2021年中国粽子行业分析报告- 产业运营现状与发展潜力预测

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《2021年中国粽子行业分析报告-产业运营现状与发展潜力预测》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/546226546226.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

粽子，由粽叶包裹糯米蒸制而成的食品，是中国汉族传统节庆食物之一。粽子作为中国历史文化积淀最深厚的传统食品之一，传播亦甚远。

粽子分类 资料来源：观研天下整理

我国粽子产业链中，上游为原材料，主要包括糯米（江米）、粽叶、粽馅、粽绳及其他调料；中游为各式各样的粽子，常见的粽子有大肉粽、蛋黄粽、蜜枣粽、碱水粽等；下游为粽子的销售渠道，最后到达终端消费者。

我国粽子行业产业链 资料来源：观研天下整理

粽子是我国汉族传统节庆食物之一，由于各地的饮食习惯不同，粽子形成了南北风味。根据数据显示，我国粽子整体市场规模由2016年55亿元增至2019年86亿元。据预测，2021年我国粽子整体市场规模可达112亿元。

2016-2021年我国粽子市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。目前，我国粽子行业主要料包括糯米（江米）、粽叶、粽馅、粽绳及其他调料，原材料发展时间较早，生产厂家数量众多，其议价能力较弱。

我国粽子种类繁多，从馅料看，北方有包小枣的北京枣粽；南方则有绿豆、五花肉、豆沙、八宝、火腿、冬菇、蛋黄等多种馅料，其中以广东咸肉粽、浙江嘉兴粽子为代表。根据数据显示，我国肉类产量近两年受疫情影响有所波动，2020年肉类产量为7639万吨。预测2021年我国肉类产量将有小幅度回升，产量可达7821.84万吨。

2016-2021年我国肉类产量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

二、购买者的议价能力

一般来说，购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务质量的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。端午节是我国传统节日，吃粽子是国民消费习惯。随着城镇化的发展，直接购买粽子食用逐步成为主流。下游客户多为消费者，随着产品不断升级，购买者的议价能力也会不断降低。

根据数据显示，2016-2020年我国粽子需求量持续上升，由2016年24.7万吨增至2020年37.7万吨。预测2021年我国粽子需求量可达40.9万吨。

2016-2021年我国粽子需求量、增速及预测 数据来源：观研天下整理

三、新进入者的威胁

根据数据显示，2019年全国范围内，从事粽子生产、销售的企业数量达5700余家，含个体工商户4000余家，其中在业存续状态的企业数量达3600家。粽子相关的企业主要分布在南方，其中海南企业数量最多，达418家。山东、广东粽子相关企业超300家，分别为373家、349家。广西、浙江粽子相关企业超200家。

2019年我国粽子相关企业主要分布情况 数据来源：观研天下整理

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。严格的意义上讲，每件产品都会有相应的替代品。但由于端午节是我国传统节日，吃粽子是国民消费习惯。我国居民自古以来就有包粽子自己食用的特点，粽子暂时没有替代品。

五、同业竞争者的竞争程度

粽子行业市场潜力大，各大餐饮企业、零食商也纷纷抢吃粽子市场。从竞争格局来看，粽子行业有三大军团，分别是以五芳斋为代表的传统老字号，以广州酒家为代表的老字号转型现代企业，还有一类就是以喜茶、奈雪、星巴克为代表的网红品牌。这三大阵营里网红品类所对应的消费人群是新生代用户，推出了自热粽、零食粽、人造肉粽、酸菜鱼粽、鱼香肉丝粽等“网红”粽，丰富了粽子品类。

我国粽子行业竞争格局 资料来源：观研天下整理

我国粽子产品知名品牌有五芳斋、真真老老、稻香私房、知味观、诸老大、北京稻香村、三全龙舟粽、三珍斋、利口福、元祖龙粽等。（TJL）

我国粽子行业主要品牌概述

品牌名称

企业名称

概述

五芳斋

浙江五芳斋实业股份有限公司

浙江嘉兴五芳斋粽子是获国家质检总局国家地理标志（原产地）注册的产品，“五芳斋”商标是国家商标局认定的中国驰名商标。浙江五芳斋实业股份有限公司主要从事以糯米食品为主导的食品研发、生产和销售。公司在传承民族饮食文化的基础上不断创新，对明清两代极具盛名的“嘉湖细点”的制作工艺进行现代化改造，目前已形成以粽子为主导，集月饼、汤圆、糕点、蛋制品、其他米制品等食品为一体的产品群，拥有黑龙江优质稻米基地和江西野生箬叶基地，在嘉兴、成都建立了两大食品生产配送基地，并建立起覆盖全国的商贸、连锁门店、电商的全渠道营销网络。五芳斋号称“江南粽子大王”。

真真老老

嘉兴市真真老老食品有限公司

嘉兴市真真老老食品有限公司是一家以糯米、猪肉、赤豆等农副产品为主要原料专业生产、销售嘉兴特产——粽子的专业食品企业。公司坐落在嘉兴市秀洲区，生产厂房建筑面积9400平方米，拥有加工生产机械30余套，年生产粽子8100多万只。2010年，与政府签订了征地150亩意向协议，拟建设成集技术研发、原料加工、食品生产、粽子机械生产为一体的现代

化真真老老粽子产业园。预计2012年产业园建成后，粽子产能将达到3亿只。

稻香私房

稻香村食品集团股份有限公司

稻香村旗下高端粽子品牌，主打原料严选/传人工匠/手工制作/礼品订制，旗下有粽情粽意/稻香状元/稻香香粽/稻香御礼等子品牌。稻香私房，传承稻香村母品牌的优质品牌信誉及产品品质，主打原料严选、传人工匠、手工制作、礼品订制，是集团的高品质的代言品牌。旗下有粽情粽意，稻香状元，稻香香粽，稻香如意，稻香金牌，稻香金典，稻香御礼等子品牌。

知味观

杭州饮食服务集团有限公司

“知味停车，闻香下马。欲知我味，观料便知。”是中华老字号杭州知味观的写照，由孙翼斋先生于1913年创建。知味观东临繁华商业街——延安路，西濒湖滨商贸特色街及风景秀丽的西子湖，是国家商务部首批认定的中国十大餐饮品牌企业，是目前杭城最具知名度的餐饮企业之一。

诸老大

湖州诸老大实业股份有限公司

诸老大——甜粽老大、粽子状元。发源于浙江湖州的“诸老大”是获中华人民共和国商务部（原中华人民共和国国内贸易部）认定的“中华老字号”品牌，始于1887年（清光绪十三年），是迄今可考的最悠久粽子品牌，被民国陈立夫称为“粽子状元”。诸老大粽子传承自嘉湖细点的江南风味，历经百年，为瘦长四角枕形，肉粽口口有肉，鲜香糯美，甜粽甜而不腻，糯而不烂，余香满口，在杭嘉湖地区享有盛名。

北京稻香村

北京稻香村食品有限责任公司

北京稻香村始建于1895年（清光绪21年），位于前门外观音寺，南店北开，前店后厂，很有特色，（时称“稻香村南货店”），是京城生产经营南味食品的第一家，产品受到社会各界人士的广泛欢迎。“北京稻香村曾荣获“中国名牌”、“全国食品工业优秀企业”、“中国商业名牌企业”、“中华老字号”、“北京市著名商标”、“2005年度中国食品工业百强企业”、“2005年度中国食品工业重点行业（糕点）十强企业”、“2005、2006年度北京十大商业品牌”等多项荣誉，并连续多年被评为“国饼十佳”和“中国月饼龙头企业”。北京稻香村“三禾”牌月饼率先在全国首家使用月饼营养标签和电子防伪标签，全国首家在月饼中添加欧利多，全国首家零售终端通过ISO22000体系认证，京城首家获得糕点市场准入

三全龙舟粽

三全食品股份有限公司

龙舟粽是三全食品旗下的粽子品牌，自1995年始，研制出中国第一颗速冻粽子；中国龙舟协会指定粽子食品。工艺升级——粽子粽身加长30%，粽子直径缩短，增加粽叶与糯米的接触面积（15%），采用环流泌香工艺烹煮的龙舟粽，能吸收更多清香，美味更香甜，给消费

者带来无穷的香糯感受，同时加热时间缩短，满足了消费者对加热时间的关注。

三珍斋

嘉兴三珍斋食品有限公司

嘉兴三珍斋食品有限公司的前身“三珍斋”酱鸡店，就坐落在这繁华古镇商业街的应家桥堍，大约在清道光年间，距今约150多年前，三珍斋在秉承乌镇一千多年饮食文化传统的基础和前人的经验上，博采众长，又历经多年的摸索和创新，逐步形成了“三珍斋”自己独特的加工工艺，是当地的一大特产。

利口福

广州酒家集团股份有限公司

利口福食品有限公司成立于1998年8月，位于广州市，公司占地面积10万平方米，首期投资2亿元。它是广州酒家企业集团属下的一家大型现代化食品生产企业。利口福公司现有速冻点心、中秋月饼、秋之风腊味、即食食品、速冻菜式、及面包西点、蓉口馅料、春卷薄饼等八大系列、一百六十多个产品。这些产品颇具知名度，畅销海内外，市场占有率日益增大，其中多种产品在国际及国内屡获殊荣。为公司赢得较好口碑，形成了名牌效应。“利口福”这一品牌更是在短短的两三年内迅速成长起来，得到广大消费者的认可。并在2001年5月通过ISO9002质量体系认证。

元祖龙粽

上海元祖梦果子股份有限公司

元祖龙粽，采用了冷冻的保鲜工艺，不添加任何防腐剂，为每一位消费者将端午的新鲜味道保存60天，而且，龙粽新鲜、优质的原料经低温冻结后将一直维持最初的新鲜口感与味道，而就像市面上的元祖龙粽”分为传统龙粽和时尚龙粽两大系列。传统龙粽有鲍鱼龙粽、台湾肉粽、茵菇咸粽三种鲜花和水果一样[1]。口味；时尚龙粽推出了菖蒲粽和水晶粽，长条的菖蒲粽造型精美、口味分为咸和甜两种；水晶粽选用优质糯米用碱水充分浸泡后蒸就而成，食后不易增肥，特别适合年轻人食用。当人们尝过传统与时尚的系列粽子后，纷纷夸赞“元祖龙粽”与众不同。元祖龙粽作为中国传统文化节日的一种传统形式，特别是年轻一代对中国传统古老节日的关注，推动着中国传统文化的传播，这不失为“元祖”的一种创新。资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国粽子行业分析报告-产业运营现状与发展潜力预测》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国粽子行业发展概述

第一节 粽子行业发展情况概述

- 一、粽子行业相关定义
- 二、粽子行业基本情况介绍
- 三、粽子行业发展特点分析
- 四、粽子行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、粽子行业需求主体分析

第二节 中国粽子行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、粽子行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国粽子行业产业链环节分析
 - 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国粽子行业生命周期分析

一、粽子行业生命周期理论概述

二、粽子行业所属的生命周期分析

第四节 粽子行业经济指标分析

一、粽子行业的赢利性分析

二、粽子行业的经济周期分析

三、粽子行业附加值的提升空间分析

第五节 中国粽子行业进入壁垒分析

一、粽子行业资金壁垒分析

二、粽子行业技术壁垒分析

三、粽子行业人才壁垒分析

四、粽子行业品牌壁垒分析

五、粽子行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球粽子行业市场发展现状分析

第一节 全球粽子行业发展历程回顾

第二节 全球粽子行业市场区域分布情况

第三节 亚洲粽子行业地区市场分析

一、亚洲粽子行业市场现状分析

二、亚洲粽子行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲粽子行业市场前景分析

第四节 北美粽子行业地区市场分析

一、北美粽子行业市场现状分析

二、北美粽子行业市场规模与市场需求分析

三、北美粽子行业市场前景分析

第五节 欧洲粽子行业地区市场分析

一、欧洲粽子行业市场现状分析

二、欧洲粽子行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲粽子行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界粽子行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球粽子行业市场规模预测

第三章 中国粽子产业发展环境分析

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、全社会消费品粽子总额

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 中国粽子行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国粽子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 中国粽子行业运行情况

第一节 中国粽子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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国粽子行业市场规模分析

第三节 中国粽子行业供应情况分析

第四节 中国粽子行业需求情况分析

第五节 我国粽子行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国粽子行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国粽子行业供需平衡分析

第八节 中国粽子行业发展趋势分析

第五章 中国粽子所属行业运行数据监测

第一节 中国粽子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 中国粽子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 中国粽子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 2017-2021年中国粽子市场格局分析

第一节 中国粽子行业竞争现状分析

一、中国粽子行业竞争情况分析

二、中国粽子行业主要品牌分析

第二节 中国粽子行业集中度分析

一、中国粽子行业市场集中度影响因素分析

二、中国粽子行业市场集中度分析

第三节 中国粽子行业存在的问题

第四节 中国粽子行业解决问题的策略分析

第五节 中国粽子行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国粽子行业需求特点与动态分析

第一节 中国粽子行业消费市场动态情况

第二节 中国粽子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 粽子行业成本结构分析

第四节 粽子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 中国粽子行业价格现状分析

第六节 中国粽子行业平均价格走势预测

一、中国粽子行业价格影响因素

二、中国粽子行业平均价格走势预测

三、中国粽子行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国粽子行业区域市场现状分析

第一节 中国粽子行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区粽子市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区粽子市场规模分析

四、华东地区粽子市场规模预测

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、华中地区粽子市场规模分析

四、华中地区粽子市场规模预测

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、华南地区粽子市场规模分析

四、华南地区粽子市场规模预测

第九章 2017-2021年中国粽子行业竞争情况

第一节 中国粽子行业竞争结构分析（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 中国粽子行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国粽子行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 粽子行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国粽子行业发展前景分析与预测

第一节 中国粽子行业未来发展前景分析

一、粽子行业国内投资环境分析

二、中国粽子行业市场机会分析

三、中国粽子行业投资增速预测

第二节 中国粽子行业未来发展趋势预测

第三节 中国粽子行业市场发展预测

一、中国粽子行业市场规模预测

二、中国粽子行业市场规模增速预测

三、中国粽子行业产值规模预测

四、中国粽子行业产值增速预测

五、中国粽子行业供需情况预测

第四节 中国粽子行业盈利走势预测

一、中国粽子行业毛利润同比增速预测

二、中国粽子行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国粽子行业投资风险与营销分析

第一节 粽子行业投资风险分析

一、粽子行业政策风险分析

二、粽子行业技术风险分析

三、粽子行业竞争风险分析

四、粽子行业其他风险分析

第二节 粽子行业应对策略

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年中国粽子行业发展战略及规划建议

第一节 中国粽子行业品牌战略分析

一、粽子企业品牌的重要性

二、粽子企业实施品牌战略的意义

三、粽子企业品牌的现状分析

四、粽子企业的品牌战略

五、粽子品牌战略管理的策略

第二节 中国粽子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 中国粽子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年中国粽子行业发展策略及投资建议

第一节 中国粽子行业产品策略分析

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 中国粽子行业营销渠道策略

一、粽子行业渠道选择策略

二、粽子行业营销策略

第三节 中国粽子行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国粽子行业重点投资区域分析

二、中国粽子行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

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/546226546226.html>