

# 2020-2026年中国休闲零食 市场评估与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国休闲零食市场评估与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/173667.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

休闲零食行业的品种多样化将迎来新一轮增长，未来行业格局仍将保持良性发展。从2019年前8个月调查数据来看，逻辑正逐步验证。而饼干、糕点等子品类增速高、毛利率高，未来将加速进入，品类多元化节奏加快，为行业增长贡献新动力。

8月坚果淡季烘焙接力，糕点、饼干等品类领跑增长，占比大幅提升。8月份各品类销售额占比前五的品类为糕点点心（28%）、饼干膨化（17%）、坚果类（14%）、肉类卤味（13%）、蜜饯类（11%），销售额增速前五的是糕点点心（44%）、饼干膨化（38%）、豆干（29%）、糖果零食（16%）、肉类卤味（11%）。高成长子品类占比高，增速快，驱动零食电商高速增长。8月为坚果消费淡季，受此影响坚果销售额同比下降11%，但其他子品类如糕点点心、饼干膨化、肉类卤味、糖果零食销售额同比分别增44%、38%、11%、16%，接力坚果驱动行业高速增长。受此影响8月糕点点心销售额占比同比提升5.5pct，而坚果类销售额占比降4pct。高成长品类如糕点占比高，增速快，对零食电商持续增长起到强有力的推动作用。

1-8月，糕点点心、饼干膨化、肉类卤味、糖果零食销售额分别占全网销售额的17%、16%、13%、7%，同比分别增29%、32%、12%、24%，高成长品类规模继续扩增。产品均价分别同比增15%、26%、13%、23%，涨幅居前，带动行业整体提升。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国休闲零食市场评估与投资前景报告》共十六章。首先介绍了中国休闲零食行业市场发展环境、休闲零食整体运行态势等，接着分析了中国休闲零食行业市场运行的现状，然后介绍了休闲零食市场竞争格局。随后，报告对休闲零食做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲零食行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲零食产业有个系统的了解或者想投资中国休闲零食行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章世界休闲零食行业整体运营状况分析

第一节2019年世界休闲零食行业市场格局

一、世界休闲零食市场特征分析

二、世界主要休闲零食品牌综述

三、世界休闲零食市场动态分析

四、国际糖果及休闲零食展亮点解析

五、加拿大召回某些韩国产休闲零食

第二节2019年世界休闲零食品牌主要国家运行分析

一、美国

二、日本

三、欧洲焙烤食品市场状况

第三节2020-2026年世界休闲零食行业发展趋势分析

第二章中国休闲零食行业市场发展环境分析

第一节国内休闲零食经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2020-2026年中国休闲零食经济发展预测分析

第二节中国休闲零食行业政策环境分析

第三章中国休闲零食行业市场运行态势分析

第一节2019年中国休闲零食市场动态分析

一、首届中国国际休闲零食展聚焦

二、300种台湾休闲零食沪上受欢迎

三、打造四川休闲零食生产基地

四、百比佳进口休闲零食行业发展新地标

五、国际巨头发力中国爆米花市场

第二节2019年中国休闲零食市场现状综述

一、我国休闲零食市场容量

二、将“创新”糖果及休闲零食工艺进行到底

三、创新成就休闲零食业“领军者”

四、休闲零食：四面“涨”声中的市场突围之路

五、休闲零食行业布局自建终端

六、休闲零食异军突起

七、海洋食品：休闲零食新一极

第三节2019年中国休闲零食业存在的问题分析

一、跌入多品系漩涡

- 二、品牌分辨模糊
- 三、通路建设粗放
- 四、产品不能与时俱进

## 第四章中国休闲零食品牌生存状况分析

### 第一节品牌格局特征

- 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

### 第二节品牌发展战略

- 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

## 第五章中国休闲零食细分市场运营状况分析

### 第一节休闲豆制品

- 一、休闲豆制品相关概述
- 二、休闲豆干产区集中分析
- 三、休闲豆制品生产企业存在突出的问题
  - 1、落后的生产技术、管理水平制约休闲豆干业的发展
  - 2、规模化、机械化程度较低制约豆干企业发展
- 四、未来休闲豆制品的发展趋势

### 第二节膨化食品

- 一、膨化食品相关要简介
- 二、薯类膨化食品产销分析
- 三、膨化食品已进入完全竞争阶段
- 四、未来中国膨化食品发展战略分析

### 第三节焙烤食品

- 一、中国烘焙食品市场特征分析
- 二、焙烤食品糖制品行业较快增长

三、焙烤食品进出口数据分析

四、中国焙烤食品品牌地位日益加强

第四节其它热点产品

一、果冻

二、干果、坚果

第六章中国休闲零食市场销售运行态势分析

第一节2019年中国休闲零食市场营销现状

一、休闲零食市场渠道点评

二、休闲零食市场营销要诀

第二节休闲零食专卖店研究

一、重点专卖店介绍：

二、专卖店的特点：

三、专卖店崛起原因分析

四、对厂家和经销商的意义

第三节洽洽开心果市场营销案例解析

一、强调健康突出个性

二、网络营销先人一步

第七章中国休闲零食业发展战略分析

第一节休闲零食——口味

一、口味多样化、系列化

二、区域性口味改良

三、复合性口味增加

第二节休闲零食——细分

一、消费者多重细分

二、品类多次细分

第三节休闲零食——品牌个性化

一、彰显个性，抢占消费者心智

二、多种手法塑造个性品牌

第四节休闲零食——多渠道广泛覆盖

一、广泛性分销，多渠道销售

## 二、强化渠道掌控，注重终端陈列

### 第五节休闲零食&mdash;&mdash;娱乐化整合传播

#### 一、明星策略，引领风潮

#### 二、线上线下协同操作，整合推广

## 第八章中国休闲零食市场消费调研分析

### 第一节受访者基本情况调查分析

#### 一、性别占比

#### 二、年龄分布

#### 三、从事职业情况调查分析

#### 四、受访者区域分布

### 第二节休闲零食消费者消费行为调查分析

#### 一、消费者普遍喜欢的休闲零食类别占比

#### 二、消费者能接受的单件休闲零食的价格

#### 三、消费者对休闲零食广告关注度调查分析

#### 四、消费者购买休闲零食的渠道调查分析

#### 五、您家的休闲零食主要是谁消费

#### 六、男性消费者喜欢的休闲零食类别占比

### 第三节影响消费者购买新上市休闲零食的因素调查分析

## 第九章中国休闲零食市场竞争格局分析

### 第一节2019年中国休闲零食行业竞争现状

#### 一、年货市场上演“休闲零食”战

#### 二、渠道价格战挑战供应商承受极限

#### 三、华南休闲零食竞争升级

#### 四、休闲礼包掀起价格战

### 第二节2019年中国休闲零食重点品牌企业分析

#### 一、丰丰休闲零食抢滩全国

#### 二、休闲零食业群雄逐鹿

#### 三、休闲零食上好佳将在四川崇州建生产基地

## 第十章世界品牌休闲零食企业营运状况分析

## 第一节品客

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

## 第二节特脆星

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

## 第三节白乐顺

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

## 第四节妈咪

- 一、企业概况
- 二、企业产品在华市场销售情况分析
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化战略发展战略

## 第十一章中国休闲零食典型企业分析

### 第一节百事食品(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

### 第二节上好佳(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析



### 第三节福建雅客食品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

### 第四节上海天喔食品(集团)有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

### 第五节江西旺旺食品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

### 第六节江西金冠食品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

### 第七节成都市新都区冠生园食品有限责任公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

### 第八节苏州稻香村食品工业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

## 第十二章2020-2026年中国休闲零食行业发展趋势分析

## 第一节2020-2026年中国休闲零食行业发展前景分析

一、休闲零食前景在于“健康”；

二、麻辣休闲零食市场前景诱人

## 第二节2020-2026年中国休闲零食行业发展趋势分析

一、休闲零食五大发展趋势

二、休闲零食品牌发展趋势

## 第三节2020-2026年中国休闲零食行业市场预测分析

## 第四节2020-2026年中国休闲零食市场盈利预测分析

## 第五节中小食品企业产品迅速做大市场战略分析

一、大食品品牌的营销漏洞

二、中小食品企业的营销短板

三、中小食品企业产品的市场机会分析

## 第十三章2020-2026年中国休闲零食行业投资前景分析（）

### 第一节2019年中国休闲零食投资概况

一、中国休闲零食市场投资环境

二、中国休闲零食投资价值分析

三、中国休闲零食投资策略

### 第二节2020-2026年中国休闲零食行业投资机会分析

一、休闲零食商机凸现

二、休闲零食产业投资热点分析

三、与休闲零食产业链相关的投资机会分析

### 第三节2020-2026年中国休闲零食行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/173667.html>