

2019年中国休闲食品行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国休闲食品行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/375126375126.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

近年来，我国国民经济快速发展，居民可支配收入也逐渐提高，人们对于物质的需求从“解决温饱”向个性化、多元化、休闲化转变，休闲食品在这种潮流下受到人们追捧，市场规模不断扩大。2013年我国休闲食品行业市场规模欧威7500亿元，到2017年行业市场规模已经翻了一番，达到15130亿元，预计未来我国休闲市场行业市场规模将以20%的增长速度增长。休闲食品行业将成为食品行业的重要市场。

2013-2018年中国休闲食品行业市场规模 资料来源：中国报告网整理

总体而言，休闲食品可分为九大类，包括谷物类制品(膨化、油炸、烘焙)；果仁类制品；薯类制品；糖食类制品；派类制品（酸角果派，西番莲果派等）；肉禽鱼类制品；干制水果类制品；干制蔬菜类制品；海洋类制品。我国休闲食品消费市场主要由干果、膨化食品、肉禽鱼类、糖类四大部分组成。

我国休闲食品行业随着国民经济的发展，其市场结构也出现了较大变化，改革开放时期，人民收入较低，对于休闲食品的支出能力较弱，只能购买糖类食品作为休闲食品，而随着生活水平的提高，膨化食品逐渐受到欢迎，而随着健康饮食的兴起，人们将注意力转向干果类食品。

当前我国居民休闲食品消费结构中，干果类休闲食品占比最高，达到35%，其次是肉禽鱼类休闲食品，占比25%，其次是膨化食品，占比22%。具体如下：

2017年中国休闲食品市场分布 资料来源：中国报告网整理

纵观全球休闲食品市场，美国是全球休闲食品人均消费第一大国，其休闲食品消费量占全球休闲食品总消费的一半以上，而我国仅占全球休闲食品消费量的3%左右，以此来看，我国休闲食品市场还有非常大的空间值得开拓。

分析美国休闲食品消费结构可知，其主要休闲食品为马铃薯、玉米、粮谷类，占销售额的60%，马铃薯脆片占了市场产值的30%以上，坚果仁占15%，其余为各类其他产品。

2017年美国休闲食品消费结构分布 资料来源：中国报告网整理

在全球前50强企业中，与休闲食品加工有关的企业就达到10多家，如美国亿滋、美国玛氏、意大利费列罗、雀巢等，由此可见，吃货经济在全球经济中占据非常重要的地位。

从国内来看，我国休闲食品行业发展已逐渐形成区域格局，西北地区的内蒙古，陕西和山西有牛肉干、奶片、锅巴这些特色休闲食品，广东和福建则有糖果、肉干类休闲食品，湖南，湖北则以鸭脖，卤味小吃为主，四川重庆则以泡椒凤爪、牛肉制品、豆干、辣条等休闲食品为主。

从销售渠道来看，我国休闲食品销售渠道主要分为线上和线下两种，而且随着如今互联网电商规模的不断扩大，网民数量的不断增多，使我国线上休闲食品消费额保持飞速增长，“三只松鼠”、“新农哥”、“港荣蒸蛋糕”等网红休闲食品相继诞生。

网络直播也是推动休闲食品的主要驱动因素，近年来网络直播催生了许多流量网红，

而网红在直播中食用的休闲食品以及推荐，都能引起线下粉丝的狂热追捧。

近年来几类受欢迎休闲食品网购比例 资料来源：中国报告网

当然，归根结底，我国休闲食品行业的快速发展，还是离不开经济发展这一事实，居民的“钱袋子”鼓了，才能有底气去购买更多的休闲食品。随着国家系列促进内需的政策，以及消费升级的趋势下，未来我国休闲食品行业前景广阔，但是投资者需要注意的是食品安全问题以及及时调整产品结构这两方面。（FSW）

观研天下发布的《2019年中国休闲食品行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国休闲食品行业发展概述

第一节 休闲食品行业发展情况概述

- 一、休闲食品行业相关定义
- 二、休闲食品行业基本情况介绍
- 三、休闲食品行业发展特点分析

第二节 中国休闲食品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、休闲食品行业产业链条分析

三、中国休闲食品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国休闲食品行业生命周期分析

一、休闲食品行业生命周期理论概述

二、休闲食品行业所属的生命周期分析

第四节 休闲食品行业经济指标分析

一、休闲食品行业的赢利性分析

二、休闲食品行业的经济周期分析

三、休闲食品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国休闲食品行业进入壁垒分析

一、休闲食品行业资金壁垒分析

二、休闲食品行业技术壁垒分析

三、休闲食品行业人才壁垒分析

四、休闲食品行业品牌壁垒分析

五、休闲食品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球休闲食品行业市场发展现状分析

第一节 全球休闲食品行业发展历程回顾

第二节 全球休闲食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲休闲食品行业地区市场分析

一、亚洲休闲食品行业市场现状分析

二、亚洲休闲食品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲休闲食品行业市场前景分析

第四节 北美休闲食品行业地区市场分析

一、北美休闲食品行业市场现状分析

二、北美休闲食品行业市场规模与市场需求分析

三、北美休闲食品行业市场前景分析

第五节 欧盟休闲食品行业地区市场分析

一、欧盟休闲食品行业市场现状分析

二、欧盟休闲食品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟休闲食品行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界休闲食品行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球休闲食品行业市场规模预测

第三章 中国休闲食品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品休闲食品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节中国休闲食品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节中国休闲食品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国休闲食品行业运行情况

第一节 中国休闲食品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国休闲食品行业市场规模分析

第三节 中国休闲食品行业供应情况分析

第四节 中国休闲食品行业需求情况分析

第五节 中国休闲食品行业供需平衡分析

第六节 中国休闲食品行业发展趋势分析

第五章 中国休闲食品所属行业运行数据监测

第一节 中国休闲食品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国休闲食品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国休闲食品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国休闲食品市场格局分析

第一节 中国休闲食品行业竞争现状分析

一、中国休闲食品行业竞争情况分析

二、中国休闲食品行业主要品牌分析

第二节 中国休闲食品行业集中度分析

一、中国休闲食品行业市场集中度分析

二、中国休闲食品行业企业集中度分析

第三节 中国休闲食品行业存在的问题

第四节 中国休闲食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国休闲食品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国休闲食品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国休闲食品行业消费特点

第二节 中国休闲食品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 休闲食品行业成本分析

第四节 休闲食品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国休闲食品行业价格现状分析

第六节 中国休闲食品行业平均价格走势预测

- 一、中国休闲食品行业价格影响因素
- 二、中国休闲食品行业平均价格走势预测
- 三、中国休闲食品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国休闲食品行业区域市场现状分析

第一节 中国休闲食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区休闲食品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区休闲食品市场规模分析
- 四、华东地区休闲食品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区休闲食品市场规模分析
- 四、华中地区休闲食品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区休闲食品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国休闲食品行业竞争情况

第一节 中国休闲食品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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 中国休闲食品行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国休闲食品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 休闲食品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国休闲食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国休闲食品行业未来发展前景分析

一、休闲食品行业国内投资环境分析

二、中国休闲食品行业市场机会分析

三、中国休闲食品行业投资增速预测

第二节 中国休闲食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国休闲食品行业市场发展预测

一、中国休闲食品行业市场规模预测

二、中国休闲食品行业市场规模增速预测

三、中国休闲食品行业产值规模预测

四、中国休闲食品行业产值增速预测

五、中国休闲食品行业供需情况预测

第四节 中国休闲食品行业盈利走势预测

一、中国休闲食品行业毛利润同比增速预测

二、中国休闲食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国休闲食品行业投资风险与营销分析

第一节 休闲食品行业投资风险分析

- 一、休闲食品行业政策风险分析
 - 二、休闲食品行业技术风险分析
 - 三、休闲食品行业竞争风险分析
 - 四、休闲食品行业其他风险分析
- 第二节 休闲食品行业企业经营发展分析及建议

- 一、休闲食品行业经营模式
- 二、休闲食品行业销售模式
- 三、休闲食品行业创新方向

第三节 休闲食品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国休闲食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国休闲食品行业品牌战略分析

- 一、休闲食品企业品牌的重要性
- 二、休闲食品企业实施品牌战略的意义
- 三、休闲食品企业品牌的现状分析
- 四、休闲食品企业的品牌战略
- 五、休闲食品品牌战略管理的策略

第二节 中国休闲食品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国休闲食品行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2019-2025年中国休闲食品行业发展策略及投资建议

第一节中国休闲食品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国休闲食品行业定价策略分析

第三节中国休闲食品行业营销渠道策略

一、休闲食品行业渠道选择策略

二、休闲食品行业营销策略

第四节中国休闲食品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国休闲食品行业重点投资区域分析

二、中国休闲食品行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/375126375126.html>