2018-2023年中国休闲食品行业产销需求与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国休闲食品行业发展综述

1.1 休闲食品行业范围界定

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 中国休闲食品行业发展状况分析

1.2.1 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

1.2.2 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

1.2.3 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

1.3 休闲食品行业供需平衡分析

1.3.1 总体供给情况分析

（1）总产值分析

（2）产成品分析

1.3.2 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

1.3.3 总体需求情况分析

（1）销售产值分析

（2）销售收入分析

1.3.4 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

1.3.5 全国休闲食品行业产销率分析

1.4 中国休闲食品行业进出口分析

1.4.1 休闲食品行业进出口状况综述

1.4.2 休闲食品行业出口市场分析

（1）2016年行业出口分析

（2）2015年行业出口分析

1.4.3 休闲食品行业进口市场分析

（1）2016年行业进口分析

（2）2015年行业进口分析

1.4.4 休闲食品行业进出口前景及建议

（1）休闲食品行业出口前景及建议

（2）休闲食品行业进口前景及建议

1.5 中国休闲食品行业市场环境分析

1.5.1 休闲食品行业经济环境分析

（1）国际宏观经济环境分析

（2）国内宏观经济发展与休闲食品行业的关联性分析

（3）2016年中国经济展望与数据前瞻
1.5.2 休闲食品行业政策环境分析
（1）行业相关政策
（2）行业发展规划
1.5.3 休闲食品行业贸易环境分析
（1）行业产品贸易环境现状
（2）行业贸易环境发展趋势
1.5.4 休闲食品行业市场消费环境分析
（1）休闲食品消费特征分析
（2）休闲食品消费群体结构分析
（3）休闲食品消费趋势分析
第2章：中国焙烤食品行业市场分析
2.1 焙烤食品行业市场发展概述
2.1.1 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
2.1.2 焙烤食品行业经营状况分析
（1）规模指标分析
（2）盈利能力分析
（3）运营能力分析
（4）偿债能力分析
（5）发展能力分析
2.2 膨化食品市场分析
2.2.1 谷物膨化食品市场分析
2.2.2 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
2.2.3 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
2.2.4 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
2.3 饼干产品市场分析
2.3.1 饼干产品市场发展情况
（1）生产规模
（2）销售规模
2.3.2 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
2.3.3 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
2.3.4 饼干产品主要消费群体分析
2.4 糕点产品市场分析
2.4.1 糕点产品市场发展情况
2.4.2 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
2.4.3 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
2.5 面包产品市场分析
2.5.1 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
2.5.2 面包产品主要品牌竞争情况
（1）品牌及其影响
1）Bread Talk
2）好利来
3）家家知
（2）商业模式分析
（3）关键成功因素
2.5.3 面包产品主要消费群体分析
2.6 焙烤食品行业市场需求前景预测
2.6.1 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
2.6.2 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3章：中国糖果行业市场分析
3.1 糖果行业市场发展概述
3.1.1 糖果行业市场发展现状
（1）糖果市场规模
（2）糖果市场竞争
3.1.2 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
3.1.3 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）糖精生产有所减少
2）糖精出口量减少
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
3.2 传统型糖果产品市场分析
3.2.1 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
3.2.2 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
3.2.3 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
3.2.4 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
3.3 功能性糖果产品市场分析
3.3.1 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
3.3.2 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
3.3.3 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
3.4 胶基糖果（口香糖）产品市场分析
3.4.1 胶基糖果（口香糖）产品市场现状分析
3.4.2 胶基糖果（口香糖）产品主要品牌竞争情况
3.4.3 胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析
3.5 糖果行业市场发展趋势及前景预测
3.5.1 糖果行业市场消费特点及趋势分析
3.5.2 糖果行业市场发展前景预测
第4章：中国干果行业市场分析
4.1 干果行业市场发展概述
4.1.1 干果行业市场发展现状
（1）行业规模越来越大
（2）行业集中度低
（3）品牌溢价能力差
（4）行业格局已具雏形，但集群效应没有出现
4.1.2 干果行业市场价格走势分析
4.1.3 干果行业主要品牌竞争情况
4.1.4 干果行业主要消费群体分析
4.2 干果行业细分产品市场分析
4.2.1 瓜子产品市场分析
（1）瓜子生产市场分析
（2）瓜子消费市场分析
1）消费者产品品牌的喜好
2）消费者产品品类的喜好
3）消费者产品口味的喜好
4）消费者购买瓜子关注的主要因素
4.2.2 花生产品市场分析
（1）花生产品市场供需状况
1）种植面积波动增长
2）花生产量总体不断提高
3）花生单产水平稳步提高
（2）2015年花生价格走势分析
（3）我国花生生产的竞争特点分析
1）有利因素
2）不利因素
（4）2016年花生供给市场展望
（5）中国花生产业未来发展趋势与对策
1）科技进步保障花生产业可持续发展
2）通过发展机械化降低花生生产成本
3）深加工水平提高带动产业大发展

（6）花生休闲产品市场竞争分析
4.2.3 杏仁产品市场分析
（1）杏仁产品市场供给情况
（2）杏仁产品市场生产状况
4.2.4 核桃产品市场分析
（1）核桃产品市场需求分析
（2）核桃产品生产市场分析
（3）核桃价格市场分析
4.2.5 开心果产品市场分析
（1）开心果产量分析
（2）开心果市场需求量分析
4.3 特色干果市场需求分析
4.3.1 新疆干果市场分析
（1）新疆干果销售市场
（2）新疆干果价格市场分析
4.3.2 山东花生市场分析
4.4 干果行业市场需求前景预测
4.4.1 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
4.4.2 干果行业市场发展前景预测
第5章：中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析
5.1 果冻行业市场分析
5.1.1 果冻产品市场发展现状
5.1.2 果冻产品主要品牌竞争情况
5.1.3 果冻产品主要消费群体分析
5.1.4 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
1）果冻产品市场消费特点
2）果冻产品市场消费趋势
（2）果冻产品市场发展前景预测
5.2 果脯蜜饯行业市场分析
5.2.1 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
1）粤系品牌
2）浙系品牌
3）沪系品牌
5.2.2 果脯蜜饯产品上游产业供应链分析
（1）水果行业发展现状
1）苹果市场发展情况
2）柑橘市场发展情况
（2）制糖行业的发展现状
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
（3）包装行业的发展现状
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

5.2.3 果脯蜜饯产品区域市场分析
（1）北京果脯蜜饯市场分析
1）北京果脯蜜饯市场发展现状
2）北京果脯蜜饯市场发展历程
3）北京果脯蜜饯市场产品结构
4）北京果脯蜜饯市场品牌格局
（2）江西酸枣糕市场分析
1）江西省酸枣糕生产状况
2）江西省酸枣糕市场重点企业
（3）山东红枣市场分析
1）山东红枣生产状况
2）山东省红枣市场重点企业
5.2.4 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）果脯蜜饯产品消费者消费品牌分析
（3）果脯蜜饯产品消费类别分析
（4）果脯蜜饯产品市场消费价格分析
（5）果脯蜜饯产品市场消费者消费金额分析
（6）果脯蜜饯产品市场消费者消费季节分析
（7）果脯蜜饯产品消费影响因素分析
5.2.5 果脯蜜饯产品市场发展趋势
（1）果脯蜜饯市场面临问题
1）微生物超标
2）滥用食品添加剂
3）产品标签标注问题
（2）果脯蜜饯市场发展趋势
1）向营养保健型发展
2）向营养化发展
3）向多样化发展
4）向淡奇口味发展
5）向自然色泽发展
6）向包装新颖化发展
第6章：中国熟食行业市场分析
6.1 熟食行业市场发展状况分析
6.1.1 熟食行业市场发展现状分析
6.1.2 熟食行业上游产业供应链分析
（1）畜牧养殖业现状
（2）肉类产品供应状况
（3）畜牧养殖业与熟食行业
6.2 熟食连锁经营市场状况分析
6.2.1 熟食连锁经营市场发展整体情况
6.2.2 熟食连锁经营市场规模分析
6.2.3 熟食连锁经营市场竞争格局分析
6.3 地区特色熟食产业发展状况分析
6.3.1 重庆熟食产品市场分析
（1）重庆市场本土企业
（2）重庆市场外来企业
6.3.2 湖南熟食产品市场分析
（1）湖南熟食产品市场规模
（2）湖南熟食产品市场特点
6.3.3 新疆牛肉干产品市场分析
6.3.4 内蒙风干牛肉干产品市场分析
（1）内蒙风干牛肉干产品市场
（2）内蒙风干牛肉干产品市场存在的问题
6.3.5 北京熟食产品市场分析
（1）北京熟食市场主要消费产品
（2）北京熟食市场主要品牌
（3）消费者消费熟食原因
（4）北京熟食市场消费频率

（5）北京熟食市场消费价位及金额
（6）北京熟食市场主要消费季节
6.4 熟食行业市场发展趋势及前景预测
6.4.1 熟食行业市场消费特点及趋势分析
6.4.2 熟食行业市场发展前景预测
第7章：中国休闲食品行业企业竞争力分析
7.1 国际休闲食品企业在华竞争力分析
7.1.1 国际企业在华竞争力分析
7.1.2 重点企业在华经营状况——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
7.2 中国休闲食品企业竞争力分析
7.2.1 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
7.2.2 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
7.2.3 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
7.2.4 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
7.2.5 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
7.3 中国休闲食品企业发展趋势分析
7.3.1 中国休闲食品企业面临问题
（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
7.3.2 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
7.4 中国休闲食品行业重点企业经营分析
7.4.1 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）企业主营业务与产品
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营情况分析
1）主要经济指标
2）盈利能力

3）运营能力
4）偿债能力
5）发展能力
（5）企业经营状况优劣势分析
7.4.2 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）企业主营业务与产品
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营情况分析
1）企业主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.3 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）企业产品结构分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营情况分析
1）企业主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.4.4 福建福马食品集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业综合信息情况
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营情况分析
1）企业主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.5 福建达利食品集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业生产能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业研发情况分析
（6）企业经营情况分析
1）企业主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（7）企业经营状况优劣势分析
（8）企业最新发展动态
7.4.6 玛氏食品（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营领域分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络

（5）企业经营情况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
（8）企业最新发展动态分析
7.4.7 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业生产能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营情况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.8 金冠（中国）食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业综合信息情况
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营情况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.9 福建雅客食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营情况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
7.4.10 合肥华泰集团股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业综合信息情况
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营情况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
7.4.11 天喔食品（集团）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析
（2）企业组织结构
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营情况分析
1）产销能力分析
2）盈利能力分析
3）运营能力分析
4）偿债能力分析
5）发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.12 招远必泰食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构分析
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营情况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业经营状况优劣势分析
7.4.13 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业生产能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.14 福建东方食品集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业生产能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（6）企业经营状况优劣势分析
7.4.15 江西煌上煌集团食品股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构分析
（3）公司研发支出情况
（4）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析

图表目录

图表1：休闲食品从产品属性分类
图表2：2013-2018年休闲食品行业销售收入及占GDP比重（单位：亿元，%）
图表3：中国休闲食品行业所处发展阶段
图表4：中国休闲食品行业市场特征
图表5：2013-2018年休闲食品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
图表6：2013-2018年中国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）
图表7：2013-2018年中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）
图表8：2013-2018年中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表9：2013-2018年中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）
图表10：2013-2018年休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表11：2013-2018年休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表12：2014-2018年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表13：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表14：2014-2018年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表15：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）
图表16：2013-2018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17：2013-2018年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18：2014-2018年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表19：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）
图表20：2014-2018年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表21：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）
图表22：2013-2018年全国休闲食品行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表23：2014-2018年中国休闲食品行业进出口状况表（单位：万美元）
图表24：2014-2018年中国休闲食品行业进出口图（单位：亿元）
图表25：2018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26：2018年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）
图表27：2018年中国休闲食品行业出口产品（单位：吨，万美元）
图表28：2018年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）
图表29：2018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30：2018年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）
图表31：2018年中国休闲食品行业进口产品（单位：吨，万美元）
图表32：2018年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）
图表33：2013-2018年世界经济增长情况及预测（单位：%）
图表34：2013-2018年我国GDP及增速（单位：亿元，%）
图表35：2013-2018年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：亿元）
图表36：2015-2018年我国社会消费品零售总额分月增长情况（单位：%）
图表37：2013-2018年我国城镇居民人均可支配收入（单位：元）
图表38：2013-2018年我国农村居民人均纯收入（单位：元）
图表39：2013-2018年中国GDP情况以及休闲食品产值增长情况（单位：%）
图表40：2013-2018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41：中国休闲食品行业相关政策
图表42：中国休闲食品行业发展规划
图表43：中国休闲食品贸易环境发展趋势
图表44：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况（单位：%）
图表45：中国休闲食品消费趋势分析
图表46：2013-2018年中国烘焙食品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
图表47：2013-2018年中国烘焙食品行业盈利能力分析（单位：%）
图表48：2013-2018年中国烘焙食品行业运营能力分析（单位：次）
图表49：2013-2018年中国烘焙食品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表50：2013-2018年中国烘焙食品行业发展能力分析（单位：%）
图表51：膨化食品品牌渗透率男女差别（单位：%）
图表52：膨化食品品牌渗透率婚姻状况差别（单位：%）
图表53：2013-2018年中国饼干产量走势图（单位：万吨）

图表54：2013-2018年我国饼干销售收入变化情况（单位：亿元，%）
图表55：2013-2018年饼干产品行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
图表56：2013-2018年中国饼干产品行业盈利能力分析（单位：%）
图表57：2013-2018年中国饼干产品行业运营能力分析（单位：次）
图表58：2013-2018年中国饼干产品行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表59：2013-2018年中国饼干产品行业发展能力分析（单位：%）
图表60：中国糕点产品市场发展特点分析
图表61：Bread Talk商业模式分析
图表62：2013-2018年我国糖果市场规模及增长速度（单位：亿元，%）
图表63：国内主要糖果品牌及产品种类
图表64：2013-2018年糖果行业经营效益分析（单位：家，万元，%）
图表65：2013-2018年中国糖果行业盈利能力分析（单位：%）
图表66：2013-2018年中国糖果行业运营能力分析（单位：次）
图表67：2013-2018年中国糖果行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表68：2013-2018年中国糖果行业发展能力分析（单位：%）
图表69：2013-2018年中国明胶行业市场规模（单位：吨）
图表70：2013-2018年中国糖果产量及同比增长情况（单位：万吨，%）
图表71：2018年开心果批发价格（单位：元）
图表72：我国瓜子产品品牌提名率（单位：%）
图表73：我国瓜子产品种类消费率（单位：%）
图表74：消费者最喜欢的瓜子口味占比（单位：%）
图表75：消费者购买瓜子主要关注的因素分析（单位：%）
图表76：2013-2018年我国花生种植面积（单位：千公顷）
图表77：2013-2018年我国花生产量（单位：万吨）
图表78：2013-2018年我国花生主产区产量（单位：千吨）
图表79：2013-2018年我国花生单产（单位：千克/公顷）
图表80：2018年我国花生仁价格走势图（单位：元/吨）
图表81：2013-2018年我国核桃产量（单位：吨）
图表82：2018年我国核桃价格走势（单位：元/斤）
图表83：2013-2018年我国开心果产量及增长情况（单位：万吨，%）
图表84：2013-2018年我国开心果需求量及增长情况（单位：万吨，%）
图表85：消费者喜欢干果口味分析（单位：%）
图表86：消费者喜欢干果包装分析（单位：%）
图表87：消费者购买干果关注的主要因素分析（单位：%）
图表88：干果产品满足消费者哪方面需求分析（单位：%）
图表89：主要果冻产品品牌市场占有份额分析（单位：%）
图表90：2013-2018年我国苹果产量及变化趋势图（单位：万吨、%）
图表91：2013-2018年我国苹果各月出口金额（单位：万美元，吨）
图表92：2013-2018年各月苹果出口平均单价走势（单位：美元/吨）
图表93：2018年我国苹果出口分洲出口金额（吨）
图表94：2018年我国苹果出口分洲数量（万美元）
图表95：2013-2018年制糖行业经营效益分析（单位：家，万元）
图表96：2013-2018年中国制糖行业盈利能力分析（单位：%）
图表97：2013-2018年中国制糖行业运营能力分析（单位：次）
图表98：2013-2018年中国制糖行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表99：2013-2018年中国制糖行业发展能力分析（单位：%）
图表100：2013-2018年包装行业经营效益分析（单位：家，万元）
图表101：2013-2018年中国包装行业盈利能力分析（单位：%）
图表102：2013-2018年中国包装行业运营能力分析（单位：次）
图表103：2013-2018年中国包装行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表104：2013-2018年中国包装行业发展能力分析（单位：%）
图表105：消费者是否能记住果脯蜜饯产品的品牌（单位：%）
图表106：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107：消费者经常吃的果脯蜜饯产品类别占比（单位：%）
图表108：消费者认为每袋果脯蜜饯产品的适宜价格占比（单位：%）
图表109：消费者平均每月用于果脯蜜饯产品支出占比（单位：%）
图表110：消费者哪个季节吃果脯蜜饯产品的数量最多（单位：%）
图表111：2013-2018年中国肉类总产量及年增长率（单位：万吨，%）
图表112：湖南熟食产品市场特点分析

图表113：内蒙风干牛肉干产品市场存在的问题分析
图表114：北京熟食市场主要消费产品分析（单位：%）
图表115：北京熟食市场消费者消费原因分析（单位：%）
图表116：北京熟食市场消费者消费频率分析（单位：%）
图表117：北京熟食市场消费者购买价位分析（单位：%）
图表118：北京市熟食市场产品消费季节（单位：%）
图表119：外资休闲食品品牌及旗下主要产品
图表120：2018年中国焙烤食品行业前十家企业资产份额分布（单位：亿元，%）
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

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！