯产品市场发展分析
  - 8.2.2 红枣制品市场发展分析

## 第 9 章 中国休闲食品行业营销渠道及策略分析

- 9.1 休闲食品消费市场需求群体分析
  - 9.1.1 用户年龄结构分析
  - 9.1.2 用户性别结构分析
  - 9.1.3 用户需求特征分析
  - 9.1.4 用户购买途径分析
  - 9.1.5 用户消费习惯分析
- 9.2 休闲食品行业营销渠道模式分析
  - 9.2.1 个体经营零售模式
  - 9.2.2 超市卖场零售模式
  - 9.2.3 连锁零售模式
  - 9.2.4 电子商务模式
- 9.3 休闲食品电商市场发展分析
  - 9.3.1 消费人群特征
  - 9.3.2 市场规模分析
  - 9.3.3 重点品牌分析
  - 9.3.4 重点电商平台分析
  - 9.3.5 典型品牌案例分析
    - (1) 三只松鼠
    - (2) 百草味
    - (3) 良品铺子

(4) 棒棒娃

**9.4 休闲食品行业营销策略分析**

9.4.1 广告投放策略

9.4.2 品牌推广策略

9.4.3 旺季营销策略

9.4.4 文化营销策略

9.4.5 概念营销策略分析

**第 10 章 中国休闲食品行业市场竞争格局分析**

**10.1 休闲食品行业竞争格局分析**

10.1.1 休闲食品行业区域分布

10.1.2 休闲食品行业竞争态势

**10.2 休闲食品行业波特五力竞争模型分析**

10.2.1 现有企业间竞争

10.2.2 潜在进入者分析

10.2.3 替代品威胁分析

10.2.4 供应商议价能力

10.2.5 购买者议价能力

**第 11 章 中国休闲食品行业标杆企业经营分析**

**11.1 重点企业一**

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 产品结构分析

11.1.3 市场布局情况

11.1.4 经营业绩分析

**11.2 重点企业二**

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 产品结构分析

11.2.3 市场布局情况

11.2.4 经营业绩分析

### 11.3 重点企业三

- 11.3.1 企业发展概况
- 11.3.2 产品结构分析
- 11.3.3 市场布局情况
- 11.3.4 经营业绩分析

### 11.4 重点企业四

- 11.4.1 企业发展概况
- 11.4.2 产品结构分析
- 11.4.3 市场布局情况
- 11.4.4 经营业绩分析

### 11.5 重点企业五

- 11.5.1 企业发展概况
- 11.5.2 产品结构分析
- 11.5.3 市场布局情况
- 11.5.4 经营业绩分析

### 11.6 重点企业六

- 11.6.1 企业发展概况
- 11.6.2 产品结构分析
- 11.6.3 市场布局情况
- 11.6.4 经营业绩分析

### 11.7 重点企业七

- 11.7.1 企业发展概况
- 11.7.2 产品结构分析
- 11.7.3 市场布局情况
- 11.7.4 经营业绩分析

### 11.8 重点企业八

- 11.8.1 企业发展概况
- 11.8.2 产品结构分析



11.8.3 市场布局情况

11.8.4 经营业绩分析

### 11.9 重点企业九

11.9.1 企业发展概况

11.9.2 产品结构分析

11.9.3 市场布局情况

11.9.4 经营业绩分析

### 11.10 重点企业十

11.11.1 企业发展概况

11.11.2 产品结构分析

11.11.3 市场布局情况

11.11.4 经营业绩分析

## 第 12 章 中国休闲食品行业发展趋势与前景预测

### 12.1 中国休闲食品行业发展趋势分析

12.1.1 休闲食品行业产业政策趋向

12.1.2 休闲食品行业市场价格走势

12.1.3 休闲食品行业发展趋势分析

### 12.2 中国休闲食品行业市场前景展望

12.2.1 休闲食品市场发展前景展望

12.2.2 休闲食品行业市场规模预测

## 第 13 章 中国休闲食品行业发展投资潜力分析

### 13.1 中国休闲食品行业市场投资机会分析

13.1.1 产业链投资机会分析

13.1.2 细分市场投资机会分析

13.1.3 重点区域投资机会分析

### 13.2 中国休闲食品行业市场投资潜力分析

13.2.1 行业发展影响因素分析

13.2.2 行业市场投资潜力分析

### 13.3 中国休闲食品行业市场投资风险预警

13.3.1 产业政策风险

13.3.2 原材料风险

13.3.3 市场竞争风险

13.3.4 其他风险分析

### 13.4 中国休闲食品行业投资策略建议

13.4.1 行业投资价值分析

13.4.2 行业投资策略建议

## ■ 图表目录

图表 1：休闲食品产业链结构

图表 2：中国国内生产总值

图表 3：中国工业增加值及同比增速

图表 4：度中国农村居民人均纯收入情况

图表 5：中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 6：中国固定资产投资规模情况

图表 7：中国社会消费量零售总额

图表 8：中国城镇化率水平

图表 9：食品工业主要产品产量

图表 10：食品制造业销售收入

图表 11：食品制造业利润总额

图表 12：我国烘焙食品行业市场规模

图表 13：我国糖果市场规模

图表 14：重点企业一产品结构

图表 15：重点企业一市场营销网络布局

图表 16：重点企业一盈利能力分析

图表 17：重点企业一运营能力分析

图表 18：重点企业一偿债能力分析

图表 19：重点企业一发展能力分析

图表 20：重点企业二主要经济指标分析

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

电子邮箱：**service@qhztzx.com**

公司网站：**www.qhztzx.com**

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

**【版权声明】**本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。