

2020年中国休闲零食行业分析报告- 产业规模现状与发展前景研究

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年中国休闲零食行业分析报告-产业规模现状与发展前景研究》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/jiudian/466418466418.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

休闲零食是快速消费品的一类，是人们娱乐，休闲时所食用的食品，主要有卤味肉脯、糖果巧克力、坚果炒货，果脯蜜饯、点心糕点、休闲豆制品、素食蔬果等大类。随着居民收入水平持续上升以及消费能力不断增强，我国消费者消费信心快速增长，对休闲零食的消费意愿不断提升，进而带动行业市场规模不断扩大。根据《中国食品工业年鉴》数据显示，2017年我国休闲零食的市场规模达22065亿元，预计2020年将达到27281亿元，2025年市场规模将突破4万亿元。

2015-2019年中国消费者消费信心指数变化情况

数据来源：Trading Economics

2013-2025年中国休闲零食行业市场规模及预测情况

数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供方主要通过提高投入要素价格和降低产品质量的方式来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力，供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主投入要素的重要性。目前，我国休闲零食行业供应商主要是原材料供应商和零食加工厂。国内休闲零食行业相关企业对原材料供应商要求极高，所以对其议价能力也较高；而零食加工厂方面，国内大部分休闲零食生产企业尚无拥有自己的加工厂，所以对零食加工厂的议价能力较弱。

二、购买者的议价能力

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的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前，由于线上休闲零食电商和线下实体店众多，顾客的选择很多，转换购买的成本很低，市场竞争异常激烈。因此，我国休闲零食行业购买者的议价能力较强。

同时，随着Z世代崛起以及人们越来越注重健康养生，对休闲零食行业相关产品的关注重点也有所变化，对产品功能要求也越来越高，进而进一步削弱休闲零食行业的议价能力。根据The Harris Poll调研数据显示，80%以上的消费者将健康放在选择休闲零食时考虑的首位，其中千禧一代的比重达到88%；有78%的消费者关注新鲜度，千禧一代的这一比重达到85%。

中国消费者选择休闲零食的关注重点分析情况

数据来源：The Harris Poll

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。截至2020年3月，我国网络用户的数量已经超过9亿人，由于互联网的普及，线上零售用户规模趋于稳定。由于品牌、技术壁垒的存在，高端零食零售商新进入门槛较高。

四、替代品的威胁

近年来，电子商务日趋成熟，传统离线市场与线上业务交叉渗透，休闲零食可替代性相对较强，市场竞争日益激烈。

休闲零食线上渗透率

数据来源：公开资料整理

五、同业竞争者的竞争程度

目前，我国休闲零食行业品种众多、标准化程度较低，叠加行业门槛低，导致整体行业竞争格局的分散。我国主要休闲零食相关企业主营业绩保持快速增长，根据数据显示，2019年三只松鼠全渠道营收破百亿元，同比增长45.3%，成为中国休闲食品领域最快实现从创业到突破百亿营收的企业；良品铺子实现营业收入77.15亿元，同比增长20.97%，位居第二；百草味营业收入突破50亿元，达到50.23亿元，同比增长28.79%。

2016-2019年我国主要休闲零食相关企业营业收入统计情况

数据来源：公开资料整理

与此同时，随着居民消费不断升级，原本行业极度分散、无序竞争的休闲零食品类亦开始有国产品牌厂商崛起，国内休闲零食品牌商相继上市，品牌化集中提升。根据相关资料显示，2019年，三只松鼠和有友食品上市，上市企业总数达到15家。

2011-2019年我国休闲零食行业上市企业数量统计情况

数据来源：公开资料整理

随着品牌集中度的同时，我国休闲零食行业市场集中度也在不断提升。根据数据显示，截止2020年一季度，我国休闲零食CR3为28.29%，同比增长2.12%，CR5为31.61%，同比增长3.33%，CR10为35.55%，同比增长3.31%，行业集中度持续提升。

2020年一季度我国休闲零食行业市场集中度情况

数据来源：公开资料整理（WYD）

观研报告网发布的《2021年中国休闲零食行业分析报告-产业规模现状与发展前景研究》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。

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**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】

第一部分 产业环境透视

第一章 中国休闲零食行业背景分析

第一节 休闲零食行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

三、行业在国民经济中的地位

第二节 休闲零食行业统计标准

一、休闲零食行业统计部门和统计口径

二、休闲零食行业统计方法

三、休闲零食行业数据种类

第二章 中国休闲零食所属行业市场环境分析

第一节 休闲零食行业经济环境分析

一、国际宏观经济环境分析

1、欧洲经济环境分析及影响

2、美国经济环境分析及影响

3、日本经济环境分析及影响

二、国内宏观经济发展分析

1、2020年经济增长的稳定性不断提高

2、工业生产运行平稳

3、农业生产基本稳定

4、固定资产投资增速缓中趋稳

5、社会消费品零售总额增势表现强劲

6、居民消费价格温和上涨，工业品价格同比降幅收窄

7、对外贸易继续萎缩，进出口双双回落

8、居民收入稳定增长，城乡差距继续缩小

9、信贷高增，宽松依旧

10、国家外汇储备跌至五年新低

三、中国经济发展展望

第二节 休闲零食行业政策环境分析

一、行业相关政策

二、行业发展规划

第三节 休闲零食行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、中国城镇化率

第四节 休闲零食行业市场消费环境分析

一、休闲零食消费特征分析

1、“主食类”休闲零食已融入人们的日常生活

2、口香糖和干果类食品日渐成为消费主流

3、果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘

二、休闲零食消费群体结构分析

1、消费群体年龄结构

2、消费群体性别结构

三、休闲零食消费趋势分析

第二部分 行业深度分析

第三章 2017-2021年中国休闲零食所属行业发展状况分析

第一节 中国休闲零食所属行业发展状况分析

一、中国休闲零食所属行业发展总体概况

1、休闲零食所属行业的发展规模

2、休闲零食所属行业市场现状

3、休闲零食所属行业的发展特点

4、我国休闲零食行业商业模式分析

二、中国休闲零食行业发展主要特点

1、竞争激烈—品牌是关键

2、健康是休闲零食的发展趋势

3、中高端市场成为争夺焦点

4、差异化是企业发展的方向

第二节 休闲零食行业供需平衡分析

一、总体供给情况分析

二、各地区供给情况分析

三、总体需求情况分析

四、各地区需求情况分析

五、全国休闲零食行业产销率分析

第三节 我国休闲零食市场价格走势分析

一、休闲零食市场定价机制组成

二、休闲零食市场价格影响因素

三、休闲零食产品价格走势分析

四、2021-2026年休闲零食产品价格走势预测

第四章 中国休闲零食所属行业整体运行指标分析

第一节 中国休闲零食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 中国休闲零食所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国休闲零食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

第五章 我国休闲零食行业营销趋势及策略分析

第一节 休闲零食传统销售渠道分析

一、休闲零食传统销售渠道模式分析

- 1、独立包装的休闲零食销售渠道
- 2、散装食品销售渠道
- 3、土特产类销售渠道
- 4、渠道发展方向

二、休闲零食传统销售渠道概述

- 1、商超渠道
- 2、批发渠道
- 3、零售网点
- 4、专卖店渠道

三、休闲零食专卖店渠道分析

- 1、品类专卖店
- 2、品种专卖店
- 3、产品专卖店
- 4、其他细分类的专卖店

第二节 休闲零食互联网销售渠道竞争策略

一、互联网对休闲零食行业的冲击与挑战

- 1、互联网对休闲零食行业的影响层面
- 2、互联网对休闲零食行业带来的冲击
- 3、互联网对传统休闲零食行业的颠覆与重构

二、互联网思维下传统休闲零食企业转型突围策略

- 1、休闲零食企业电商切入模式及运营建议
- 2、休闲零食企业O2O战略布局及实施运营
- 3、休闲零食企业互联网营销推广方式及思路
- 4、休闲零食企业如何实现数据化运营与管理
- 5、传统休闲零食企业互联网转型优秀案例研究

第三节 休闲零食品牌营销策略分析

一、休闲零食品牌现状分析

二、休闲零食主要品牌营销策略

- 1、单一品牌策略
- 2、多种品牌策略
- 3、品牌策略选择

三、地方特色休闲零食品牌策略

1、地方特色休闲零食品牌营销问题

2、地方特色休闲零食品牌策略分析

四、休闲零食品牌发展战略

1、立足品牌塑造

2、实现品牌健康诉求

3、挖掘品牌文化内涵

4、形成品牌鲜明差异

五、休闲零食品牌发展趋势

1、倡导产品创新思维理念

2、重视体验式营销和文化营销

3、以产品品牌带动企业品牌形象

4、重视公关价值和社会效应

六、休闲零食品牌策略案例分析

1、好丽友品牌策略案例分析

2、喜之郎品牌策略案例分析

第四节 休闲零食包装营销策略分析

一、食品包装设计特点分析

1、儿童食品包装设计特点

2、青少年人休闲零食包装设计特点

3、成年人休闲零食包装设计特点

4、老年人食品包装设计特点

二、休闲零食礼品包装分析

1、礼品包装的功能

2、礼品包装的种类

3、礼品包装设计的特点

4、礼品包装的发展趋势

第五节 休闲零食广告营销策略分析

一、休闲零食广告投放现状分析

二、休闲零食营销广告媒体种类分析

三、休闲零食行业广告营销案例分析

1、达利食品广告营销案例分析

2、雅客广告营销案例分析

第六节 休闲零食节日营销策略分析

一、节日营销的概念

二、节日的消费特点

三、节日营销的要点

- 1、明确目标
- 2、突出促销主题
- 3、关注促销形式
- 4、产品卖点节日化
- 5、促销方案要科学

四、休闲零食春节营销策略分析

- 1、春节休闲零食市场需求分析
- 2、春节休闲零食营销策略

第三部分 市场全景调研

第六章 中国焙烤食品行业市场分析

第一节 焙烤食品行业市场发展概述

- 一、焙烤食品行业市场发展现状
- 二、焙烤食品行业经营状况分析

第二节 膨化食品市场分析

- 一、谷物膨化食品市场分析
- 二、薯类膨化食品市场分析
- 三、豆类膨化食品市场分析
- 四、膨化食品主要品牌竞争情况
- 五、膨化食品主要消费群体分析

第三节 饼干产品市场分析

- 一、饼干产品市场发展情况
- 二、饼干产品行业经营状况分析
- 三、饼干产品主要品牌竞争情况
- 四、饼干产品主要消费群体分析

四、糕点产品市场分析

- 1、糕点产品市场发展情况
- 2、糕点产品行业市场竞争情况
- 3、糕点产品主要消费群体分析

五、面包产品市场分析

- 1、面包产品市场发展情况
- 2、面包产品主要品牌竞争情况

六、焙烤食品行业市场需求前景预测

- 1、焙烤食品行业市场发展趋势分析

2、焙烤食品行业市场前景预测分析

第七章 中国糖果行业市场分析

第一节 糖果行业市场发展概述

- 一、糖果行业市场发展现状
- 二、糖果行业市场经营状况分析
- 三、糖果行业产业链上游市场分析

第二节 传统型糖果产品市场分析

- 一、硬糖产品市场分析
- 二、奶糖产品市场分析
- 三、巧克力产品市场分析
- 四、酥糖产品市场分析

第三节 功能性糖果产品市场分析

- 一、维生素糖果产品市场分析
- 二、功能性清咽润喉糖市场分析
- 三、无糖糖果产品市场分析

第四节 胶基糖果（口香糖）产品市场分析

- 一、胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析
- 二、胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况
- 三、胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析

第五节 糖果行业市场发展趋势及前景预测

- 一、糖果行业市场消费特点及趋势分析
- 三、糖果行业市场发展前景预测

第八章 中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析

第一节 果冻行业市场分析

- 一、果冻产品市场发展现状
- 二、果冻产品主要品牌竞争情况
- 三、果冻产品主要消费群体分析
- 四、果冻产品市场发展趋势及前景预测

第二节 果脯蜜饯行业市场分析

- 一、果脯蜜饯产品市场发展现状
- 二、果脯蜜饯产品上游产业供应链分析
- 三、果脯蜜饯产品区域市场分析
- 四、果脯蜜饯产品消费市场调研分析

五、果脯蜜饯产品市场发展趋势

第九章 休闲零食产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国休闲零食产业集群发展特色分析

- 一、长江三角洲休闲零食产业发展特色分析
- 二、珠江三角洲休闲零食产业发展特色分析
- 三、环渤海地区休闲零食产业发展特色分析

第二节 休闲零食重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

- 1、区域结构总体特征
- 2、行业区域集中度分析
- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业企业数的区域分布分析

二、休闲零食重点区域市场分析

- 1、江苏
- 2、浙江
- 3、上海
- 4、福建
- 5、广东

第四部分 竞争格局分析

第十章 中国休闲零食行业企业竞争力分析

第一节 国际休闲零食企业在华竞争力分析

- 一、国际企业在华竞争力分析
- 二、典型企业在营状况—好丽友
 - 1、好丽友在华销售收入增长情况
 - 2、好丽友在华产品市场情况

第二节 中国休闲零食企业竞争力分析

- 一、中国焙烤食品行业集中度分析
- 二、中国糖果企业集中度分析
- 三、中国干果行业集中度分析
- 四、中国果脯蜜饯行业集中度分析
- 五、中国休闲零食行业五力竞争模型
 - 1、休闲零食行业上游议价能力分析

- 2、休闲零食行业下游议价能力分析
- 3、休闲零食行业替代者威胁分析
- 4、休闲零食行业潜在进入者威胁分析
- 5、休闲零食行业竞争状况总结

第三节 中国休闲零食企业发展趋势分析

- 一、中国休闲零食企业面临的问题
- 二、中国休闲零食企业发展趋势

第十一章 休闲零食行业领先企业经营形势分析

第一节 上好佳（中国）有限公司

- 一、企业发展简况分析
 - 二、企业产品服务分析
 - 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
 - 四、企业竞争优势分析
- #### 第二节 三只松鼠

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 好丽友食品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 福建福马食品集团有限公司

- 一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 福建达利食品集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 福建盼盼食品集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 洽洽食品股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 百草味

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 上海克莉丝汀食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 良品铺子

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2021-2026年休闲零食行业前景及趋势预测

第一节 2021-2026年休闲零食市场发展前景

一、2021-2026年休闲零食市场发展潜力

二、2021-2026年休闲零食市场发展前景展望

三、2021-2026年休闲零食细分行业发展前景分析

第二节 2021-2026年休闲零食市场发展趋势预测

一、2021-2026年休闲零食行业发展趋势

二、2021-2026年休闲零食市场容量预测

三、2021-2026年休闲零食行业应用趋势预测

第三节 2021-2026年中国休闲零食行业供需预测

一、2021-2026年中国休闲零食行业供给预测

二、2021-2026年中国休闲零食行业需求预测

三、2021-2026年中国休闲零食行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十三章 2021-2026年休闲零食行业面临的困境及对策

第一节 2021年休闲零食行业面临的困境

第二节 休闲零食企业面临的困境及对策

一、重点休闲零食企业面临的困境及对策

1、重点休闲零食企业面临的困境

2、重点休闲零食企业对策探讨

二、中小休闲零食企业发展困境及策略分析

1、中小休闲零食企业面临的困境

2、中小休闲零食企业对策探讨

三、国内休闲零食企业的出路分析

第三节 中国休闲零食行业存在的问题及对策

一、中国休闲零食行业存在的问题

二、休闲零食行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、实施重点客户战略要重点解决的问题

4、重点客户管理功能

第四节 中国休闲零食市场发展面临的挑战与机遇

第六部分 发展战略研究

第十四章 休闲零食行业发展战略研究

第一节 休闲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 对我国休闲零食品牌的战略思考

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

第三节 休闲零食经营策略分析

- 一、休闲零食市场细分策略
- 二、休闲零食市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、休闲零食新产品差异化战略

第四节 休闲零食行业投资战略研究

- 一、2021年休闲零食行业投资战略
- 二、2021-2026年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 休闲零食行业研究结论及建议

第二节 休闲零食子行业研究结论及建议

第三节 休闲零食行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2017-2021年中国休闲零食行业市场规模及增长分析

图表：2017-2021年中国休闲零食行业工业总产值及增长分析

图表：2020年中国休闲零食工业产值规模区域占比情况

图表：2017-2021年中国休闲零食行业销售收入及增长分析

图表：2017-2021年中国休闲零食行业产销率走势分析

图表：2017-2021年中国休闲零食行业企业数量及增长分析

图表：2017-2021年中国休闲零食行业从业人员规模及增长分析

图表：2017-2021年中国休闲零食行业资产规模及增长分析

图表：2017-2021年休闲零食行业工业总产值分析

图表：2017-2021年休闲零食行业工业销售产值分析

图表：2017-2021年中国休闲零食行业盈利能力分析

图表详见报告正文 (GYZQPT)

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiudian/466418466418.html>