

# 2014-2020年中国休闲食品 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2020年中国休闲食品市场分析与投资前景研究报告》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/H92716F9CT.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】2014-09-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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年中国休闲食品市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了休闲食品相关概述、中国休闲食品市场运行环境等，接着分析了中国休闲食品市场发展的现状，然后介绍了中国休闲食品重点区域市场运行形势。随后，报告对中国休闲食品重点企业经营状况分析，最后分析了中国休闲食品行业发展趋势与投资预测。若您想对休闲食品产业有个系统的了解或者想投资休闲食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

纵观国内休闲食品零售行业业态，随着休闲食品零售行业不断发展和深入，休闲食品零售业态由传统的批发零售到如今的多层次、多渠道零售业态并存。目前，国内的休闲食品零售业态主要有全国性食品零售连锁企业、区域性食品零售连锁企业、大型超市、地方性超市、食品零售店（便利店）、特产专卖店、街边摊等，总体表现出零售业态多元化的特征。

随着消费者的需求向多元化、个性化的方向发展，休闲食品品类愈加细化、多元化。在这种情况下，连锁专卖店作为新兴的休闲食品零售业态，以专业化、品牌化和规模化的特点契合了行业发展的需要，并将得以迅速发展。

2004年我国人均国内生产总值为12,336元，2013年已达到41,804元，过去十年间我国人均国内生产总值呈现稳定、快速的增长势头。

资料来源：国家统计局

随着我国经济的飞速发展，我国居民家庭人均可支配收入也呈现出快速增长的趋势。2004年我国城镇居民家庭人均可支配收入为9,422元，到2013年增加至26,955元。2004年农村居民家庭人均纯收入为2,936元，到2013年增加至8,896元。

资料来源：国家统计局

根据消费经济学的分类，人们消费大致可以分成三类：生存型消费、享受型消费和发展型消费，休闲食品应该属于享受型消费。随着经济的不断发展，人们生活水平不断提高，在消费支出的比例方面，生存型消费的占比将逐步减少，更多地转化为享受型消费和发展型消费，整个消费市场呈现一种消费升级的趋势。人们的消费支出中，发展型消费和享受型消费的占比将不断增长，这将对休闲食品行业够成积极影响。

## 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：2011-2013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

- (1) 休闲食品行业的发展规模
- (2) 休闲食品行业市场现状
- (3) 休闲食品行业的消费群体
- (4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势

#### 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 2013年休闲食品行业经营情况分析

- (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

### 2.2 休闲食品行业经济指标分析

#### 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

- (1) 大型企业
- (2) 中型企业
- (3) 小型企业

#### (4) 不同规模企业主要经济指标分析

##### 1) 不同规模企业数量分析

##### 2) 不同规模企业资产分析

##### 3) 不同规模企业销售收入分析

##### 4) 不同规模企业利润分析

#### 2.2.3 不同性质企业经济指标分析

##### (1) 国有企业

##### (2) 集体企业

##### (3) 股份合作企业

##### (4) 股份制企业

##### (5) 私营企业

##### (6) 外商和港澳台投资企业

##### (7) 其他性质企业

##### (8) 不同性质企业主要经济指标变化情况分析

##### 1) 不同性质企业数量分析

##### 2) 不同性质企业资产规模分析

##### 3) 不同性质企业销售收入分析

##### 4) 不同性质企业利润总额分析

#### 2.3 休闲食品行业供需平衡分析

### 第3章：中国休闲食品行业进出口分析

#### 3.1 休闲食品行业进出口状况综述

#### 3.2 休闲食品行业出口市场分析

##### 3.2.1 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 2013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 休闲食品行业进口市场分析

##### 3.3.1 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 2013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

##### (1) 休闲食品行业出口不利因素分析

###### 1) 国内食品安全事故

###### 2) 国外食品行业检测标准趋严

###### 3) 整体宏观经济环境不景气

##### (2) 休闲食品行业出口的有利因素分析

###### 1) 政府监管力度加大

###### 2) 企业自身标准提升

###### 3) 经济增长前景预期向好

#### 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 国际宏观经济环境分析

##### (1) 国际宏观经济整体走势分析

##### (2) 国际贸易环境分析

##### (3) 国际股票市场

##### (4) 消费者信心指数

##### (5) 国际经济环境对休闲食品行业的影响分析

#### 4.1.2 国内宏观经济发展与休闲食品行业的关联性分析

##### (1) GDP增长与行业产值增长情况分析

###### 1) 2013年GDP增长情况

###### 2) GDP增长率与行业产值增长率分析

##### (2) 社会固定资产投资与行业总资产增长率分析

###### 1) 2013年社会固定资产投资情况

###### 2) 社会固定资产投资增长率与行业总资产增长率分析

##### (3) 居民收入水平与行业销售收入增长情况分析

- 1) 2013年居民收入水平情况
- 2) 居民收入增长情况与行业销售收入增长分析

#### 4.1.3 2013年中国经济发展展望

- (1) 有利因素
- (2) 不利因素
- (3) 对行业发展影响

#### 4.2 休闲食品行业政策环境分析

##### 4.2.1 行业相关政策

##### 4.2.2 行业发展规划

#### 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

##### 1) 食品检验检疫标准提升

##### 2) 食品包装、标签等技术趋严

##### 3) 技术壁垒下企业改进方向

- (3) 人民币升值对休闲食品出口的影响

##### 1) 人民币升值对行业发展不利影响

##### 2) 人民币升值对行业发展有利影响

##### 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

- (1) “主食类”休闲食品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

##### 4.4.2 休闲食品消费群体结构分析

- (1) 消费群体年龄结构
- (2) 消费群体性别结构

##### 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

- (1) 焙烤食品行业的分类
- (2) 焙烤食品行业市场主体分析
- (3) 焙烤食品行业发展现状

### 5.1.2 焙烤食品行业经营状况分析

- (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

## 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

- (1) 薯片市场发展状况分析
- (2) 薯片的营销战略
  - 1) 强化产品消费群体定位
  - 2) 推出个性化外包装产品
  - 3) 突出薯片品牌文化理念
- (3) 薯片电商渠道扩展

### 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

- (1) 百事向上整体获取原料采购优势
- (2) 上好佳改善终端策略，提高终端拦截率
- (3) 福建达利食品策划品牌形象，制定广告策略

### 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 饼干产品行业经营状况分析

- (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

#### 5.3.3 饼干产品主要品牌竞争情况

(1) 外资企业品牌主导中高端

(2) 民营企业竞争实力增强

#### 5.3.4 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 糕点产品行业市场竞争情况

(1) 竞争对手分析

(2) 购买者分析

(3) 替代品分析

(4) 潜在进者分析

(5) 供应商分析

#### 5.4.3 糕点产品主要消费群体分析

(1) 主要消费群体

(2) 消费群体特征

(3) 手稿蛋糕消费对象特征

### 5.5 面包产品市场分析

#### 5.5.1 面包产品市场发展情况

(1) 行业整体发展态势良好

(2) 加工、生产、服务趋于专业化、标准化

(3) 中高端市场成为争夺焦点

#### 5.5.2 面包产品主要品牌竞争情况

(1) 品牌及其影响

1) BreadTalk

2) 好利来

3) 家家知

(2) 商业模式分析

(3) 关键成功因素

### 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

(1) 品牌竞争将成为行业竞争的关键

(2) 专业化、标准化的生产流程

(3) 中高端市场成为争夺焦点

### 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

(1) 糖果市场规模

(2) 糖果市场竞争

#### 6.1.2 糖果行业市场经营状况分析

(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

#### 6.1.3 糖果行业产业链上游市场分析

(1) 甜味剂行业发展状况分析

1) 糖精生产保持增长势头

2) 糖精出口快速增长

3) 三氯蔗糖产能稳步增加

(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

#### 1) 国内奶糖品牌

#### 2) 大白兔奶糖的市场竞争

### 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

#### 1) 第一阵营

#### 2) 第二阵营

#### 3) 第三阵营

### 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 干果行业市场发展现状概述

### 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 干果行业市场发展前景预测

#### 7.4.1 干果行业市场消费特点及趋势分析

##### （1）干果行业市场消费特点

1) 原味、咸味和甜味是消费者最喜欢的干果口味

2) 消费者最喜欢哪种包装的干果产品

3) 好的干果产品需要具备的核心条件

4) 吃干果产品主要能满足消费者哪种需求

##### （2）干果行业市场发展趋势

#### 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 果冻行业市场现状分析

### 8.2 果脯蜜饯行业市场现状分析

## 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

## 9.2 熟食连锁经营市场状况分析

## 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分析

#### (1) 独立包装的休闲食品销售渠道

#### (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

### 10.1.2 休闲食品销售渠道概述

#### (1) 商超渠道

##### 1) 超市自营现场加工

##### 2) 外包联营形式

##### 3) 休闲食品成品外采

#### (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 休闲食品电子商务渠道分析

- (1) 网络渠道发展情况
- (2) 网络渠道营销方式分析
- 1) 直接方法
- 2) 间接方法
- (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

- 1) 先建品牌才能区隔竞争对手
- 2) 先建品牌才能做大产品销量
- 3) 先建品牌才能提高产品的利润空间
- 4) 产品包装特色化、时尚化、国际化
- 5) 做成全国性知名品牌的六大营销要素

##### 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

1) 情感营销

2) 选择与集中

3) 步步为盈

(2) 喜之郎品牌策略案例分析

1) 喜之郎品牌战略选择

2) 强化产品与品牌联系

3) 品牌营销战略的调整

#### 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

1) 量上不同

2) 涉及的风格不同

3) 消费对象多侧重于女性

(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

1) 注重设计的文化性

- 2) 礼品包装材料的自然性
  - (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) 达利食品广告营销案例分析
      - 1) 达利品牌推广原则
      - 2) 达利品牌战略选择
      - 3) 达利广告营销成功源于
        - (2) 雅客广告营销案例分析
          - 1) 雅客广告营销机构的选择
          - 2) 雅客广告的营销策略
          - 3) 雅客品牌代言人
          - 4) 品牌市场推广的成功
  - 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
      - (1) 长假消费特点
      - (2) 短期节日消费特点
    - 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：博思数据关于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 典型企业在华经营状况——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

### 11.2 中国休闲食品企业竞争力分析

#### 11.2.1 中国焙烤食品行业集中度分析

- (1) 焙烤食品行业资产集中度分析
- (2) 焙烤食品行业收入集中度分析
- (3) 焙烤食品行业利润集中度分析

#### 11.2.2 中国糖果企业竞争力分析

- (1) 糖果行业资产集中度分析
- (2) 糖果行业收入集中度分析
- (3) 糖果行业利润集中度分析

#### 11.2.3 中国干果行业集中度分析

- (1) 干果行业资产集中度分析
- (2) 干果行业收入集中度分析
- (3) 干果行业利润集中度分析

#### 11.2.4 中国果脯蜜饯行业集中度分析

- (1) 果脯蜜饯行业资产集中度分析
- (2) 果冻及果脯蜜饯行业收入集中度分析
- (3) 果冻及果脯蜜饯行业利润集中度分析

#### 11.2.5 中国休闲食品行业五力竞争模型

- (1) 休闲食品行业上游议价能力分析
- (2) 休闲食品行业下游议价能力分析
- (3) 休闲食品行业替代者威胁分析
- (4) 休闲食品行业潜在进入者威胁分析

(5) 休闲食品行业竞争状况总结

### 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

1) 口味发展趋势

2) 品类发展方向

- (2) 产品包装发展趋势
- (3) 营销模式发展趋势

1) 品牌战略

2) 渠道模式创新

3) 多方整合推广策略

- (4) 竞争策略发展趋势

## 第12章：中国休闲食品行业主要重点企业生产经营分析

### 12.1 焙烤食品行业领先企业个案分析

#### 12.1.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.2 上好佳(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.3 漯河临颖亲亲食品工业有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.4 百事食品(中国)有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.5 好丽友食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.6 福建福马食品集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.7 福建达利食品集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.8 乐天(中国)食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.9 纳贝斯克食品（苏州）有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.10 福建盼盼食品集团有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.11 杭州顶园食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.12 上海江崎格力高食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.13 通用磨坊食品（南京）有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.14 上海克莉丝汀食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.1.15 广东嘉士利食品集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2 糖果行业领先企业个案分析

##### 12.2.1 箭牌糖果（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.2.2 玛氏食品（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.2.3 东莞徐记食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.4 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.5 上海金丝猴食品股份有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.6 金冠（中国）食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.7 福建雅客食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.8 上海冠生园食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.9 吉百利糖果（广州）有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.2.10 中粮金帝食品（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3 干果行业领先企业个案分析

##### 12.3.1 合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.3.2 青岛东生集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.3.3 日照华赛食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.3.4 天喔食品（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3.5 招远必泰食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3.6 烟台市大成食品有限责任公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3.7 广州市果王食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3.8 上海来伊份股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3.9 徽记食品股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.3.10 上海兰馨阿明食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4 果冻、果脯蜜饯及熟食行业领先企业个案分析

##### 12.4.1 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.4.2 蜡笔小新（福建）食品工业有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.4.3 福建东方食品集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

##### 12.4.4 广东佳宝集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.5 山东鼎力枣业食品集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.6 山东沾化健源食品有限责任公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.7 北京御食园食品股份有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.8 河北怡达食品集团有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.9 盐津铺子食品有限公司经营情况分析

(1) 公司简介

(2) 公司经营情况分析

(3) 公司竞争优势分析

(4) 公司主要经营业务分析

(5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.10 福州大世界橄榄有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.11 江西煌上煌集团食品股份有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.12 湖北周黑鸭食品有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 12.4.13 长沙绝味轩企业管理有限公司经营情况分析

- (1) 公司简介
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司竞争优势分析
- (4) 公司主要经营业务分析
- (5) 公司发展最新动态及未来发展分析

#### 图表目录

图表1：休闲食品从产品属性分类

图表2：2008-2013年休闲食品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%）

图表3：中国企业的市场主体分类

图表4：中国不同所有制性质企业的划分

图表5：中国休闲食品行业所处发展阶段

图表6：中国休闲食品行业市场发展趋势

图表7：中国休闲食品行业市场特征

图表8：2012-2013年休闲食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表9：2012-2013年中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）

图表10：2012-2013年中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）

图表11：2012-2013年中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表12：2012-2013年中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）

图表13：2012-2013年休闲食品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表14：2012-2013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15：2012-2013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）

图表16：2012-2013年中国小型休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表17：2011-2013年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表18：2011-2013年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表19：2011-2013年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表20：2011-2013年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表21：2012-2013年国有休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表22：2012-2013年集体休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表23：2012-2013年股份合作休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表24：2012-2013年股份制休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，）

图表25：2012-2013年私营休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表26：2012-2013年外商和港澳台投资休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表27：2012-2013年其他性质休闲食品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家）

图表28：2011-2013年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表29：2011-2013年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表30：2011-2013年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表31：2011-2013年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表32：2008-2013年休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表33：2008-2013年休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表34：2012-2013年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表35：2013年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表36：2012-2013年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表37：2013年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表38：2008-2013年休闲食品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表39：2008-2013休闲食品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表40：2012-2013年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表41：2013年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表42：2012-2013年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表43：2013年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表44：2008-2013年全国休闲食品行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表45：2012-2013年中国休闲食品行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表46：2013年休闲食品行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）

图表47：2013年中国休闲食品行业按金额前十位出口产品（单位：吨，万美元）

图表48：2013年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）

图表49：2013年中国休闲食品行业出口产品（单位：吨，万美元）

图表50：2013年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）

图表51：2013年休闲食品行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）

图表52：2013年中国休闲食品行业按金额前十大进口产品（单位：吨，万美元）

图表53：2013年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）

图表54：2013年中国休闲食品行业进口产品（单位：吨，万美元）

图表55：2013年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）

图表56：2007-2013年IMF世界经济增长情况及预测（单位：%）

图表57：2011-2013年波罗地海干散货运价指数（单位：点）

图表58：2008-2013年中国GDP情况以及休闲食品产值增长情况（单位：%）

图表59：2008-2013年全社会固定资产投资增长与行业总资产增长情况（单位：%）

图表60：2008-2013年居民收入增长情况与休闲食品行业销售收入增长率比较图（单位：%）

图表61：2013年促进国内经济发展的有利因素分析

图表62：中国休闲食品行业发展规划

图表63：中国休闲食品行业发展规划

图表64：中国休闲食品贸易环境发展趋势

图表65：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况（单位：%）

图表66：中国休闲食品消费趋势分析

图表67：2012-2013年烘焙食品行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表68：2012-2013年中国烘焙食品行业盈利能力分析（单位：%）

图表69：2012-2013年中国烘焙食品行业运营能力分析（单位：次）

图表70：2012-2013年中国烘焙食品行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表71：2012-2013年中国烘焙食品行业发展能力分析（单位：%）

图表72：膨化食品品牌渗透率男女差别（单位：%）

图表73：膨化食品品牌渗透率婚姻状况差别（单位：%）

图表74：2008-2013年我国饼干产量变化情况（单位：万吨，%）

图表75：2012-2013年饼干产品行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表76：2012-2013年中国饼干产品行业盈利能力分析（单位：%）

图表77：2012-2013年中国饼干产品行业运营能力分析（单位：次）

图表78：2012-2013年中国饼干产品行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表79：2012-2013年中国饼干产品行业发展能力分析（单位：%）

图表80：中国糕点产品市场发展特点分析

图表81：BreadTalk商业模式分析

图表82：2008-2013年我国糖果市场规模及增长速度（单位：亿元，%）

图表83：国内主要糖果品牌及产品种类

图表84：2012-2013年糖果行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表85：2012-2013年中国糖果行业盈利能力分析（单位：%）

图表86：2012-2013年中国糖果行业运营能力分析（单位：次）

图表87：2012-2013年中国糖果行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表88：2012-2013年中国糖果行业发展能力分析（单位：%）

图表89：2008-2013年中国明胶行业市场规模（单位：吨）

图表90：2008-2013年中国糖果产量及同比增长情况（单位：万吨，%）

图表91：我国瓜子产品品牌提名率（单位：%）

图表92：我国瓜子产品种类消费率（单位：%）

图表93：消费者最喜欢的瓜子口味占比（单位：%）

图表94：消费者购买瓜子主要关注的因素分析（单位：%）

图表95：2013年我国花生消费结构分析（单位：%）

图表96：2008-2013年我国开心果产量及增长情况（单位：万吨，%）

图表97：2008-2013年我国开心果需求量及增长情况（单位：万吨，%）

图表98：消费者喜欢干果口味分析（单位：%）

图表99：消费者喜欢干果包装分析（单位：%）

图表100：消费者购买干果关注的主要因素分析（单位：%）

图表101：干果产品满足消费者哪方面需求分析（单位：%）

图表102：主要果冻产品品牌市场占有率分析（单位：%）  
图表103：2008-2013年我国苹果产量及变化趋势图（单位：万吨、%）  
图表104：2002-2011年我国苹果进出口变化趋势（单位：万吨、亿美元）  
图表105：2012-2013年制糖行业经营效益分析（单位：家，人，万元）  
图表106：2012-2013年中国制糖行业盈利能力分析（单位：%）  
图表107：2012-2013年中国制糖行业运营能力分析（单位：次）  
图表108：2012-2013年中国制糖行业偿债能力分析（单位：%、倍）  
图表109：2012-2013年中国制糖行业发展能力分析（单位：%）  
图表110：2012-2013年包装行业经营效益分析（单位：家，人，万元）  
图表111：2012-2013年中国包装行业盈利能力分析（单位：%）  
图表112：2012-2013年中国包装行业运营能力分析（单位：次）  
图表113：2012-2013年中国包装行业偿债能力分析（单位：%、倍）  
图表114：2012-2013年中国包装行业发展能力分析（单位：%）  
图表115：消费者是否能记住果脯蜜饯产品的品牌（单位：%）  
图表116：过去一年中消费者总共吃过的果脯蜜饯产品品牌个数占比（单位：%）  
图表117：消费者经常吃的果脯蜜饯产品类别占比（单位：%）  
图表118：消费者认为每袋果脯蜜饯产品的适宜价格占比（单位：%）  
图表119：消费者平均每月用于果脯蜜饯产品支出占比（单位：%）  
图表120：消费者哪个季节吃果脯蜜饯产品的数量最多（单位：%）  
&hellip;&hellip;略

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1409/H92716F9CT.html>