

2020年中国休闲食品行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2020年中国休闲食品行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/348208348208.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

2020年1-2月，我国零食/坚果/特产在淘系平台线上的销售额达133.60亿元，销量为39.21亿件，销售均价为34.08元/件。具体在2020年2月，淘系平台上零食/坚果/特产销售额为30.95亿元，同比提升66.3%；销售量同比上升76.7%至1.16亿件，销售均价为26.5元/件。同比下降5.9%。整体来看，2020年2月我国休闲食品呈量升价跌态势。

2019年-2020年2月淘系平台零食/坚果/特产销售额及销售量

数据来源：中国休闲食品连锁品牌协会

2019年-2020年2月淘系平台零食/坚果/特产销售均价

数据来源：中国休闲食品连锁品牌协会

从休闲食品行业各品牌发展分析：2020年2月，淘系平台上零食/坚果/特产的主要品牌市占率较上月略有下降，CR3份额为23.47%，较上月下降了12.34个百分点。具体来看，三只松鼠线上销售额占比为11.64%；百草味线上销售额占比为7.72%；良品铺子线上销售额占比为4.10%。其中三只松鼠以及百草味分别较上月下降3.87pcts、4.06pcts；良品铺子则较上月上涨0.49pcts。

2019年至2020年2月淘系平台零食/坚果/特产市场份额

数据来源：中国休闲食品连锁品牌协会

从官方旗舰店数据来看，2020年2月，三只松鼠、良品铺子、百草味、来伊份、洽洽、好想你以及顽皮的官方旗舰店销售额均呈现同比上升态势，其中洽洽销售额增长最高，同比上升522.2%；其次是来伊份，同比上升174.9%。2020年2月，绝味以及周黑鸭官方旗舰店的销售额则呈现同比下降态势，分别同比下降35.0%、54.7%。

2018年7月-2020年2月主要休闲食品品牌官方旗舰店销售情况

时间

三只松鼠

良品铺子

百草味

好想你

/

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

2018年7月

31,787

25.4

14,580

22.8

12,316

24.7

1,062

34.2

2018年8月

32,299

29.2

16,112

24

15,846

3

1,209

37

2018年9月

38,748

35

18,265

26

18,312

29.

21,842

42

2018年10月

36,927

31

21,050

27

16,661

24

1,597

40

2018年11月

89,694

35

35,026

27

29,611

30

3,57

842

2018年12月

59,666

36

23,528

28

31,562

33

3,011

50

2019年1月

120,977

51

28,248

30.3

86,607

48

6,296

69.5

2019年2月

15,648

34

7,685

25

8,393

26

744

45.4

2019年3月

32,549

35.0

19,216

28

20,351

27

1,631

43.7

2019年4月

28,932

33

16,866

30

17,436

25.

41,452

47

2019年5月

38,546

35.6

16,822

29

22,694

29

1,735

36.8

2019年6月

60,300

36.3

25,494

29

27,305

30

1,941

36.0

2019年7月

66,424

33

23,705

30

24,938

30

1,129

39

2019年8月

55,621

37

21,936

30

30,392

32

1,179

44

2019年9月

57,273

40

24,398

34

29,774

34

1,584

47.7

2019年10月

47,810

39

22,574

34

29,318

32

1,326

42.6

2019年11月

110,154

43

43,874

33

55,033

36

4,250

49.6

2019年12月

99,539

47.5

36,024

43

52,940

45

4,481

62

2020年1月

137 , 555

58.0

40 , 860

49.9

93 , 049

54.7

4 , 513

69.4

2020年2月

31 , 355

35.7

8,482

27.8

17,068

33.4

757

47.0

2020年2月同比

100.4%

4.2%

10.4%

13.3%

103.4%

28.1%

1.7%%

3.5%数据来源：中国休闲食品连锁品牌协会

2018年7月-2020年2月主要休闲食品品牌官方旗舰店销售情况

时间

来伊份

绝味

周黑鸭

顽皮

洽洽

/

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

销售额（万元）

均价（元/件）

2018年7月

2,095

25.6

47

36.9

2,371

34.9

243

34.5

1,185

28

2018年8月

2,853

26.0

49

35.1

2,308

33.4

331

34.0

1,493

30

2018年9月

4,137

29.1

50

35.7

2,403

35.8

369

35.2

2,114

36

2018年10月

2,895

27.7

52

34.6

2,399

37.3

329

37.5

2,490

35

2018年11月

7,881

31

49

33.8

2,872

35

920

45.7

4,351

36

2018年12月

5,864

35

58

36.4

2,932

30

361

36.9

4,259

35

2019年1月

9,284

34.1

68

36.7

5,064

43

395

34.0

7,859

45

2019年2月

1,915

27.8

32

34.7

2,118

39.3

215

33.9

1,114

33

2019年3月

3,961

29

65

35.1

2,912

37

335

34.4

2,491

40

2019年4月

3,119

27.9

50

34.0

3,339

37.0

270

34

2,126

38

2019年5月

3,085

27.8

45

34.5

2,929

35

337

33.3

2,174

33

2019年6月

4,078

27

57

33

3,322

36

471

33.0

2,464

34

2019年7月

3,425

29.0

43

34.7

3,215

36

261

36.2

857

34

2019年8月

5,532

32

44

35.5

3,520

38.2

350

36

1,541

53

2019年9月

5,136

33.9

52

34.7

2,756

37

343

37.6

2,969

66

2019年10月

4,992

38

51

37.5

2,882

37.6

263

38

3,872

65

2019年11月

9,296

35

92

39.9

7,396

36.9

1,034

40

5,916

48

2019年12月

10 , 935

39.4

82

40.4

5 , 827

42.2

412

38.3

3 , 920

58

2020年1月

13 , 077

44.0

73

37.4

7 , 156

46.3

326

35.3

6 , 528

58

2020年2月

5 , 265

29.3

21

38.6

960

39.5

382

36.8

2,736

54

2020年2月同比

174.9%

5.4%

-35.0%

11.2%

-54.7%

0.5%

77.9%

8.6%

522.2%

28.4%数据来源：中国休闲食品连锁品牌协会（LSM）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国休闲食品行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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。

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家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 2017-2020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 2017-2020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 2021-2026年世界休闲食品行业分布走势预测

第七节 2021-2026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 2017-2020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 2017-2020年中国休闲食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国休闲食品行业消费市场动态情况

第二节 中国休闲食品行业消费市场特点分析

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 2017-2020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
- 四、华南地区休闲食品市场规模预测

第九章 2017-2020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、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国休闲食品行业发展战略及规划建议

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 2021-2026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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/348208348208.html>