

## 2024-2029年中国食品礼品行业产销需求与投资预测分析报告

## 目 录

## CONTENTS

- 第1章：中国食品礼品行业市场运行分析
  - 1.1 中国食品礼品行业发展现状分析
    - 1.1.1 中国食品礼品行业市场发展概况
    - 1.1.2 中国食品礼品行业市场规模分析
    - 1.1.3 中国食品礼品行业发展有利因素
      - (1) 人均可支配收入增长
      - (2) 人口规模保持高水平
      - (3) 食品制造业稳步发展
      - (4) 电商渠道的发展
  - 1.2 中国食品礼品行业经营效益分析
    - 1.2.1 中国食品礼品行业成本结构分析
    - 1.2.2 中国食品礼品行业利润空间分析
  - 1.3 中国食品礼品行业市场供需分析
    - 1.3.1 中国食品礼品行业市场供给分析
      - (1) 中国食品供给分析
      - (2) 代表性企业食品礼品产品供给分析
    - 1.3.2 中国食品礼品行业市场需求分析
      - (1) 中国食品需求分析
      - (2) 代表性企业食品礼品产品需求分析
    - 1.3.3 中国食品礼品行业供需平衡分析
  - 1.4 中国食品礼品行业进出口分析
    - 1.4.1 中国食品礼品行业进出口统计说明
    - 1.4.2 中国食品礼品行业进出口总体情况分析
    - 1.4.3 中国食品礼品行业出口情况分析
      - (1) 行业出口规模分析
      - (2) 行业出口产品结构分析
    - 1.4.4 中国食品礼品行业进口情况分析
      - (1) 行业进口规模分析
      - (2) 行业进口产品结构分析
- 第2章：中国食品礼品行业消费市场调研分析
  - 2.1 中国食品礼品用户群体特征分析
    - 2.1.1 用户群体年龄特征
    - 2.1.2 用户群体性别特征
    - 2.1.3 用户群体职业特征
    - 2.1.4 用户群体学历特征
    - 2.1.5 用户群体收入特征
  - 2.2 中国食品礼品用户群体购买行为分析
    - 2.2.1 信息获取渠道分析
    - 2.2.2 产品购买渠道分析
    - 2.2.3 产品购买考虑因素
    - 2.2.4 产品购买用途分析
  - 2.3 中国食品礼品用户群体产品偏好分析
    - 2.3.1 用户品类偏好
    - 2.3.2 用户品牌偏好
- 第3章：中国食品礼品行业市场竞争分析
  - 3.1 中国食品礼品行业市场格局分析
    - 3.1.1 中国食品礼品行业区域市场格局
    - 3.1.2 中国食品礼品行业企业市场格局
    - 3.1.3 中国食品礼品行业品牌市场格局
      - (1) 农产品礼品
        - 1) 五谷杂粮

- 2) 茶油
- 3) 茶叶
- (2) 水产品礼品
  - 1) 海鲜
  - 2) 大闸蟹
- (3) 休闲食品礼品
  - 1) 零食礼盒
  - 2) 糕点
- (4) 保健品礼品
  - 1) 维生素
  - 2) 燕窝

### 3.2 中国食品礼品行业五力竞争分析

- 3.2.1 上游议价能力分析
- 3.2.2 下游议价能力分析
- 3.2.3 新进入者威胁分析
- 3.2.4 替代品威胁分析
- 3.2.5 行业内部竞争分析
- 3.2.6 行业五力竞争总结

### 3.3 中国食品礼品行业兼并重组分析

- 3.3.1 行业兼并重组现状分析
  - (1) 行业兼并重组事件汇总
  - (2) 行业兼并重组类型及动因
    - 1) 行业兼并重组类型
    - 2) 行业兼并重组动因
- 3.3.2 行业兼并重组案例分析
- 3.3.3 行业兼并重组趋势分析
  - (1) 行业兼并重组整体趋势预判
  - (2) 行业兼并重组类型及动因趋势预判

## 第4章：中国食品礼品行业细分市场分析

### 4.1 中国食品礼品行业产品市场结构

- 4.1.1 行业产品市场结构分析
- 4.1.2 行业产品市场发展概况

### 4.2 中国农产品礼品市场发展分析

- 4.2.1 农产品礼品市场发展概况
- 4.2.2 农产品礼品市场规模分析
- 4.2.3 农产品礼品细分产品分析
- 4.2.4 农产品礼品产品结构及品牌
  - (1) 杂粮类礼品及品牌分析
  - (2) 蔬菜类礼品及品牌分析
  - (3) 水果类礼品及品牌分析
  - (4) 茶叶类礼品及品牌分析
- 4.2.5 农产品礼品产品价格走势
- 4.2.6 农产品礼品销售渠道分析
- 4.2.7 农产品礼品需求特征分析
- 4.2.8 农产品礼品发展前景预测

### 4.3 中国水产品礼品市场发展分析

- 4.3.1 水产品礼品市场发展概况
- 4.3.2 水产品礼品市场规模分析
- 4.3.3 水产品礼品产品结构及品牌
- 4.3.4 水产品礼品产品价格走势
- 4.3.5 水产品礼品销售渠道分析
- 4.3.6 水产品礼品需求特征分析
- 4.3.7 水产品礼品发展前景预测

### 4.4 中国休闲食品礼品市场发展分析

- 4.4.1 休闲食品礼品市场发展概况
- 4.4.2 休闲食品礼品市场规模分析
- 4.4.3 休闲食品礼品产品结构及品牌
- 4.4.4 休闲食品礼品产品价格走势
- 4.4.5 休闲食品礼品销售渠道分析

- 4.4.6 休闲食品礼品需求特征分析
- 4.4.7 休闲食品礼品发展前景预测

#### 4.5 中国保健品礼品市场发展分析

- 4.5.1 保健品礼品市场发展概况
- 4.5.2 保健品礼品市场规模分析
- 4.5.3 保健品礼品产品结构及品牌
- 4.5.4 保健品礼品产品价格走势
- 4.5.5 保健品礼品销售渠道分析
- 4.5.6 保健品礼品需求特征分析
- 4.5.7 保健品礼品发展前景预测

### 第5章：中国食品礼品行业市场营销分析

#### 5.1 中国食品礼品行业销售渠道分析

- 5.1.1 传统销售渠道分析
  - (1) 农产品礼品传统销售渠道分析
    - 1) 粮油礼品
    - 2) 茶叶礼品
  - (2) 水产品礼品传统销售渠道分析
  - (3) 休闲食品礼品传统销售渠道分析
  - (4) 保健品礼品传统销售渠道分析
- 5.1.2 新兴销售渠道分析
  - (1) 农产品礼品新兴销售渠道分析
    - 1) 粮油礼品
    - 2) 茶叶礼品
  - (2) 水产品礼品新兴销售渠道分析
  - (3) 休闲食品礼品新兴销售渠道分析
  - (4) 保健品礼品新兴销售渠道分析

#### 5.2 中国食品礼品预付费卡渠道分析

- 5.2.1 食品礼品预付费卡渠道发展现状
- 5.2.2 食品礼品预付费卡渠道发展规模
- 5.2.3 食品礼品预付费卡渠道存在问题
- 5.2.4 食品礼品预付费卡渠道市场占比
- 5.2.5 食品礼品预付费卡渠道发展趋势

#### 5.3 中国食品礼品行业营销策略分析

- 5.3.1 价格策略分析
  - (1) 撇脂定价策略
  - (2) 价格调整策略
    - 1) 采用差别定价的方式调整价格
    - 2) 采用折扣定价的方式调整价格
    - 3) 采用对比定价的方式调整价格
  - (3) 顾客导向定价策略
- 5.3.2 包装策略分析
  - (1) 优化包装设计
  - (2) 提升包装安全性
- 5.3.3 品牌策略分析
  - (1) 塑造良好的品牌形象
  - (2) 拓宽品牌传播渠道
- 5.3.4 渠道策略分析
  - (1) 建立丰富的线下销售渠道
  - (2) 开辟多元的线上销售渠道

### 第6章：中国食品礼品行业重点区域分析

#### 6.1 广东省食品礼品行业发展前景分析

- 6.1.1 行业发展现状分析
- 6.1.2 行业细分市场结构
- 6.1.3 行业市场供需分析
  - (1) 代表性食品礼品企业产品分析
  - (2) 消费者需求分析
- 6.1.4 行业营销渠道分析
- 6.1.5 行业发展前景预测

#### 6.2 江苏省食品礼品行业发展前景分析

- 6.2.1 行业发展现状分析
- 6.2.2 行业细分市场结构
- 6.2.3 行业市场供需分析
  - (1) 代表性食品礼品企业产品分析
  - (2) 消费者需求分析
- 6.2.4 行业营销渠道分析
- 6.2.5 行业发展前景预测
- 6.3 山东省食品礼品行业发展前景分析**
- 6.3.1 行业发展现状分析
- 6.3.2 行业细分市场结构
- 6.3.3 行业市场供需分析
  - (1) 代表性产品供给情况
  - (2) 需求分析
- 6.3.4 行业营销渠道分析
- 6.3.5 行业发展前景预测
- 6.4 浙江省食品礼品行业发展前景分析**
- 6.4.1 行业发展现状分析
- 6.4.2 行业细分市场结构
- 6.4.3 行业市场供需分析
  - (1) 代表性产品及企业分析
  - (2) 需求分析
- 6.4.4 行业营销渠道分析
- 6.4.5 行业发展前景预测
- 6.5 河南省食品礼品行业发展前景分析**
- 6.5.1 行业发展现状分析
- 6.5.2 行业细分市场结构
- 6.5.3 行业市场供需分析
  - (1) 代表性产品及企业分析
  - (2) 需求分析
- 6.5.4 行业营销渠道分析
- 6.5.5 行业发展前景预测
- 第7章：中国食品礼品行业重点企业分析**
- 7.1 中国食品礼品行业企业经营概况**
- 7.2 中国食品礼品行业重点企业经营分析**
- 7.2.1 上海汉福实业发展有限公司
  - (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析
- 7.2.2 中科健康产业集团股份有限公司
  - (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析
- 7.2.3 南京依熹工贸实业有限公司
  - (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业优劣势分析
- 7.2.4 上海元祖梦果子股份有限公司
  - (1) 企业基本信息介绍

- (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析
- 7.2.5 北京骄阳利华商贸有限公司
- (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析
- 7.2.6 重庆重宾食品有限公司
- (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业营销渠道分析
  - (6) 企业优劣势分析
- 7.2.7 苏州市阳澄湖大闸蟹营销有限公司
- (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析
- 7.2.8 安徽味滋源食品科技有限公司
- (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析
- 7.2.9 双行线（北京）商贸有限公司
- (1) 企业基本信息介绍
  - (2) 企业产品结构分析
  - (3) 企业品牌结构分析
  - (4) 企业经营情况分析
  - (5) 企业典型客户分析
  - (6) 企业营销渠道分析
  - (7) 企业优劣势分析

## 第8章：中国食品礼品行业发展前景与投资策略建议

### 8.1 中国食品礼品行业发展趋势及前景

- 8.1.1 中国食品礼品行业发展趋势分析
  - (1) 产品趋势分析
  - (2) 包装趋势分析
  - (3) 渠道趋势分析

- 8.1.2 中国食品礼品行业发展前景预测

### 8.2 中国食品礼品行业投资特性分析

- 8.2.1 中国食品礼品行业投资主体分析
- 8.2.2 中国食品礼品行业投资现状分析
- 8.2.3 中国食品礼品行业投资规模分析
- 8.2.4 中国食品礼品行业投资壁垒分析
  - (1) 品牌壁垒
  - (2) 渠道壁垒

- (3) 食品安全壁垒
- (4) 技术壁垒
- (5) 自然资源壁垒

### 8.3 中国食品礼品行业投资策略建议

#### 8.3.1 中国食品礼品行业投资机会分析

- (1) 健康食品投资机会
- (2) 国货投资机会
- (3) 电商渠道投资机会
- (4) 产品溯源投资机会

#### 8.3.2 中国食品礼品行业投资策略建议

## 图表目录

- 图表1: 2017-2022年中国礼品行业市场规模 (单位: 亿元)
- 图表2: 2017-2022年中国食品礼品行业市场规模 (单位: 亿元)
- 图表3: 2013-2022年中国城乡居民人均可支配收入 (单位: 元)
- 图表4: 2013-2022年中国人口规模及自然增长率 (单位: 万人, %)
- 图表5: 2018-2022年中国规模以上食品工业 (不含烟草) 营收规模 (单位: 亿元)
- 图表6: 2022年中国电商发展情况 (单位: 万人次, 亿元, %)
- 图表7: 2022年中国食品礼品行业代表性企业食品礼品成本结构分析 (单位: %)
- 图表8: 2018-2022年中国食品礼品行业代表性企业食品礼品毛利率 (单位: %)
- 图表9: 2022年中国食品工业主要产品产量 (单位: 万吨, 万千升, %)
- 图表10: 2018-2022年中国代表性上市公司食品礼品产量 (单位: 万盒, 万只)
- 图表11: 2018-2022年广州酒家食品礼品产量 (单位: 吨)
- 图表12: 2022年中国食品工业细分市场营收规模 (单位: 亿元, %)
- 图表13: 2018-2022年元祖股份食品礼品销量 (单位: 万盒)
- 图表14: 2018-2022年广州酒家和五芳斋食品礼品销量 (单位: 吨)
- 图表15: 2018-2022年中国代表性上市公司食品礼品产销率 (单位: %)
- 图表16: 中国食品行业进出口商品名称及HS编码
- 图表17: 2018-2023年中国食品行业进出口状况表 (单位: 亿元)
- 图表18: 2018-2023年中国食品行业出口状况 (单位: 亿元, %)
- 图表19: 2022年中国食品行业出口产品结构 (单位: 亿元, %)
- 图表20: 2018-2023年中国食品行业进口状况表 (单位: 亿元, %)
- 图表21: 2022年中国食品行业进口产品结构 (单位: 亿元, %)
- 图表22: 2021年中国食品礼品用户年龄特征 (单位: %)
- 图表23: 2021年中国不同性别购买礼盒数量和均价 (单位: 个, 元)
- 图表24: 2021年中国不同行业客户采购的食品类礼品在全品类礼品中占比情况 (单位: %)
- 图表25: 中国月饼消费者学历占比 (单位: %)
- 图表26: 2021年中国茶叶礼盒消费者学历占比 (单位: %)
- 图表27: 2021年中国茶叶礼盒消费者收入占比 (单位: %)
- 图表28: 2021年中国礼品消费者信息获取渠道分布 (单位: %)
- 图表29: 2021年中国礼品消费者采购渠道分布 (单位: %)
- 图表30: 2021年中国礼品购买考虑因素 (单位: %)
- 图表31: 2022年中国XYZ世代礼品购买考虑因素
- 图表32: 2022年中国XYZ世代礼品购买目的 (单位: %)
- 图表33: 2022年中国XYZ世代送礼品类分布TOP5 (单位: %)
- 图表34: 2023年中国消费者心目中中国食品领域顶级品牌
- 图表35: 截至2023年中国食品礼品企业数量区域分布 (单位: 家)
- 图表36: 中国食品礼品行业企业派系
- 图表37: 2023年中国五谷杂粮十大品牌排行榜
- 图表38: 2023年中国茶油十大品牌排行榜
- 图表39: 2023年中国茶叶十大品牌排行榜
- 图表40: 2023年中国海鲜十大品牌排行榜
- 图表41: 2023年中国大闸蟹十大品牌排行榜
- 图表42: 2023年中国零食礼盒十大品牌排行榜
- 图表43: 2023年中国糕点十大品牌排行榜

- 图表44: 2023年中国维生素十大品牌排行榜
- 图表45: 2023年中国燕窝十大品牌排行榜
- 图表46: 中国食品礼品行业供应商的议价能力
- 图表47: 中国食品礼品行业消费者的议价能力
- 图表48: 中国食品礼品行业潜在进入者威胁
- 图表49: 中国食品礼品行业替代品威胁
- 图表50: 中国食品礼品行业现有企业竞争程度
- 图表51: 中国食品礼品行业五力分析结论
- 图表52: 截至2023年中国食品礼品行业兼并与重组事件汇总(单位: %, 万元, 亿元, 亿美元)
- 图表53: 2016-2022年中国食品礼品行业兼并购重组类型分布(单位: 起)
- 图表54: 行业兼并与重组的动因
- 图表55: 中国食品礼品行业兼并购重组案例分析
- 图表56: 中国食品礼品行业兼并购重组整体趋势预判
- 图表57: 中国食品礼品行业兼并购重组类型及动因趋势预判
- 图表58: 中国食品礼品行业产品市场结构(单位: %)
- 图表59: 中国食品礼品行业产品市场发展概况
- 图表60: 农产品礼品特点
- 图表61: 2017-2022年中国农产品礼品市场规模(单位: 亿元)
- 图表62: 农产品礼品细分产品
- 图表63: 中国杂粮产品品牌及代表企业(单位: 个)
- 图表64: 中国蔬菜产品品牌及代表企业(单位: 个)
- 图表65: 中国水果产品品牌及代表企业(单位: 个)
- 图表66: 中国茶叶产品品牌及代表企业(单位: 个)
- 图表67: 2020-2023年中国农产品批发价格200指数
- 图表68: 农产品礼品销售渠道
- 图表69: 农产品礼品需求特征分析
- 图表70: 水产品礼品市场发展特点
- 图表71: 2017-2022年中国水产品礼品市场规模(单位: 亿元)
- 图表72: 中国水产品品牌及代表企业(单位: 个)
- 图表73: 2021-2023年中国水产品市场价格监测(单位: 元/公斤)
- 图表74: 2023年1月中国各类水产品市场价格(单位: 元/公斤)
- 图表75: 2017-2022年中国休闲食品礼品市场规模(单位: 亿元)
- 图表76: 中国休闲食品礼品主要品牌
- 图表77: 中国休闲食品主要品牌礼品价格(单位: 元, 元/千克)
- 图表78: 2019-2022年三只松鼠、卫龙线上线下收入变化情况(单位: 亿元, %)
- 图表79: 中国休闲食品礼品需求特征分析
- 图表80: 2017-2022年中国保健品礼品市场规模(单位: 亿元)
- 图表81: 中国保健食品按不同功效分类
- 图表82: 中国保健品礼品主要品牌
- 图表83: 保健品礼品产品价格
- 图表84: 保健品礼品需求特征分析
- 图表85: 2019-2022年益海嘉里金龙鱼经销商数量变动情况(单位: 家)
- 图表86: 2021-2022年天福茗茶自有门店及经销商门店数量(单位: 家)
- 图表87: 中国休闲食品礼品行业代表性企业传统销售渠道布局现状
- 图表88: 中国保健品传统销售渠道占比变动情况(单位: %)
- 图表89: 截至2022年底益海嘉里金龙鱼线上销售渠道布局情况
- 图表90: 抖音电商茶行业爆款商品
- 图表91: 中国休闲食品礼品行业代表性企业传统销售渠道布局现状
- 图表92: 2022年中国保健品电商平台占比情况(单位: %)
- 图表93: 中国食品礼品预付费卡部分汇总
- 图表94: 中国食品礼品预付费卡风险分析
- 图表95: 中国食品礼品预付费卡渠道发展趋势分析
- 图表96: 食品礼品细分品类包装设计策略
- 图表97: 2022年广东省食品工业发展情况(单位: 亿元, %, 家)
- 图表98: 广东食品礼品行业细分市场发展情况
- 图表99: 广东食品礼品行业代表性企业及食品礼品发展情况
- 图表100: 2018-2022年广东省人口数量和人均可支配收入(单位: 万人, 元)
- 图表101: 2019-2022年广州电商发展情况(单位: %)
- 图表102: 江苏食品礼品行业细分市场发展情况

图表103: 江苏食品礼品行业代表性企业及食品礼品发展情况  
图表104: 2018-2022年江苏省人口数量和人均可支配收入 (单位: 万人, 元)  
图表105: 2023年江苏省“五一”旅游业发展情况 (单位: 万人次, 亿元, %)  
图表106: 山东食品礼品行业细分市场发展情况  
图表107: 山东食品礼品行业代表性企业及食品礼品发展情况  
图表108: 2018-2022年山东省人口数量和人均可支配收入 (单位: 万人, 元)  
图表109: 2023年山东省“五一”旅游业发展情况 (单位: 万人次, 亿元, %)  
图表110: 浙江食品礼品行业细分市场发展情况  
图表111: 浙江食品礼品行业代表性产品及企业发展情况  
图表112: 2018-2022年浙江省人口数量和人均可支配收入 (单位: 万人, 元)  
图表113: 2022年浙江省电商行业发展情况 (单位: 万亿, 亿元, %)  
图表114: 河南食品礼品行业细分市场发展情况  
图表115: 河南食品礼品行业代表性产品及企业发展情况  
图表116: 2018-2022年河南省人口数量和人均可支配收入 (单位: 万人, 元)  
图表117: 2022年河南省电商行业发展情况 (单位: 亿元, %, 个)  
图表118: 中国食品礼品企业布局梳理  
图表119: 上海汉福实业发展有限公司基本信息表  
图表120: 上海汉福实业发展有限公司德福隆阳澄湖大闸蟹3996型图示  
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!