

2020年中国特色果类休闲食品市场分析报告- 行业深度调研与未来商机分析

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年中国特色果类休闲食品市场分析报告-行业深度调研与未来商机分析》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/519680519680.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

特色果类休闲食品是休闲食品的一种，是由各色水果作为原料，经不同工序加工成口感多样、形态各异的爽口零食。从产业链来看，特色果类休闲食品行业上游主要是农、林、牧、渔业中的水果种植业；行业下游主要经过商场超市、经销商、电子商务等销售渠道，最终到终端消费者手中。

特色果类休闲食品产业链

数据来源：公开资料整理

上游方面：原材料的产量将影响到特色果林休闲食品行业的发展，从2014年以来，我国水果产量整体呈持续上升趋势，到2019年中国水果产量达到2.74亿吨，较上年增长6.61%。

2014-2019年中国水果产量

数据来源：公开资料整理

现阶段，特色果类休闲食品行业上游相关企业主要有宏辉果蔬股份有限公司、朗源股份有限公司、黄山永新股份有限公司等。

特色果类休闲食品行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

宏辉果蔬股份有限公司

水果、蔬菜的收购、挑拣、包装、保鲜、冷藏、销售;食品销售;新鲜水产品的收购、销售;货物进出口,技术进出口;食用农产品初加工,食用农产品批发,食品经营、生产,销售。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)。

优良稳固的超市渠道优势:公司以一站式全产品链锁定高端客户,重点拓展国内外大型连锁超市等优质渠道。超市具有需求量大、关系稳定、回款及时等优势,是果蔬服务行业的优良客户。目前公司已经与多家连锁超市建立良好的合作关系,其中多家超市客户均属于规模较大、市场占有率及品牌知名度较高的全球或区域性优势超市。

朗源股份有限公司

农副食品的种植、加工、储存及销售;预包装食品销售;食品添加剂制造及销售;包装制品的生产、销售(有效期以许可证为准);调味品的批发及零售;第一类增值电信业务中的互联网数据中心业务、第一类增值电信业务中的互联网接入服务业务(以许可证为准);货物及技术的进出口。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

综合优势:公司依托“公司+协议基地+标准化”的种产销一体化业务模式和先进的干鲜冷链共享技术,使公司产品在国内、国际市场上均有较强的竞争力和抗风险能力。

黄山永新股份有限公司

生产和销售真空镀膜、多功能薄膜、彩印复合软包装材料、纸基复合包装材料、新型医药包装材料、塑料制品、精细化工产品等高新技术产品;印刷包装装潢、包装设计和技术服务,相关产品及技术的进出口业务。

品牌优势:公司作为国内领先的软包装产品及服务提供商,注重技术创新和服务,为客户提供优秀的产品包装解决方案,被国内众多快速消费品品牌所认同;在海外市场也占有一席之地。

产业链完整优势:公司一直积极实施“纵向一体化”发展策略,持续稳健的推进自建或并购延伸产业链,提升技术平台,完善配套生产,降低生产成本,增强公司抗市场风险的能力。

科技研发优势:立足主业,大力创新,提升研发水平,与客户分享新技术带来市场升值。不仅培养了公司自己的科研团队,还建立了一套较为科学的研发系统,在注重自主研发的同时,通过合作开发及引进消化,增强了公司在业内的优势。数据来源:公开资料整理

中游方面:随着我国国民经济的增长,居民消费能力的提高,人们对于休闲食品的需求也逐渐增长,到2019年,我国休闲食品市场规模达到5439亿元,较2018年增长6.56%,行业未来仍有较大发展空间。

2011-2019年我国休闲食品市场规模

数据来源:公开资料整理

现阶段,特色果类休闲食品行业主要企业包括上海来伊份股份有限公司、天喔食品(集团)有限公司、盐津铺子食品股份有限公司等。

特色果类休闲食品行业相关主要企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

上海来伊份股份有限公司

批发:预包装食品(含熟食卤味、冷冻冷藏)、散装食品(直接入口食品,不含熟食卤味)、乳制品(不含婴幼儿配方乳粉)、食品流通、餐饮服务、食用农产品(不含生猪产品、牛羊肉品)、花卉、工艺礼品、电子产品、通讯器材、体育用品、文具用品、日用百货、汽摩配件、化妆品、玩具、金银饰品、珠宝首饰、化工产品(不含危险化学品)、电脑及配件、通信设备及相关产品批发、零售,销售计算机配件及相关智能卡,电子商务(不得从事增值电信业务、金融业务),仓储(除危险品)、企业投资与资产管理、企业管理咨询,计算机网络系统开发、软件开发设计,商务咨询、从事货物及技术的进出口业务,包装服务,票务代理,从事通信设备领域内的技术服务,自有房屋租赁,供应链管理,道路货物运输,国内货运代理,国际海上、国际陆路、国际航空货运代理,以服务外包方式从事计算机数据处理、自有品牌、动漫形象产品销售及经营。

品牌优势:作为国内休闲食品的领先企业,公司通过持续不断的门店形象升级、移动APP系统迭代升级、商品包装升级、品牌形象升级,从产品、服务、体验、文化多维度丰富“来伊份”品牌内涵,传播和践行“全球好品质,健康好生活”品牌内核。

全渠道平台协同优势:随着消费结构的不断升级,消费者的消费需求呈现碎片化、社交化、即

时化的特征。以消费需求为导向,公司构建了直营门店、加盟门店、特通渠道、智能终端、电子商务和来伊份APP等全渠道网络体系,与消费者全时段、多场景触达,实现了线下线上全渠道商品、支付、会员、库存等全方位的业务协同,不断引领、满足消费人群随时、随地购买安心、好吃的零食需求。

智慧供应链体系保障优势:公司通过智慧零售体系的建设,优化升级原有的供应链组织及运行模式,构建了智慧供应链管理系统,满足了线下线上全渠道一体化销售模式的需求。

天喔食品(集团)有限公司

食品及零食、非酒精饮料,酒精饮料和其他产品

生产优势:公司生产及分销主要为「天喔」品牌的优质自有品牌产品,同时亦分销具互补作用的知名第三方品牌产品,覆盖多个消费市场,并在其中多个品类居领先地位。

销售优势:公司拥有独特的业务模式,透过遍及中国的完善网络生产及分销各类产品

盐津铺子食品股份有限公司

预包装食品批发;糕点、糖果及糖批发;干果、坚果批发;海味干货批发;散装食品批发;收购农副产品;饼干及其他焙烤食品制造;糖果、巧克力制造;蜜饯制作;米、面制品制造;方便面及其他方便食品制造;蔬菜、水果罐头制造;酱腌菜生产;自营和代理各类商品及技术的进出口,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外;熟食品制造;糕点、面包制造;食品的销售;食品的互联网销售;预包装食品零售;糕点、面包零售;干果、坚果零售;熟食零售;海味干货零售;进口食品零售;普通货物运输;散装食品零售;肉制品及副产品加工;蔬菜加工;水果和坚果加工;鱼糜制品及水产品干腌制加工;豆制品制造;蛋品加工。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)

品牌优势:公司自成立以来,专注于发展中国传统特色小品类休闲食品行业,以具有地方特色的凉果蜜饯产品发轫,经过数年发展沉淀,已成为国内较具影响力的中国传统特色小品类休闲食品生产企业,“盐津铺子”品牌在市场具有较高的知名度和美誉度。

小品类休闲食品的差异化竞争优势:我国的休闲食品行业规模及潜力巨大,但以薯片、膨化食品等淀粉类休闲食品及糖果、巧克力等西式休闲食品为主的主流市场竞争日趋激烈,并被达能、玛氏、乐事、上好佳为代表的国际休闲食品巨头占据了绝大部分市场份额,弱势企业生存空间狭小。

营销网络优势:公司凭借大型连锁商超的高端渠道优势,树立起“盐津铺子”品牌良好的市场形象和“高端、时尚、休闲、健康”的产品内涵,采取以点带面,以大型商超带动地区经销商发展的营销渠道发展模式,建立起覆盖广泛、多层次的经销商营销网络。数据来源:公开资料整理

下游方面:在人们对休闲食品品类的需求中,果脯果干目前占比较低,仅为5.4%,在整体休闲食品需求中排名第七,特色果类休闲食品行业未来还有较大发展空间。

2019年中国休闲零食品类需求占比

数据来源:公开资料整理

现阶段，特色果类休闲食品行业下游相关企业主要有洽洽食品股份有限公司、永辉超市股份有限公司、三只松鼠股份有限公司等。

特色果类休闲食品行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业竞争优势

洽洽食品股份有限公司

坚果炒货类食品生产和销售;农副产品的生产和收购;油炸食品生产和销售;膨化食品生产和销售;焙烤类食品生产与销售;酱腌菜类的生产与销售;饼干类食品的生产与销售;食品添加剂的生产与销售;方便食品的生产与销售;果干、蜜饯、肉干肉脯、原枣、巧克力、蔬菜干等产品的分装;肉制品类、蜜饯类、海藻类、糖果类、果冻类、水果制品、预包装食品批发(涉及许可证的凭许可证经营)等。

品牌优势：公司成立至今,一直坚持以“创造美味产品,传播快乐味道”为使命,经过十多年的发展,产品线日趋丰富,深受消费者的喜爱,品牌知名度和美誉度不断提升,是中国坚果炒货行业的领导品牌。

网络销售优势：公司拥有全国性销售网络,拥有经验丰富的专业化营销队伍,有完善有效的营销管理体系和营销模式,市场快速反应能力强,销售规模行业第一。

行业领先优势：公司的生产基地形成了全国布局,并在海外形成了积极探索。

永辉超市股份有限公司

农副产品、水产品、粮油及制品、食品饮料、酒及其他副食品、日用百货、家用电器及电子产品、通讯器材、针纺织品、服装、文化体育用品及器材、音像制品、出版物及电子出版物、珠宝、金银饰品、汽车摩托车零配件、花卉、玩具等的零售和批发,以及提供相关的配套服务;零售和批发预包装食品、散装食品、保健食品、乳制品(含婴幼儿配方乳粉)等

品牌优势：公司的经营模式被国务院七部委誉为中国“农改超”推广的典范,亦是国内首批将生鲜农产品引进现代超市的流通和农业产业化企业之一。

销售规模优势：2018年10月24日公告,永辉超市、百佳中国和腾讯在中国签署投资协议,各方拟按协议约定于中国境内设立一家中外合资经营企业,并将永辉超市持有的广东永辉和深圳永辉的股权、以及百佳中国持有的广州百佳、江门百佳、东莞百佳的股权和部分现金置入合资公司,腾讯投入现金124,881,108元。

三只松鼠股份有限公司

食品生产;食品经营;日用百货、办公用品、塑料和金属制品、工艺礼品、电子产品、服装鞋帽批发、零售;出版物零售;带有三只松鼠标志的纪念品及工艺品零售;自有品牌、动漫形象产品销售及经营;以承接服务外包方式从事软件开发;仓储服务(不含危险品和违禁品)、食用农产品销售等。

品牌优势：目前,三只松鼠已经从坚果这一优势领域迅速拓展至全品类休闲食品,成为互联网

休闲食品零售的旗舰品牌。

突出的产品研发能力：公司成立了松鼠食品产业研究院,专职负责产品的开发与管理、产品工艺改进和品质标准化、产学研合作及产业化应用等工作。数据来源：公开资料整理（LJ）

本文根据互联网公开资料整理而成。我们保持中立立场，与文中提及的公司之间不存在业务往来，不涉及利益。文章仅作参考，不构成任何投资及应用建议。

中国报告网是观研天下集团旗下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年中国特色果类休闲食品市场分析报告-行业深度调研与未来商机分析》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年中国特色果类休闲食品行业发展概述

第一节 特色果类休闲食品行业发展情况概述

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

第二节 中国特色果类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、特色果类休闲食品行业产业链条分析
- 三、中国特色果类休闲食品行业上游环节分析
- 四、中国特色果类休闲食品行业下游环节分析

第三节 中国特色果类休闲食品行业生命周期分析

- 一、特色果类休闲食品行业生命周期理论概述
- 二、特色果类休闲食品行业所属的生命周期分析

第四节 特色果类休闲食品行业经济指标分析

- 一、特色果类休闲食品行业的赢利性分析
- 二、特色果类休闲食品行业的经济周期分析
- 三、特色果类休闲食品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国特色果类休闲食品行业进入壁垒分析

- 一、特色果类休闲食品行业资金壁垒分析
- 二、特色果类休闲食品行业技术壁垒分析
- 三、特色果类休闲食品行业人才壁垒分析
- 四、特色果类休闲食品行业品牌壁垒分析
- 五、特色果类休闲食品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球特色果类休闲食品行业市场发展现状分析

第一节 全球特色果类休闲食品行业发展历程回顾

第二节 全球特色果类休闲食品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲特色果类休闲食品行业地区市场分析

- 一、亚洲特色果类休闲食品行业市场现状分析
- 二、亚洲特色果类休闲食品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲特色果类休闲食品行业市场前景分析

第四节 北美特色果类休闲食品行业地区市场分析

- 一、北美特色果类休闲食品行业市场现状分析
- 二、北美特色果类休闲食品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美特色果类休闲食品行业市场前景分析

第五节 欧盟特色果类休闲食品行业地区市场分析

- 一、欧盟特色果类休闲食品行业市场现状分析
- 二、欧盟特色果类休闲食品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟特色果类休闲食品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界特色果类休闲食品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球特色果类休闲食品行业市场规模预测

第三章 中国特色果类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、全社会消费品特色果类休闲食品总额
- 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 中国特色果类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 中国特色果类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 中国特色果类休闲食品行业运行情况

第一节 中国特色果类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
- 四、行业发展动态

第二节 中国特色果类休闲食品行业市场规模分析

第三节 中国特色果类休闲食品行业供应情况分析

第四节 中国特色果类休闲食品行业需求情况分析

第五节 中国特色果类休闲食品行业供需平衡分析

第六节 中国特色果类休闲食品行业发展趋势分析

第五章 中国特色果类休闲食品所属行业运行数据监测

第一节 中国特色果类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 中国特色果类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 中国特色果类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年中国特色果类休闲食品市场格局分析

第一节 中国特色果类休闲食品行业竞争现状分析

一、中国特色果类休闲食品行业竞争情况分析

二、中国特色果类休闲食品行业主要品牌分析

第二节 中国特色果类休闲食品行业集中度分析

一、中国特色果类休闲食品行业市场集中度分析

二、中国特色果类休闲食品行业企业集中度分析

第三节 中国特色果类休闲食品行业存在的问题

第四节 中国特色果类休闲食品行业解决问题的策略分析

第五节 中国特色果类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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国特色果类休闲食品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国特色果类休闲食品行业需求特点与动态分析

第一节 中国特色果类休闲食品行业消费者基本情况

第二节 中国特色果类休闲食品行业消费者属性及偏好调查

第三节 特色果类休闲食品行业成本分析

第四节 特色果类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、其他因素

第五节 中国特色果类休闲食品行业价格现状分析

第六节 中国特色果类休闲食品行业平均价格走势预测

一、中国特色果类休闲食品行业价格影响因素

二、中国特色果类休闲食品行业平均价格走势预测

三、中国特色果类休闲食品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国特色果类休闲食品行业区域市场现状分析

第一节 中国特色果类休闲食品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区特色果类休闲食品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区特色果类休闲食品市场规模分析

四、华东地区特色果类休闲食品市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区特色果类休闲食品市场规模分析

四、华北地区特色果类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、华南地区特色果类休闲食品市场规模分析

四、华南地区特色果类休闲食品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国特色果类休闲食品行业竞争情况

第一节 中国特色果类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 中国特色果类休闲食品行业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 中国特色果类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 特色果类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、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国特色果类休闲食品行业发展前景分析与预测

第一节 中国特色果类休闲食品行业未来发展前景分析

一、特色果类休闲食品行业国内投资环境分析

二、中国特色果类休闲食品行业市场机会分析

三、中国特色果类休闲食品行业投资增速预测

第二节 中国特色果类休闲食品行业未来发展趋势预测

第三节 中国特色果类休闲食品行业市场发展预测

一、中国特色果类休闲食品行业市场规模预测

二、中国特色果类休闲食品行业市场规模增速预测

三、中国特色果类休闲食品行业产值规模预测

四、中国特色果类休闲食品行业产值增速预测

五、中国特色果类休闲食品行业供需情况预测

第四节 中国特色果类休闲食品行业盈利走势预测

一、中国特色果类休闲食品行业毛利润同比增速预测

二、中国特色果类休闲食品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国特色果类休闲食品行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 特色果类休闲食品产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 特色果类休闲食品行业投资风险分析

一、特色果类休闲食品行业政策风险分析

二、特色果类休闲食品行业技术风险分析

三、特色果类休闲食品行业竞争风险

四、特色果类休闲食品行业其他风险分析

第三节 特色果类休闲食品行业企业经营发展分析及建议

一、特色果类休闲食品行业经营模式

二、特色果类休闲食品行业销售模式

三、特色果类休闲食品行业创新方向

第四节 特色果类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年中国特色果类休闲食品行业发展战略及规划建议

第一节 中国特色果类休闲食品行业品牌战略分析

- 一、特色果类休闲食品企业品牌的重要性
 - 二、特色果类休闲食品企业实施品牌战略的意义
 - 三、特色果类休闲食品企业品牌的现状分析
 - 四、特色果类休闲食品企业的品牌战略
 - 五、特色果类休闲食品品牌战略管理的策略
- 第二节 中国特色果类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 中国特色果类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年中国特色果类休闲食品行业发展策略及投资建议

第一节 中国特色果类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 中国特色果类休闲食品行业定价策略分析

第三节 中国特色果类休闲食品行业营销渠道策略

- 一、特色果类休闲食品行业渠道选择策略
- 二、特色果类休闲食品行业营销策略

第四节 中国特色果类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、中国特色果类休闲食品行业重点投资区域分析
- 二、中国特色果类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/519680519680.html>