

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) 果脯蜜饯市场面临的问题
 - 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
- 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
- 7.4.14 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
- 7.4.15 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 (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率分析 (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!