

2014-2020年中国休闲食品 (零食)市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国休闲食品（零食）市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitashipin1409/7280291B5O.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-17

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国休闲食品（零食）市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章，报告对我国休闲食品（零食）的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

休闲食品专卖店会细分出多种类型。1.品类专卖店。休闲食品分为八大品类：谷物膨化类、油炸果仁类、油炸薯类、油炸谷物类、非油炸果仁类、糖食类、肉禽鱼类、干制蔬果类。这类型专卖店可能由品类厂商发起，由经销商执行，也可能由现有的休闲食品连锁店品牌发起，进行更细分品类的专业化渠道运作。2.品种专卖店。例如，笔者在北京学院路观察的一家话梅专卖店，专卖各种各样的话梅，已经生存了4~5年了，可见生命力之顽强。3.产品专卖店。随着主流食品的休闲化，会有更多产品专卖店出现。例如，张飞牛肉店专卖阆中产的张飞牛肉休闲食品，好想你专卖店则销售好想你厂家的各种枣类休闲食品。4.其他细分类的专卖店。针对地域类型的专卖店：进口休闲食品专卖店、台湾休闲食品专卖店等。针对细分人群的专卖店：儿童的动漫糖果专卖店、老年人的无糖休闲食品专卖店、结婚人群的喜糖专卖店等。

第一章 世界休闲食品行业整体运营状况分析 1

第一节 2012年世界休闲食品行业市场发展格局 1

一、世界休闲食品市场特征分析 1

二、世界主要休闲食品品牌综述 2

三、世界休闲食品市场动态分析 2

四、国际糖果及休闲食品展亮点解析 4

五、加拿大召回某些韩国产休闲食品 6

第二节 2012年世界休闲食品品牌主要国家运行分析 7

一、美国 7

二、日本 7

三、欧洲焙烤食品市场状况 8

第三节 2014-2020年世界休闲食品行业发展趋势分析 11

第二章 中国休闲食品行业市场发展环境分析 13

第一节 国内休闲食品经济环境分析 13

- 一、GDP历史变动轨迹分析 13
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 20
- 三、2013年中国休闲食品经济发展预测分析 22
- 第二节 中国休闲食品行业政策环境分析 23

第三章 中国休闲食品行业市场运行态势分析 26

- 第一节 2012年中国休闲食品市场动态分析 26
 - 一、第九届中国国际甜食及休闲食品展览会 26
 - 二、300种台湾休闲食品沪上受欢迎 26
 - 三、打造四川休闲食品生产基地 崇州签下近20亿订单 27
 - 四、百比佳进口休闲食品行业发展新地标 28
 - 五、国际巨头发力中国爆米花市场 29
- 第二节 2012年中国休闲食品市场现状综述 31
 - 一、我国休闲食品市场容量 31
 - 二、将“创新”糖果及休闲食品工艺进行到底 31
 - 三、创新成就休闲食品业“领军者” 32
 - 四、休闲食品:四面“涨”声中的市场突围之路 33
 - 五、休闲食品行业布局自建终端 顶尖企业谋扩张 37
 - 六、休闲食品异军突起 QQ果冻冰淇淋独领风骚 38
 - 七、海洋食品:休闲食品新一极 39
- 第三节 2012年中国休闲食品业存在的问题分析 42
 - 一、跌入多品系漩涡 42
 - 二、品牌分辨模糊 43
 - 三、通路建设粗放 43
 - 四、产品不能与时俱进 44

第四章 中国休闲食品品牌生存状况分析 45

- 第一节 品牌格局特征 45
 - 一、外资品牌居于绝对的品牌优势 45
 - 二、相对细分的市场国内品牌表现可圈可点 45
 - 三、二三线品牌创新是其唯一突破口 46
 - 四、品牌文化渗透力不强 46

第二节 品牌发展战略 46

一、重视产品的研发倡导创新理念 46

二、重视体验式营销和文化营销 47

三、以产品品牌带动企业品牌形象 47

四、社会责任感 48

第五章 中国休闲食品细分市场运营状况分析 49

第一节 休闲豆制品 49

一、休闲豆制品相关概述 49

二、休闲豆干产区集中分析 50

三、休闲豆制品生产企业存在突出的问题 50

1、落后的生产技术、管理水平制约休闲豆干业的发展 50

2、规模化、机械化程度较低制约豆干企业发展 51

四、未来休闲豆制品的发展趋势 51

第二节 膨化食品 54

一、膨化食品相关要简介 54

二、薯类膨化食品产销分析 55

三、膨化食品已进入完全竞争阶段 55

四、未来中国膨化食品发展战略分析 55

第三节 焙烤食品 56

一、中国烘焙食品市场特征分析 56

二、焙烤食品糖制品行业较快增长 57

三、焙烤食品进出口数据分析 58

四、中国焙烤食品品牌地位日益加强 58

第四节 其它热点产品 58

一、果冻 58

二、干果、坚果 58

第六章 中国休闲食品市场销售运行态势分析 59

第一节 2012年中国休闲食品市场营销现状 59

一、休闲食品市场渠道点评 59

二、休闲食品市场营销要诀 60

第二节 休闲食品专卖店研究 71

一、重点专卖店介绍：71

二、专卖店的特点：74

三、专卖店崛起原因分析75

四、对厂家和经销商的意义75

第三节 洽洽开心果市场营销案例解析76

一、强调健康突出个性 洽洽开心果主打“放心”牌76

二、网络营销先人一步 “掘金”年轻市场初战告捷76

第七章 中国休闲食品业发展战略分析78

第一节 休闲食品——口味78

一、口味多样化、系列化78

二、区域性口味改良78

三、复合性口味增加79

第二节 休闲食品——细分79

一、消费者多重细分79

二、品类多次细分79

第三节 休闲食品——品牌个性化80

一、彰显个性，抢占消费者心智80

二、多种手法塑造个性品牌80

第四节 休闲食品——多渠道广泛覆盖81

一、广泛性分销，多渠道销售81

二、强化渠道掌控，注重终端陈列81

第五节 休闲食品——娱乐化整合传播82

一、明星策略，引领风潮82

二、线上线下协同操作，整合推广82

第八章 中国休闲食品市场消费调研分析83

第一节 受访者基本情况调查分析84

一、性别占比84

二、年龄分布84

三、从事职业情况调查分析85

四、受访者区域分布85

第二节 休闲食品消费者消费行为调查分析 86

一、消费者普遍喜欢的休闲食品类别占比 86

二、消费者能接受的单件休闲食品的价格 86

三、消费者对休闲食品广告关注度调查分析 87

四、消费者购买休闲食品的渠道调查分析 87

五、您家的休闲食品主要是谁消费 88

六、男性消费者喜欢的休闲食品类别占比 89

第三节 影响消费者购买新上市休闲食品的因素调查分析 89

第九章 中国休闲食品市场竞争格局分析 91

第一节 2012年中国休闲食品行业竞争现状 91

一、年货市场上演“休闲食品”战 91

二、渠道价格战挑战供应商承受极限 91

三、华南休闲食品竞争升级 93

四、休闲礼包掀起价格战 94

第二节 2012年中国休闲食品重点品牌企业分析 94

一、丰丰休闲食品抢滩全国 94

二、休闲食品业群雄逐鹿 洽洽开心果异军突起 96

三、休闲食品上好佳将在四川崇州建生产基地 97

第三节 2012年世界顶尖休闲食品品牌入驻成都 97

一、星巴克—同城一周开两店 97

二、BREAD TALK将建西部中央工厂 98

三、哈根达斯—覆盖西部市场的基地 99

四、法国皇室巧克力成都浪漫之旅 100

第四节 2014-2020年中国休闲食品行业竞争趋势分析 103

第十章 世界品牌休闲食品企业营运状况分析 105

第一节 品客 105

一、企业概况 105

二、企业产品在华市场销售情况分析 105

三、品牌竞争力分析 106

四、国际化战略发展战略 106

第二节 特脆星 106

一、企业概况 106

二、企业产品在华市场销售情况分析 107

三、品牌竞争力分析 107

四、国际化战略发展战略 107

第三节 白乐顺 108

一、企业概况 108

二、企业产品在华市场销售情况分析 108

三、品牌竞争力分析 108

四、国际化战略发展战略 108

第四节 妈咪 109

一、企业概况 109

二、企业产品在华市场销售情况分析 109

三、品牌竞争力分析 109

四、国际化战略发展战略 109

第十一章 中国休闲食品典型企业分析 111

第一节 百事食品(中国)有限公司 111

一、企业概况 111

二、企业主要经济指标分析 111

三、企业盈利能力分析 112

四、企业偿债能力分析 112

五、企业运营能力分析 113

六、企业成长能力分析 113

第二节 上好佳(中国)有限公司 113

一、企业概况 113

二、企业主要经济指标分析 115

三、企业盈利能力分析 116

四、企业偿债能力分析 116

五、企业运营能力分析 117

六、企业成长能力分析 117

第三节 福建雅客食品有限公司 117

一、企业概况 117

二、企业主要经济指标分析 118

三、企业盈利能力分析 119

四、企业偿债能力分析 119

五、企业运营能力分析 119

六、企业成长能力分析 120

第四节 上海天喔食品(集团)有限公司 120

一、企业概况 120

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 122

四、企业偿债能力分析 122

五、企业运营能力分析 123

六、企业成长能力分析 123

第五节 江西旺旺食品有限公司 123

一、企业概况 123

二、企业主要经济指标分析 124

三、企业盈利能力分析 125

四、企业偿债能力分析 125

五、企业运营能力分析 125

六、企业成长能力分析 126

第六节 江西金冠食品有限公司 126

一、企业概况 126

二、企业主要经济指标分析 126

三、企业盈利能力分析 127

四、企业偿债能力分析 127

五、企业运营能力分析 128

六、企业成长能力分析 128

第七节 成都市新都区冠生园食品有限责任公司 128

一、企业概况 128

二、企业主要经济指标分析 129

三、企业盈利能力分析 130

四、企业偿债能力分析 130

五、企业运营能力分析 131

六、企业成长能力分析 131

第八节 苏州稻香村食品工业有限公司 131

一、企业概况 131

二、企业主要经济指标分析 132

三、企业盈利能力分析 133

四、企业偿债能力分析 133

五、企业运营能力分析 134

六、企业成长能力分析 134

第十二章 2014-2020年中国休闲食品行业发展趋势分析 135

第一节 2014-2020年中国休闲食品行业发展前景分析 135

一、休闲食品前景在于“健康” 135

二、麻辣休闲食品市场前景诱人 136

第二节 2014-2020年中国休闲食品行业发展趋势分析 136

一、休闲食品五大发展趋势 136

二、休闲食品品牌发展趋势 138

第三节 2014-2020年中国休闲食品行业市场预测分析 143

第四节 2014-2020年中国休闲食品市场盈利预测分析 144

第五节 中小食品企业产品迅速做大市场战略分析 144

一、大食品品牌的营销漏洞 144

二、中小食品企业的营销短板 145

三、中小食品企业产品的市场机会分析 145

第十三章 博思数据关于中国休闲食品行业投资前景分析 147

第一节 2012年中国休闲食品投资概况 147

一、中国休闲食品市场投资环境 147

二、中国休闲食品投资价值分析 149

三、中国休闲食品投资策略 149

第二节 2014-2020年中国休闲食品行业投资机会分析 151

一、休闲食品商机凸现 151

二、休闲食品产业投资热点分析 152

三、与休闲食品产业链相关的投资机会分析 152

第三节 2014-2020年中国休闲食品行业投资风险分析 153

一、宏观调控政策风险 153

二、市场竞争风险 153

三、市场运营机制风险 153

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1409/7280291B5O.html>