

# 2020-2026年中国休闲零食 行业前景展望与市场运营趋势报告

## 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年中国休闲零食行业前景展望与市场运营趋势报告》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/202007/173601.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。2019年8月糕点占比明显提升图

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国休闲零食行业前景展望与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了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：

第一部分产业环境透视

第一章中国休闲零食行业背景分析

第一节休闲零食行业定义及分类

- 一、行业概念及定义
- 二、行业主要产品大类
- 三、行业在国民经济中的地位

## 第二节休闲零食行业统计标准

- 一、休闲零食行业统计部门和统计口径
- 二、休闲零食行业统计方法
- 三、休闲零食行业数据种类

## 第二章中国休闲零食所属行业市场环境分析

### 第一节休闲零食行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济环境分析
  - 1、欧洲经济环境分析及影响
  - 2、美国经济环境分析及影响
  - 3、日本经济环境分析及影响
- 二、国内宏观经济发展分析
  - 1、2019年经济增长的稳定性不断提高
  - 2、工业生产运行平稳
  - 3、农业生产基本稳定
  - 4、固定资产投资增速缓中趋稳
  - 5、社会消费品零售总额增势表现强劲
  - 6、居民消费价格温和上涨，工业品价格同比降幅收窄
  - 7、对外贸易继续萎缩，进出口双双回落
  - 8、居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小
  - 9、信贷高增，宽松依旧
  - 10、国家外汇储备跌至五年新低
- 三、中国经济发展展望

### 第二节休闲零食行业政策环境分析

- 一、行业相关政策
- 二、行业发展规划

### 第三节休闲零食行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析

### 三、文化环境分析

### 四、中国城镇化率

#### 第四节休闲零食行业市场消费环境分析

##### 一、休闲零食消费特征分析

- 1、&ldquo;主食类&rdquo;休闲零食已融入人们的日常生活
- 2、口香糖和干果类食品日渐成为消费主流
- 3、果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘

##### 二、休闲零食消费群体结构分析

- 1、消费群体年龄结构
- 2、消费群体性别结构

##### 三、休闲零食消费趋势分析

#### 第二部分行业深度分析

#### 第三章2014-2019年中国休闲零食所属行业发展状况分析

##### 第一节中国休闲零食所属行业发展状况分析

###### 一、中国休闲零食所属行业发展总体概况

- 1、休闲零食所属行业的发展规模
- 2、休闲零食所属行业市场现状
- 3、休闲零食所属行业的发展特点
- 4、我国休闲零食行业商业模式分析

###### 二、中国休闲零食行业发展主要特点

- 1、竞争激烈&mdash;品牌是关键
- 2、健康是休闲零食的发展趋势
- 3、中高端市场成为争夺焦点
- 4、差异化是企业发展的方向

##### 第二节休闲零食行业供需平衡分析

###### 一、总体供给情况分析

###### 二、各地区供给情况分析

###### 三、总体需求情况分析

###### 四、各地区需求情况分析

###### 五、全国休闲零食行业产销率分析

##### 第三节我国休闲零食市场价格走势分析

- 一、休闲零食市场定价机制组成
- 二、休闲零食市场价格影响因素
- 三、休闲零食产品价格走势分析
- 四、2020-2026年休闲零食产品价格走势预测

#### 第四章我国休闲零食所属行业整体运行指标分析

##### 第一节2014-2019年中国休闲零食所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

##### 第二节2014-2019年中国休闲零食所属行业产销情况分析

- 一、我国休闲零食所属行业工业总产值
- 二、我国休闲零食所属行业工业销售产值

##### 第三节2014-2019年中国休闲零食所属行业财务指标总体分析

- 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

#### 第五章我国休闲零食行业营销趋势及策略分析

##### 第一节休闲零食传统销售渠道分析

- 一、休闲零食传统销售渠道模式分析
  - 1、独立包装的休闲零食销售渠道
  - 2、散装食品销售渠道
  - 3、土特产类销售渠道
  - 4、渠道发展方向
- 二、休闲零食传统销售渠道概述
  - 1、商超渠道
  - 2、批发渠道
  - 3、零售网点
  - 4、专卖店渠道

### 三、休闲零食专卖店渠道分析

- 1、品类专卖店
- 2、品种专卖店
- 3、产品专卖店
- 4、其他细分类的专卖店

#### 第二节休闲零食互联网销售渠道竞争策略

##### 一、互联网对休闲零食行业的冲击与挑战

- 1、互联网对休闲零食行业的影响层面
- 2、互联网对休闲零食行业带来的冲击
- 3、互联网对传统休闲零食行业的颠覆与重构

##### 二、互联网思维下传统休闲零食企业转型突围策略

- 1、休闲零食企业电商切入模式及运营建议
- 2、休闲零食企业O2O战略布局及实施运营
- 3、休闲零食企业互联网营销推广方式及思路
- 4、休闲零食企业如何实现数据化运营与管理
- 5、传统休闲零食企业互联网转型优秀案例研究

#### 第三节休闲零食品牌营销策略分析

##### 一、休闲零食品牌现状分析

##### 二、休闲零食主要品牌营销策略

- 1、单一品牌策略
- 2、多种品牌策略
- 3、品牌策略选择

##### 三、地方特色休闲零食品牌策略

- 1、地方特色休闲零食品牌营销问题
- 2、地方特色休闲零食品牌策略分析

##### 四、休闲零食品牌发展战略

- 1、立足品牌塑造
- 2、实现品牌健康诉求
- 3、挖掘品牌文化内涵
- 4、形成品牌鲜明差异

##### 五、休闲零食品牌发展趋势

- 1、倡导产品创新思维理念

- 2、重视体验式营销和文化营销
- 3、以产品品牌带动企业品牌形象
- 4、重视公关价值和社会效应

#### 六、休闲零食品牌策略案例分析

- 1、好丽友品牌策略案例分析
- 2、喜之郎品牌策略案例分析

#### 第四节休闲零食包装营销策略分析

##### 一、食品包装设计特点分析

- 1、儿童食品包装设计特点
- 2、青少年人休闲零食包装设计特点
- 3、成年人休闲零食包装设计特点
- 4、老年人食品包装设计特点

##### 二、休闲零食礼品包装分析

- 1、礼品包装的功能
- 2、礼品包装的种类
- 3、礼品包装设计的特点
- 4、礼品包装的发展趋势

#### 第五节休闲零食广告营销策略分析

- 一、休闲零食广告投放现状分析
- 二、休闲零食营销广告媒体种类分析
- 三、休闲零食行业广告营销案例分析
- 1、达利食品广告营销案例分析
- 2、雅客广告营销案例分析

#### 第六节休闲零食节日营销策略分析

- 一、节日营销的概念
- 二、节日的消费特点
- 三、节日营销的要点
- 1、明确目标
- 2、突出促销主题
- 3、关注促销形式
- 4、产品卖点节日化
- 5、促销方案要科学



#### 四、休闲零食春节营销策略分析

- 1、春节休闲零食市场需求分析
- 2、春节休闲零食营销策略

### 第三部分市场全景调研

#### 第六章中国焙烤食品行业市场分析

##### 第一节焙烤食品行业市场发展概述

- 一、焙烤食品行业市场发展现状
- 二、焙烤食品行业经营状况分析

##### 第二节膨化食品市场分析

- 一、谷物膨化食品市场分析
- 二、薯类膨化食品市场分析
- 三、豆类膨化食品市场分析
- 四、膨化食品主要品牌竞争情况
- 五、膨化食品主要消费群体分析

##### 第三节饼干产品市场分析

- 一、饼干产品市场发展情况
- 二、饼干产品行业经营状况分析
- 三、饼干产品主要品牌竞争情况
- 四、饼干产品主要消费群体分析

##### 四、糕点产品市场分析

- 1、糕点产品市场发展情况
- 2、糕点产品行业市场竞争情况
- 3、糕点产品主要消费群体分析

##### 五、面包产品市场分析

- 1、面包产品市场发展情况
- 2、面包产品主要品牌竞争情况

##### 六、焙烤食品行业市场需求前景预测

- 1、焙烤食品行业市场发展趋势分析
- 2、焙烤食品行业市场前景预测分析

#### 第七章中国糖果行业市场分析

## 第一节糖果行业市场发展概述

- 一、糖果行业市场发展现状
- 二、糖果行业市场经营状况分析
- 三、糖果行业产业链上游市场分析

## 第二节传统型糖果产品市场分析

- 一、硬糖产品市场分析
- 二、奶糖产品市场分析
- 三、巧克力产品市场分析
- 四、酥糖产品市场分析

## 第三节功能性糖果产品市场分析

- 一、维生素糖果产品市场分析
- 二、功能性清咽润喉糖市场分析
- 三、无糖糖果产品市场分析

## 第四节胶基糖果（口香糖）产品市场分析

- 一、胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析
- 二、胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况
- 三、胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析

## 第五节糖果行业市场发展趋势及前景预测

- 一、糖果行业市场消费特点及趋势分析
- 三、糖果行业市场发展前景预测

## 第八章中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析

### 第一节果冻行业市场分析

- 一、果冻产品市场发展现状
- 二、果冻产品主要品牌竞争情况
- 三、果冻产品主要消费群体分析
- 四、果冻产品市场发展趋势及前景预测

### 第二节果脯蜜饯行业市场分析

- 一、果脯蜜饯产品市场发展现状
- 二、果脯蜜饯产品上游产业供应链分析
- 三、果脯蜜饯产品区域市场分析
- 四、果脯蜜饯产品消费市场调研分析

## 五、果脯蜜饯产品市场发展趋势

### 第九章休闲零食产业集群发展及区域市场分析

#### 第一节中国休闲零食产业集群发展特色分析

- 一、长江三角洲休闲零食产业发展特色分析
- 二、珠江三角洲休闲零食产业发展特色分析
- 三、环渤海地区休闲零食产业发展特色分析

#### 第二节休闲零食重点区域市场分析预测

##### 一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析
- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业企业数的区域分布分析

##### 二、休闲零食重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

### 第四部分竞争格局分析

#### 第十章中国休闲零食行业企业竞争力分析

##### 第一节国际休闲零食企业在华竞争力分析

- 一、国际企业在华竞争力分析
- 二、典型企业在华经营状况—好丽友
  - 1、好丽友在华销售收入增长情况
  - 2、好丽友在华产品市场情况

##### 第二节中国休闲零食企业竞争力分析

市场目前格局仍是三大龙头，三只松鼠，百味草，良品铺子的带，2019年8月三只松鼠增速继续领跑三强，百草味增速回升，良品铺子增速放缓。1-8月整体来看，百草味保持较高增速，8月三只松鼠4亿元、增35%，百草味2亿元、增11%，良品铺子2亿元、增11%。三强垄断格

局继续保持图

数据来源：公开资料整理

- 一、中国焙烤食品行业集中度分析
- 二、中国糖果企业集中度分析
- 三、中国干果行业集中度分析
- 四、中国果脯蜜饯行业集中度分析
- 五、中国休闲零食行业五力竞争模型
  - 1、休闲零食行业上游议价能力分析
  - 2、休闲零食行业下游议价能力分析
  - 3、休闲零食行业替代者威胁分析
  - 4、休闲零食行业潜在进入者威胁分析
  - 5、休闲零食行业竞争状况总结

第三节中国休闲零食企业发展趋势分析

- 一、中国休闲零食企业面临的问题
- 二、中国休闲零食企业发展趋势

第十一章休闲零食行业领先企业经营形势分析

第一节上好佳（中国）有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

第二节三只松鼠

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

第三节好丽友食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

#### 第四节福建福马食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

#### 第五节福建达利食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

#### 第六节福建盼盼食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

#### 第七节洽洽食品股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

#### 第八节百草味

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业质量体系分析
- 三、企业产品结构分析

#### 第九节上海克莉丝汀食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业组织架构分析
- 三、企业产品结构分析
- 四、企业销售渠道与网络

#### 第十节良品铺子

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析

### 三、企业产品结构分析

### 四、企业销售渠道与网络

## 第五部分发展前景展望

### 第十二章2020-2026年休闲零食行业前景及趋势预测

#### 第一节2020-2026年休闲零食市场发展前景

- 一、2020-2026年休闲零食市场发展潜力
- 二、2020-2026年休闲零食市场发展前景展望
- 三、2020-2026年休闲零食细分行业发展前景分析

#### 第二节2020-2026年休闲零食市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年休闲零食行业发展趋势
- 二、2020-2026年休闲零食市场容量预测
- 三、2020-2026年休闲零食行业应用趋势预测

#### 第三节2020-2026年中国休闲零食行业供需预测

- 一、2020-2026年中国休闲零食行业供给预测
- 二、2020-2026年中国休闲零食行业需求预测
- 三、2020-2026年中国休闲零食行业供需平衡预测

#### 第四节影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十三章2020-2026年休闲零食行业面临的困境及对策

#### 第一节2019年休闲零食行业面临的困境

#### 第二节休闲零食企业面临的困境及对策

- 一、重点休闲零食企业面临的困境及对策
  - 1、重点休闲零食企业面临的困境
  - 2、重点休闲零食企业对策探讨
- 二、中小休闲零食企业发展困境及策略分析
  - 1、中小休闲零食企业面临的困境

## 2、中小休闲零食企业对策探讨

### 三、国内休闲零食企业的出路分析

#### 第三节中国休闲零食行业存在的问题及对策

##### 一、中国休闲零食行业存在的问题

##### 二、休闲零食行业发展的建议对策

##### 三、市场的重点客户战略实施

###### 1、实施重点客户战略的必要性

###### 2、合理确立重点客户

###### 3、实施重点客户战略要重点解决的问题

###### 4、重点客户管理功能

#### 第四节中国休闲零食市场发展面临的挑战与机遇

## 第六部分发展战略研究

### 第十四章休闲零食行业发展战略研究

#### 第一节休闲零食行业发展战略研究

##### 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

#### 第二节对我国休闲零食品牌的战略思考

##### 一、品牌的重要性

##### 二、实施品牌战略的意义

##### 三、企业品牌的现状分析

##### 四、企业的品牌战略

##### 五、品牌战略管理的策略

#### 第三节休闲零食经营策略分析

##### 一、休闲零食市场细分策略

##### 二、休闲零食市场创新策略

##### 三、品牌定位与品类规划

#### 四、休闲零食新产品差异化战略

##### 第四节休闲零食行业投资战略研究

###### 一、2019年休闲零食行业投资战略

###### 二、2020-2026年细分行业投资战略

#### 第十五章研究结论及投资建议

##### 第一节休闲零食行业研究结论及建议

##### 第二节休闲零食子行业研究结论及建议

##### 第三节休闲零食行业投资建议

###### 一、行业发展策略建议

###### 二、行业投资方向建议

###### 三、行业投资方式建议

#### 图表目录：

图表：2012-2019年中国休闲零食行业市场规模及增长分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业工业总产值及增长分析

图表：2019年中国休闲零食工业产值规模区域占比情况

图表：2012-2019年中国休闲零食行业销售收入及增长分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业产销率走势分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业企业数量及增长分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业从业人员规模及增长分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业资产规模及增长分析

图表：2012-2019年休闲零食行业工业总产值分析

图表：2012-2019年休闲零食行业工业销售产值分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业盈利能力分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业偿债能力分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业营运能力分析

图表：2012-2019年中国休闲零食行业发展能力分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/173601.html>