

2021-2026年中国休闲食品行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国休闲食品行业市场供需格局及行业前景展望报告》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：<https://www.huaon.com/channel/foods/662499.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

休闲卤制食品是以鸭、鸡、猪、牛、蔬菜、水产品、豆制品等为主要原料，加入各种调味料以及香辛料，以水加热煮制而成的卤制食品。作为我国传统的特色美食，由于其口味较重，还有偏咸、偏油、麻辣等特点，具有一定的上瘾性，深受消费者喜爱，特别是受到年轻一代消费群体的青睐。尽管目前休闲卤制品在整个休闲食品行业中的市场份额仅位列第四位，但是其市场发展速度高于行业平均水平。数据显示，2019年我国休闲食品行业规模为11555亿元，在过去5年内年平均增长率为11.8%，而休闲卤制品、糖果及蜜饯、面包/糕点、膨化食品、炒货及饼干的复合增长率分别为：17.6%、12.0%、13.8%、16.7%、9.4%、10.2%，可以看到休闲卤制品虽然不是最大的细分市场，但是增长速度在几个行业中最快的。

休闲食品行业细分产品市场结构

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，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1章：中国休闲食品行业背景分析

1.1休闲食品行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.1.3行业在国民经济中的地位

1.2休闲食品行业统计标准

1.2.1休闲食品行业统计部门和统计口径

1.2.2休闲食品行业统计方法

1.2.3休闲食品行业数据种类

第2章：2016-2020年中国休闲食品行业发展状况分析

2.1中国休闲食品行业发展状况分析

2.1.1中国休闲食品行业发展总体概况

2.1.2中国休闲食品行业发展主要特点

(1) 竞争激烈——品牌是关键

(2) 生产趋于专业化和标准化

(3) 中高端市场成为争夺焦点

(4) 行业同质化现象严重

2.1.3 2020年休闲食品所属行业经营情况分析

(1) 行业经营效益分析

(2) 行业盈利能力分析

(3) 行业运营能力分析

(4) 行业偿债能力分析

(5) 行业发展能力分析

2.22016-2020年休闲食品所属行业经济指标分析

2.2.1行业经济指标分析

2.2.2不同规模企业经济指标分析

2.2.3不同性质企业经济指标分析

2.32016-2020年休闲食品行业供需平衡分析

2.3.1总体供给情况分析

(1) 总产值分析

(2) 产成品分析

2.3.2各地区供给情况分析

(1) 总产值排名前10个地区分析

(2) 产成品排名前10个地区分析

2.3.3总体需求情况分析

(1) 销售产值分析

(2) 销售收入分析

2.3.4各地区需求情况分析

(1) 销售产值排名前10个地区分析

(2) 销售收入排名前10个地区分析

2.3.5全国休闲食品行业产销率分析

2.42020年休闲食品行业运营状况分析

2.4.1规模分析

休闲食品市场规模2019年达到11430亿元，2015-2019年的年复合增长率为11.41%，实现两位数以上增长，预计到2020年休闲食品的市场规模将进一步增长至12687亿。

2013-2020年中国休闲食品销售规模及增长统计

2.4.2资本/劳动密集度分析

2.4.3产销分析

2.4.4成本费用结构分析

2.4.5盈亏分析

第3章：中国休闲食品所属行业进出口分析

3.1休闲食品所属行业进出口状况综述

3.2 休闲食品所属行业出口市场分析

3.2.1 2018年行业出口分析

- (1) 行业出口整体情况
- (2) 行业出口产品结构

3.2.2 2019年行业出口分析

- (1) 行业出口整体情况
- (2) 行业出口产品结构

3.2.3 2020年行业出口分析

- (1) 行业出口整体情况
- (2) 行业出口产品结构

3.3 休闲食品所属行业进口市场分析

3.3.1 2018年行业进口分析

- (1) 行业进口整体情况
- (2) 行业进口产品结构

3.3.2 2019年行业进口分析

- (1) 行业进口整体情况
- (2) 行业进口产品结构

3.3.3 2020年行业进口分析

- (1) 行业进口整体情况
- (2) 行业进口产品结构

3.4 休闲食品行业进出口前景及建议

3.4.1 休闲食品行业出口前景及建议

3.4.2 休闲食品行业进口前景及建议

第4章：中国休闲食品行业市场环境分析

4.1 休闲食品行业经济环境分析

4.1.1 宏观经济环境分析

- (1) 宏观经济走势分析
- (2) 宏观经济走势预测

4.1.2 宏观经济环境对相关行业的影响

- (1) 宏观经济对上游产业的影响
- (2) 宏观经济对行业的影响

4.2 休闲食品行业政策环境分析

4.2.1 行业相关政策

- (1) 《国家食品安全事故应急预案》
- (2) 《2020年食糖进口关税配额申请和分配标准》

- (3) 《食品添加剂使用标准》
- (4) 《食品中真菌毒素限量》GB2761-2017正版
- (5) 《预包装食品标签通则》
- (6) 《食用盐碘含量》
- (7) 《个体工商户条例》

4.2.2 行业发展规划

- (1) 食品工业“十三五”发展规划
- (2) 《轻工业调整与振兴规划》

4.3 休闲食品行业贸易环境分析

4.3.1 行业产品贸易环境现状

- (1) 出口退税政策对休闲食品出口的影响
- (2) 技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响
- (3) 人民币升值对休闲食品出口的影响

4.3.2 行业贸易环境发展趋势

4.4 休闲食品行业市场消费环境分析

4.4.1 休闲食品消费特征分析

4.4.2 休闲食品消费结构分析

4.4.3 休闲食品消费趋势分析

第5章：中国焙烤食品行业市场分析

5.1 焙烤食品行业市场发展概述

5.1.1 焙烤食品行业市场发展现状

5.1.2 焙烤食品行业上游产业供应链分析

- (1) 谷类产品市场发展分析
- (2) 米面产品市场发展分析

1) 小麦市场发展分析

2) 玉米市场发展分析

5.2 膨化食品市场分析

5.2.1 谷物膨化食品市场分析

5.2.2 薯类膨化食品市场分析

5.2.3 豆类膨化食品市场分析

5.2.4 膨化食品主要品牌竞争情况

5.2.5 膨化食品主要消费群体分析

- (1) 膨化食品消费者性别分析
- (2) 膨化食品消费者婚姻状况分析
- (3) 膨化食品消费者家庭人口分析

5.3饼干产品市场分析

5.3.1饼干产品市场发展情况

5.3.2饼干产品主要品牌竞争情况

5.3.3饼干产品主要消费群体分析

5.4糕点产品市场分析

5.4.1糕点产品市场发展情况

5.4.2糕点产品主要品牌竞争情况

5.4.3糕点产品主要消费群体分析

5.5面包产品市场分析

5.5.1面包产品市场发展情况

5.5.2面包产品主要品牌竞争情况

5.5.3面包产品主要消费群体分析

5.6焙烤食品行业市场需求前景预测

5.6.1焙烤食品行业市场发展趋势分析

5.6.2焙烤食品行业市场前景预测分析

(1) 糕点需求前景预测

(2) 饼干需求前景预测

(3) 面包需求前景预测

第6章：中国糖果行业市场分析

6.1糖果行业市场发展概述

6.1.1糖果行业市场发展现状

6.1.2糖果行业上游产业供应链分析

(1) 甜味剂行业发展状况分析

(2) 明胶行业发展状况分析

(3) 多糖醇行业发展状况分析

(4) 糖果添加剂行业发展状况分析

1) 中草药提取物行业发展分析

2) 香精香料行业发展分析

3) 其它糖果添加剂市场发展分析

6.2传统型糖果产品市场分析

6.2.1硬糖产品市场分析

(1) 硬糖产品市场发展情况

(2) 硬糖产品主要品牌竞争情况

6.2.2奶糖产品市场分析

(1) 奶糖产品市场发展情况

- (2) 奶糖产品主要品牌竞争情况
- 6.2.3 巧克力产品市场分析
 - (1) 巧克力产品市场发展情况
 - (2) 巧克力产品主要品牌竞争情况
- 6.2.4 酥糖产品市场分析
 - (1) 酥糖产品市场发展情况
 - (2) 酥糖产品主要品牌竞争情况
- 6.3 功能性糖果产品市场分析
 - 6.3.1 维生素糖果产品市场分析
 - (1) 维生素糖果产品市场发展情况
 - (2) 维生素糖果产品主要品牌竞争情况
 - 6.3.2 功能性清咽润喉糖市场分析
 - (1) 功能性清咽润喉糖市场发展情况
 - (2) 功能性清咽润喉糖主要品牌竞争情况
 - 6.3.3 无糖糖果产品市场分析
 - (1) 无糖糖果产品市场发展情况
 - (2) 无糖糖果产品主要品牌竞争情况
- 6.4 胶基糖果(口香糖)产品市场分析
 - 6.4.1 胶基糖果(口香糖)产品市场现状分析
 - 6.4.2 胶基糖果(口香糖)产品主要品牌竞争情况
 - 6.4.3 胶基糖果(口香糖)产品主要消费群体分析
- 6.5 糖果行业市场发展趋势及前景预测
 - 6.5.1 糖果行业市场消费特点及趋势分析
 - 6.5.2 糖果行业市场发展前景预测
- 第7章：中国干果行业市场分析
 - 7.1 干果行业市场发展概述
 - 7.1.1 干果行业市场发展现状
 - 7.1.2 干果行业市场价格走势分析
 - 7.1.3 干果行业主要品牌竞争情况
 - 7.1.4 干果行业主要消费群体分析
 - 7.2 干果行业细分产品市场分析
 - 7.2.1 瓜子产品市场分析
 - 7.2.2 花生产品市场分析
 - 7.2.3 杏仁产品市场分析
 - 7.2.4 核桃产品市场分析

7.2.5开心果产品市场分析

7.3特色干果市场需求分析

7.3.1新疆干果市场分析

7.3.2山东花生市场分析

7.4干果行业市场需求前景预测

7.4.1干果行业市场消费特点及趋势分析

7.4.2干果行业市场发展前景预测

第8章：中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析

8.1果冻行业市场分析

8.1.1果冻产品市场发展现状

8.1.2果冻产品主要品牌竞争情况

8.1.3果冻产品主要消费群体分析

8.1.4果冻产品市场发展趋势及前景预测

(1) 果冻产品市场消费特点及趋势分析

(2) 果冻产品市场发展前景预测

8.2果脯蜜饯行业市场分析

8.2.1果脯蜜饯产品市场发展现状

(1) 果脯蜜饯产品市场需求分析

(2) 果脯蜜饯产品市场规模分析

(3) 果脯蜜饯产品市场竞争格局分析

8.2.2果脯蜜饯产品上游产业供应链分析

(1) 水果行业发展特征与趋势

(2) 制糖行业的发展特征与趋势

(3) 包装机械的发展特征与趋势

8.2.3果脯蜜饯产品区域市场分析

(1) 北京果脯蜜饯市场分析

(2) 江西酸枣糕市场分析

(3) 山东红枣市场分析

8.2.4果脯蜜饯产品消费市场调研分析

(1) 果脯蜜饯产品市场品牌影响力情况

(2) 果脯蜜饯产品市场消费情况

(3) 果脯蜜饯产品消费影响因素分析

8.2.5果脯蜜饯产品市场发展趋势

(1) 果脯蜜饯市场面临的问题

(2) 果脯蜜饯市场发展趋势

第9章：中国熟食行业市场分析

9.1熟食行业市场发展状况分析

9.1.1熟食行业市场发展现状分析

9.1.2熟食行业上游产业供应链分析

(1)猪肉行业市场发展状况分析

(2)牛肉行业市场发展状况分析

9.2熟食连锁经营市场状况分析

9.2.1熟食连锁经营市场发展整体情况

9.2.2熟食连锁经营市场规模分析

9.2.3熟食连锁经营市场竞争格局分析

9.3地区特色熟食产业发展状况分析

9.3.1重庆熟食产品市场分析

9.3.2湖南熟食产品市场分析

9.3.3新疆牛肉干产品市场分析

9.3.4内蒙风干牛肉干产品市场分析

9.3.5北京熟食产品市场分析

9.4熟食行业市场发展趋势及前景预测

9.4.1熟食行业市场消费特点及趋势分析

9.4.2熟食行业市场发展前景预测

第10章：中国休闲食品行业市场营销策略及渠道分析

10.1休闲食品销售渠道分析

10.1.1休闲食品销售渠道模式变迁

10.1.2休闲食品销售渠道概述

(1)商超渠道

(2)批发渠道

(3)零售网点

(4)专卖店渠道

(5)网络渠道

10.1.3休闲食品专卖店渠道分析

(1)休闲食品专卖店

1)休闲食品专卖店渠道发展情况

2)休闲食品专卖店渠道特点及趋势

(2)土特产专卖店

1)土特产专卖店渠道发展情况

2)土特产专卖店产品种类

3) 土特产专卖店产品价格定位

(3) 休闲食品专卖店营销案例分析

1) 久久丫休闲食品专卖店

2) 周黑鸭休闲食品专卖店

3) 来伊份休闲食品专卖店

4) 良品铺子休闲食品专卖店

10.1.4 休闲食品网络渠道分析

(1) 网络渠道发展情况

(2) 网络渠道营销方式分析

1) 微博营销

2) 网络团购

3) 淘宝零售

(3) 网络渠道特点及趋势

1) 休闲食品销售渠道特点

2) 休闲食品销售渠道建设策略

10.2 休闲食品品牌营销策略分析

10.2.1 休闲食品品牌现状分析

10.2.2 休闲食品主要品牌营销策略

(1) 单一品牌策略

(2) 多种品牌策略

(3) 品牌策略选择

10.2.3 地方特色休闲食品品牌策略

(1) 地方特色休闲食品品牌营销问题

(2) 地方特色休闲食品品牌策略分析

10.2.4 休闲食品品牌发展战略

(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

10.2.5 休闲食品品牌发展趋势

(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

10.2.6 休闲食品品牌策略案例分析

- (1) 好丽友品牌策略案例分析
- (2) 喜之郎品牌策略案例分析
- (3) 盼盼法式小面品牌策略案例分析
- 10.3 休闲食品包装营销策略分析
 - 10.3.1 食品包装设计特点分析
 - (1) 儿童食品包装设计特点
 - (2) 青年人休闲食品包装设计特点
 - (3) 旅游休闲食品包装设计特点
 - (4) 老年人食品包装设计特点
 - 10.3.2 休闲食品礼品包装分析
 - (1) 礼品包装的功能
 - (2) 礼品包装的种类
 - (3) 礼品包装推出的周期
 - (4) 礼品包装设计的特点
 - (5) 礼品包装的发展趋势
- 10.4 休闲食品广告营销策略分析
 - 10.4.1 休闲食品广告投放现状分析
 - 10.4.2 休闲食品营销广告媒体种类分析
 - 10.4.3 休闲食品行业广告营销案例分析
 - (1) 旺旺广告营销案例分析
 - (2) 达利食品广告营销案例分析
 - (3) 雅客广告营销案例分析
 - (4) 洽洽广告营销案例分析
- 10.5 休闲食品节日营销策略分析
 - 10.5.1 节日营销的概念
 - 10.5.2 节日的消费特点
 - 10.5.3 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
 - 10.5.4 休闲食品春节营销策略分析
 - (1) 春节休闲食品市场需求分析
 - 1) 春节糖果市场需求及增长情况分析

2) 春节饼干市场需求及增长情况分析

3) 春节干果市场需求及增长情况分析

4) 春节果脯蜜饯市场需求及增长情况分析

(2) 春节休闲食品营销策略

1) 文化营销

2) 互动营销

3) 展会营销

第11章：中国休闲食品行业企业竞争力分析

11.1国际休闲食品企业在华竞争力分析

11.1.1国际品牌在华竞争情况

11.1.2国际企业在华竞争力分析

(1) 法国达能集团

(2) 美国百事食品公司

(3) 菲律宾晨光公司

(4) 韩国好丽友公司

(5) 美国通用磨坊食品公司

(6) 美国卡夫食品国际公司

(7) 日本格力高集团

(8) 韩国乐天集团

(9) 美国箭牌糖果有限公司

(10) 美国玛氏公司

(11) 不凡帝范梅勒集团

(12) 吉百利史威士股份有限公司

(13) 意大利费列罗集团

11.2中国休闲食品企业竞争力分析

11.2.1中国焙烤食品企业竞争力分析

(1) 焙烤食品企业资产竞争力分析

(2) 焙烤食品企业收入竞争力分析

(3) 焙烤食品企业利润竞争力分析

11.2.2中国糖果企业竞争力分析

(1) 糖果企业资产竞争力分析

(2) 糖果企业收入竞争力分析

(3) 糖果企业利润竞争力分析

11.2.3中国干果企业竞争力分析

(1) 干果企业资产竞争力分析

- (2) 干果企业收入竞争力分析
- (3) 干果企业利润竞争力分析
- 11.2.4 中国果脯蜜饯企业竞争力分析
 - (1) 果脯蜜饯企业资产竞争力分析
 - (2) 果冻及果脯蜜饯企业收入竞争力分析
 - (3) 果冻及果脯蜜饯企业利润竞争力分析
- 11.2.5 中国休闲食品行业五力竞争模型
 - (1) 上游议价能力分析
 - (2) 下游议价能力分析
 - (3) 新进入者威胁分析
 - (4) 替代品威胁分析
 - (5) 行业竞争现状分析

11.3 中国休闲食品企业发展趋势分析

11.3.1 中国休闲食品企业面临的问题

- (1) 产品同质化严重
- (2) 产品缺乏创意
- (3) 营销网络不健全
- (4) 产品研发后劲不足
- (5) 食品安全问题

11.3.2 中国休闲食品企业发展趋势

- (1) 口味及品类创新为必然趋势
- (2) 产品包装发展趋势
- (3) 营销模式发展趋势
- (4) 竞争策略发展趋势

第12章：中国休闲食品行业主要企业生产经营分析

12.1 焙烤食品行业领先企业个案分析（AK LSW）

12.1.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

12.1.2 上好佳（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

12.1.3 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

12.1.4 百事食品（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

12.1.5 好丽友食品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

图表目录：

图表1：2016-2020年中国休闲食品所属行业市场规模变化趋势（单位：亿元，%）

图表2：2016-2020年休闲食品所属行业工业总产值及在GDP比重（单位：亿元，%）

图表3：2016-2020年休闲食品所属行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表4：2016-2020年中国休闲食品所属行业盈利能力分析（单位：%）

图表5：2016-2020年中国休闲食品所属行业运营能力分析（单位：次）

图表6：2016-2020年中国休闲食品所属行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表7：2016-2020年中国休闲食品所属行业发展能力分析（单位：%）

图表8：2016-2020年休闲食品所属行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表9：2016-2020年中国大型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表10：2016-2020年中国中型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/foods/662499.html>