

2021-2027年中国零食市场 深度评估与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国零食市场深度评估与前景趋势报告》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/202012/198770.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

2019年休闲食品全年销售额为621.31亿，同增23.4%，增速环比较前11个月略有放缓；其中12月销售额70.69亿，同增40.5%，环增-4%，主因双十二促销等因素所致。

受益于双十二，三只松鼠表现亮眼。从销售额看，2018年12月三只松鼠销售额为9.14亿，同增65%，其中量增31%，均价同增26%；百草味销售额为4.68亿，同增24%，其中量增-1%，均价同增25%；良品铺子销售额为3.59亿，同增38%，其中量增-11%，均价同增55%。从12月市场份额看，2017年12月至2018年12月各品牌份额变动：三只松鼠11%→13%，百草味7%→7%，良品铺子5%→5%。12月休闲食品行业主要品牌线上成交均价

在中国休闲食品行业中，不同类别的产品有着不同的发展速度。以五年为一发展期来看，2010-2015年休闲卤制品、糖果及蜜饯、面包/蛋糕机糕点、膨化食品、炒货及饼干的复合增长率分别为：17.6%、12.0%、13.8%、16.7%、9.4%、10.2%，其中休闲卤制品的增速最快；预计2016-2020年休闲卤制品、糖果及蜜饯、面包/蛋糕机糕点、膨化食品、炒货及饼干的复合增长率分别为24.1%、12.5%、14.4%、21.2%、13.4%、12.4%，卤制品的增速依然保持最快。

预计到2020年，中国休闲卤制品零售市场规模将超1200亿元，糖果及蜜饯市场规模有望突破4000亿元。不同产品类别的中国休闲食品行业零售市场规模走势预测（单位：十亿元）中企顾问网发布的《2021-2027年中国零食市场深度评估与前景趋势报告》共十三章。首先介绍了中国零食行业市场发展环境、零食整体运行态势等，接着分析了中国零食行业市场运行的现状，然后介绍了零食市场竞争格局。随后，报告对零食做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国零食行业发展趋势与投资预测。您若想对零食产业有个系统的了解或者想投资中国零食行业，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，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 行业概况分析

第一章 中国零食行业概况分析

第一节 零食行业定义统计标准

一、零食定义、分类及主要生产地

二、零食行业统计部门和统计口径

三、零食行业产业链结构分析

四、零食行业发展周期分析

第二节 行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、竞争激烈程度指标
- 七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 零食行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济分析
 - 1、国际宏观经济现状分析
 - 2、国际宏观经济及对零食行业影响
- 二、国内宏观经济分析
 - 1、国内宏观经济现状分析
 - 2、国内宏观经济及对零食行业影响
- 三、零食行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国零食行业社会环境分析

- 一、我国人口因素及对零食行业影响
- 二、零食人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对零食行业影响

第五节 中国零食行业技术环境分析

- 一、行业生产技术
- 二、行业生产技术发展趋势

第二章 2014-2019年全球零食所属行业市场发展状况分析

第一节 2014-2019年世界零食行业发展状况

- 一、世界零食行业生产情况
- 二、世界零食消费及趋势分析
- 三、世界零食行业发展趋势分析

第二节 美国零食行业现状分析

- 一、美国零食行业的市场现状

二、美国零食行业的市场特征

第三节 日本零食行业现状分析

一、日本零食行业的市场规模

二、日本零食行业的市场特征

第四节 欧洲零食行业市场状况

一、欧洲零食行业的市场现状

二、欧洲零食行业的市场特征

第三章 2014-2019年我国零食所属行业现状及市场发展分析

第一节 2014-2019年我国零食行业发展现状

一、零食行业市场规模

二、零食行业产品发展现状

三、零食行业消费市场现状

中国休闲食品在不同渠道有着不一样的表现。食品店及食品市场一直为中国休闲食品最大的销售渠道。然而，网上渠道于2010-2015年享有最高增长率，数据指出，2016-2020年网上渠道将依然续快速增长，2020年市场规模可达1646亿元。但到2020年，食品店及食品市场依然占据着中国休闲食品行业零售市场的最大份额，预计食品及食品市场规模将近6000亿元。不同渠道的中国休闲食品行业零售市场规模（单位：十亿元）

第二节 2014-2019年零食行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2014-2019年零食市场结构和价格走势分析

一、2014-2019年我国零食市场结构和价格走势概述

二、2014-2019年我国零食市场结构分析

三、2014-2019年我国零食市场价格走势分析

第四节 2014-2019年重点城市零食市场发展情况

第二部分 行业市场分析

第四章 2014-2019年中国零食所属行业财务指标与供需情况分析

第一节 2014-2019年中国零食行业经济运行主要特点

第二节 2014-2019年零食行业财务指标分析

- 一、零食行业经营效益
- 二、零食行业盈利能力
- 三、零食行业运营能力
- 四、零食行业偿债能力
- 五、零食行业发展能力

第三节 2014-2019年全国零食行业供给情况分析

- 一、全国零食行业总产值分析
- 二、全国零食行业产成品分析
- 三、各地区零食行业供给情况分析

第四节 2014-2019年全国零食行业需求情况分析

- 一、全国零食行业销售产值分析
- 二、全国零食行业销售收入分析
- 三、各地区零食行业需求情况分析
- 四、全国零食行业产销率分析

第五节 2014-2019年中国零食所属行业进出口分析

- 一、行业出口分析
 - 1、行业出口整体情况
 - 2、行业出口产品结构
 - 3、零食行业出口前景及建议
- 二、行业进口分析
 - 1、行业进口整体情况
 - 2、行业进口产品结构
 - 3、零食行业进口前景及建议

第五章 零食区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析

- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第六章 中国零食行业消费市场分析

第一节 中国零食消费者收入分析

- 一、我国市民生活习惯分析
- 二、2014-2019年消费者收入水平
- 三、2019年消费者信心指数分析

第二节 零食行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 零食市场消费需求分析

- 一、零食市场的消费需求变化
- 二、零食行业的需求情况分析
- 三、2019年零食品牌市场消费需求趋势

第四节 零食消费市场状况分析

- 一、零食行业消费特点
- 二、零食消费者分析
- 三、零食消费结构分析
- 四、零食消费的市场变化
- 五、零食市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 零食行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、零食行业品牌忠诚度调查
- 六、零食行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第三部分 行业竞争分析

第七章 零食行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2014-2019年零食行业竞争格局分析

- 一、2014-2019年国内外零食竞争分析
- 二、2014-2019年我国零食市场竞争分析
- 三、2014-2019年我国零食市场集中度分析
- 四、2021-2027年国内主要零食企业动向
- 五、2019年国内零食拟在建项目分析

第四节 零食市场竞争策略分析

- 一、2019年零食市场增长潜力分析
- 二、2019年零食主要潜力品种分析
- 三、现有零食产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 零食企业竞争策略分析

- 一、零食行业竞争格局的影响因素分析

- 二、2021-2027年我国零食市场竞争趋势
- 三、2021-2027年零食行业竞争策略分析
- 四、2021-2027年零食企业竞争策略分析

第八章 主要零食企业竞争分析

第一节 杭州郝姆斯食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第二节 湖北良品铺子食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第三节 杭州华味亨食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第四节 北京御食园食品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2019年经营状况
- 四、2021-2027年发展战略

第五节 安徽三只松鼠电子商务有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第六节 上海来伊份股份有限公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 盐津铺子食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节 天喔食品(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九节 广东佳宝集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第十节 北京红螺食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第九章 零食行业发展趋势与前景预测

第一节 我国零食行业前景与机遇分析

一、我国零食行业发展前景

二、我国零食发展机遇分析

第二节 2021-2027年中国零食市场趋势分析

一、2014-2019年零食市场趋势总结

二、2021-2027年零食市场发展空间

三、2021-2027年零食产业政策趋向

- 四、2021-2027年零食技术革新趋势
- 五、2021-2027年零食价格走势分析
- 六、2021-2027年国际环境对行业的影响
- 七、2021-2027年零食发展趋势分析

第三节 未来零食需求与消费预测

- 一、2021-2027年零食产品消费预测
- 二、2021-2027年零食市场规模预测
- 三、2021-2027年零食行业总产值预测
- 四、2021-2027年零食行业销售收入预测

第四节 2021-2027年中国零食行业供需预测

- 一、2021-2027年中国零食供给预测
- 二、2021-2027年中国零食需求预测
- 三、2021-2027年中国零食供需平衡预测
- 四、2021-2027年中国零食产品价格趋势
- 五、2021-2027年主要零食产品进出口预测

第十章 零食行业投资现状与投资环境分析

第一节 2014-2019年零食行业投资情况分析

- 一、2014-2019年总体投资及结构
- 二、2014-2019年投资规模及增长率分析
- 三、2014-2019年分行业投资分析
- 四、2014-2019年分地区投资分析
- 五、2014-2019年外商投资情况

第二节 我国融资环境分析

第十一章 零食行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2019年相关产业活力系数比较
- 二、2014-2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2019年相关产业投资收益率比较
- 二、2014-2019年行业投资收益率分析

第三节 零食行业投资效益分析

- 一、2014-2019年零食行业投资状况分析
- 二、2021-2027年零食行业投资效益分析
- 三、2021-2027年零食行业投资趋势预测
- 四、2021-2027年零食行业的投资方向
- 五、2021-2027年零食行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响零食行业发展的主要因素

- 一、2021-2027年影响零食行业运行的有利因素分析
- 二、2021-2027年影响零食行业运行的不利因素分析
- 三、2021-2027年我国零食行业发展面临的挑战分析
- 四、2021-2027年我国零食行业发展面临的机遇分析

第五节 零食行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年零食行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年零食行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年零食行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年零食行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年零食行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027年零食行业其他风险及控制策略

第十二章 零食行业投资战略研究()

第一节 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 对我国零食品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、零食实施品牌战略的意义

三、零食企业品牌的现状分析

四、我国零食企业的品牌战略

五、零食品牌战略管理的策略

第三节 零食经营策略分析

一、零食市场细分策略

二、零食市场创新策略

三、零食品牌定位与品类规划

四、零食新产品差异化战略

第十三章 投资战略研究

第一节 2019年零食行业投资战略()

第二节 2021-2027年零食行业投资战略

图表目录：

图表：2019年我国零食行业主要经济指标

图表：2019年我国零食出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2019年零食销售收入

图表：2019年零食销售收入增长趋势图

图表：2019年零食不同规模企业销售额

图表：2019年零食不同规模企业销售额对比图

图表：2019年零食不同规模企业销售额对比图

图表：2014-2019年零食不同所有制企业销售额

图表：2019年零食不同所有制企业销售额

图表：2019年零食不同所有制企业销售额对比图

图表：2011-2019年零食利润总额

图表：2019年零食利润总额增长趋势图

图表：2019年零食不同规模企业利润总额

图表：2019年零食不同规模企业利润总额对比图

图表：2014-2019年零食不同所有制企业利润总额

图表：2014-2019年零食不同所有制企业利润总额对比图

图表：2014-2019年零食资产总额

图表：2011-2014年零食总资产增长趋势图

图表：2014-2019年零食不同规模企业总资产
图表：2014-2019年零食不同规模企业总资产对比图
图表：2014-2019年零食不同所有制企业总资产
图表：2014-2019年零食不同所有制企业总资产对比图
图表：2014-2019年零食亏损面
图表：2019年零食亏损企业亏损总额
图表：2019年零食销售毛利率趋势图
图表：2019年零食成本费用率
图表：2019年零食成本费用利润率趋势图
图表：2019年零食销售利润率趋势图
图表：2019年零食应收账款周转率对比图
图表：2019年零食流动资产周转率对比图
图表：2019年零食总资产周转率对比图
图表：2019年零食资产负债率对比图
图表：2019年零食利息保障倍数对比图
图表：2014-2019年中国零食发展能力
图表：2014-2019年中国零食竞争力
图表：2014-2019年零食市场调查对象情况
图表：2014-2019年零食消费者消费习惯调查
图表：2014-2019年消费者对零食产品价格认同情况调查
图表：2014-2019年消费者购买渠道情况调查
图表：2014-2019年零食消费者品牌状况调查
图表：2014-2019年中国消费者零食品牌构成

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198770.html>