

2025-2030年中国休闲食品行业消费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 中国休闲食品行业相关概述**

- 1.1.1 休闲食品行业的概念界定
- 1.1.2 休闲食品行业的产品分类
- 1.1.3 本报告统计口径及研究范围说明
 - (1) 行业范围
 - (2) 统计口径说明
 - (3) 数据来源说明

1.2 中国休闲食品行业发展环境分析

- 1.2.1 行业政策环境分析
 - (1) 行业市场监管体制
 - (2) 行业相关标准汇总
 - (3) 行业相关法律法规政策汇总
 - (4) 行业相关发展规划
 - (5) 政策环境对行业发展影响
- 1.2.2 行业经济环境分析
 - (1) 宏观经济现状分析
 - (2) 中国GDP与休闲食品行业关联性分析
- 1.2.3 行业社会环境分析
 - (1) 中国社会消费品零售总额情况
 - (2) 居民可支配收入和消费结构情况
 - (3) 社会环境对行业发展影响
- 1.2.4 行业贸易环境分析
 - (1) 行业贸易环境现状
 - (2) 行业贸易环境趋势
- 1.2.5 行业消费环境分析
 - (1) 休闲食品产品关注指数
 - (2) 休闲食品相关关注内容
 - (3) 休闲食品消费群体分析
 - (4) 休闲食品消费价格分析
 - (5) 休闲食品消费趋势分析

第2章：全球休闲食品行业发展分析**2.1 全球休闲食品行业发展概述**

- 2.1.1 全球休闲食品行业发展历程
- 2.1.2 全球休闲食品行业发展概况

2.2 全球休闲食品行业市场现状分析

- 2.2.1 全球休闲食品行业市场特征
- 2.2.2 全球休闲食品行业市场规模
 - (1) 全球休闲食品市场规模
 - (2) 全球烘焙行业市场规模
 - (3) 全球坚果行业市场规模
 - (4) 全球咸味零食行业市场规模
- 2.2.3 全球休闲食品行业竞争格局
 - (1) 全球休闲食品行业竞争格局区域及品牌分布
 - (2) 全球烘焙食品行业竞争格局
 - (3) 全球糖果食品行业竞争格局
 - (4) 全球咸味零食行业竞争格局

2.3 全球标杆休闲食品企业发展情况

- 2.3.1 日本卡乐比株式会社
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业休闲食品产品分析
 - (4) 企业休闲食品营销渠道分析
 - (5) 企业发展规划动态
 - 2.3.2 美国康尼格拉公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品分析
 - (4) 企业休闲食品营销渠道分析
 - (5) 企业发展规划分析
 - 2.3.3 意大利费列罗集团
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品分析
 - (4) 企业休闲食品营销渠道分析
 - (5) 企业发展规划分析
 - 2.3.4 美国卡夫亨氏公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品分析
 - (4) 企业休闲食品营销渠道分析
 - (5) 企业发展规划分析
 - 2.3.5 瑞士雀巢公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品分析
 - (4) 企业发展规划分析
 - 2.4 全球休闲食品行业发展预测分析
 - 2.4.1 品牌国际化趋势
 - 2.4.2 全产业链布局
 - 2.4.3 企业并购或业务收购，资本运作加速
- 第3章：中国休闲食品行业发展分析**
- 3.1 中国休闲食品行业发展概述
 - 3.1.1 中国休闲食品行业发展历程
 - 3.1.2 中国休闲食品行业发展概况
 - 3.2 中国休闲食品行业市场情况分析
 - 3.2.1 休闲食品市场供给分析
 - (1) 休闲食品行业主要品牌图谱
 - (2) 休闲食品行业厂商分布地图
 - (3) 休闲食品行业特产分布地图
 - (4) 休闲食品行业产值情况
 - 3.2.2 休闲食品市场需求分析
 - (1) 行业整体市场规模
 - (2) 细分产品结构分析
 - 3.2.3 休闲食品行业供需平衡分析
 - 3.2.4 休闲食品产品价格分析
 - (1) 消费额价格区间分布
 - (2) 休闲食品价格分布
 - 3.3 中国休闲食品行业进出口分析
 - 3.3.1 休闲食品行业出口市场分析
 - (1) 休闲食品行业出口金额分析
 - (2) 休闲食品行业出口数量分析
 - (3) 休闲食品行业出口结构分析
 - 3.3.2 休闲食品行业进口市场分析
 - (1) 休闲食品行业进口金额分析
 - (2) 休闲食品行业进口数量分析
 - (3) 休闲食品行业进口结构分析
 - 3.3.3 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
 - (2) 休闲食品行业出口建议分析

- (3) 休闲食品行业进口前景
- (4) 休闲食品行业进口建议分析

3.4 中国休闲食品行业竞争格局分析

- 3.4.1 休闲食品行业竞争格局
- 3.4.2 休闲食品行业竞争状态分析
 - (1) 休闲食品行业现有竞争者分析
 - (2) 休闲食品行业潜在进入者分析
 - (3) 休闲食品行业替代品威胁分析
 - (4) 休闲食品行业供应商议价能力
 - (5) 休闲食品行业购买者议价能力
 - (6) 休闲食品行业竞争情况总结

3.5 中国休闲食品行业痛点分析

第4章：中国休闲食品细分市场发展分析

4.1 中国膨化食品市场发展分析

- 4.1.1 膨化食品行业相关概述
 - (1) 膨化食品行业概念
 - (2) 膨化食品产品分类
- 4.1.2 膨化食品消费环境分析
 - (1) 膨化食品品牌指数分析
 - (2) 膨化食品消费趋势分析
- 4.1.3 膨化食品市场现状分析
 - (1) 膨化食品市场规模
 - (2) 膨化食品产品价格走势
- 4.1.4 膨化食品竞争格局分析
- 4.1.5 膨化食品行业发展预测

4.2 中国烘焙糕点市场发展分析

- 4.2.1 烘焙糕点行业相关概述
 - (1) 烘焙糕点行业概念
 - (2) 烘焙糕点产品分类
- 4.2.2 烘焙糕点消费环境分析
 - (1) 烘焙糕点品牌指数分析
 - (2) 烘焙糕点消费趋势分析
- 4.2.3 烘焙糕点市场现状分析
 - (1) 烘焙糕点市场规模
 - (2) 烘焙糕点产品价格走势
- 4.2.4 烘焙糕点竞争格局分析
- 4.2.5 烘焙糕点行业发展预测
 - (1) 焙烤食品行业发展趋势
 - (2) 焙烤食品行业前景预测

4.3 中国饼干产品市场发展分析

- 4.3.1 饼干产品行业相关概述
 - (1) 饼干产品行业概念
 - (2) 饼干产品分类
- 4.3.2 饼干产品消费环境分析
 - (1) 饼干产品品牌指数分析
 - (2) 饼干产品消费趋势分析
- 4.3.3 饼干产品市场现状分析
 - (1) 饼干产品市场规模
 - (2) 饼干产品消费量
 - (3) 饼干产品价格走势
- 4.3.4 饼干产品竞争格局分析
- 4.3.5 饼干产品行业发展预测

4.4 中国糖果巧克力市场发展分析

- 4.4.1 糖果巧克力行业相关概述
 - (1) 糖果巧克力行业概念
 - (2) 糖果巧克力产品分类
- 4.4.2 糖果巧克力消费环境分析
 - (1) 糖果巧克力品牌指数分析
 - (2) 糖果巧克力消费趋势分析

- 4.4.3 糖果巧克力市场现状分析
 - (1) 糖果巧克力市场规模
 - (2) 糖果巧克力产品价格走势
- 4.4.4 糖果巧克力竞争格局分析
- 4.4.5 糖果巧克力行业发展预测

4.5 中国坚果炒货市场发展分析

- 4.5.1 坚果炒货行业相关概述
 - (1) 坚果炒货行业概念
 - (2) 坚果炒货产品分类
- 4.5.2 坚果炒货消费环境分析
 - (1) 坚果炒货品牌指数分析
 - (2) 坚果炒货消费趋势分析
- 4.5.3 坚果炒货市场现状分析
 - (1) 坚果炒货市场规模
 - (2) 坚果炒货产品价格走势
- 4.5.4 坚果炒货竞争格局分析
- 4.5.5 坚果炒货行业发展预测

4.6 中国休闲卤制品市场发展分析

- 4.6.1 休闲卤制品行业相关概述
 - (1) 休闲卤制品行业概念
 - (2) 休闲卤制品产品分类
- 4.6.2 休闲卤制品消费环境分析
- 4.6.3 休闲卤制品市场现状分析
 - (1) 休闲卤制品市场规模
 - (2) 休闲卤制品产品价格走势
- 4.6.4 休闲卤制品竞争格局分析
- 4.6.5 休闲卤制品行业发展预测

第5章：中国休闲食品产业链分析

5.1 中国休闲食品产业链

5.2 中国休闲食品产业链上游分析

- 5.2.1 畜牧养殖业市场运行情况分析
 - (1) 畜牧业产值情况
 - (2) 肉类产品供应情况
 - (3) 肉类产品价格走势分析
- 5.2.2 水果业市场运行情况分析
 - (1) 水果业供给情况
 - (2) 水果业需求情况
 - (3) 水果产品价格走势分析
- 5.2.3 制糖业市场运行情况分析
 - (1) 白糖市场供给情况
 - (2) 白糖市场需求情况
 - (3) 白糖价格走势分析
- 5.2.4 上游行业对休闲食品市场影响分析

第6章：中国休闲产品行业营销策略分析

6.1 中国休闲产品行业线下销售渠道策略分析

- 6.1.1 线下销售渠道概述
- 6.1.2 传统分销渠道分析
 - (1) 渠道特性分析
 - (2) 渠道优劣势分析
 - (3) 渠道经营策略分析
- 6.1.3 连锁直营渠道分析
 - (1) 渠道特性分析
 - (2) 渠道优劣势分析
 - (3) 渠道经营策略分析

6.2 中国休闲食品行业电子商务渠道分析

- 6.2.1 电商渠道销售概述
- 6.2.2 电商销售渠道分析
 - (1) 渠道特性分析
 - (2) 渠道优劣势分析

- (3) 渠道经营策略分析
- 6.3 中国休闲食品行业产品策略分析**
 - 6.3.1 行业产品策略分析
 - 6.3.2 行业典型产品案例分析
 - (1) 三只松鼠的产品组合策略
 - (2) 三只松鼠的产品创新策略
 - (3) 三只松鼠的产品IP衍生策略
- 6.4 中国休闲食品行业定价策略分析**
 - 6.4.1 行业定价策略分析
 - 6.4.2 行业典型定价案例分析
- 6.5 中国休闲食品行业促销策略分析**
 - 6.5.1 行业促销策略分析
 - 6.5.2 行业典型促销案例分析
 - (1) 广告宣传策略
 - (2) 活动促销策略
 - (3) 构建形式灵活多样, 内容丰富多彩的促销系统
- 6.6 中国休闲食品行业营销策略趋势**
 - 6.6.1 品牌战略
 - 6.6.2 渠道模式创新
 - 6.6.3 多方整合推广策略
- 第7章：中国休闲食品行业主要企业生产经营分析**
 - 7.1 中国休闲食品行业企业整体概览**
 - 7.2 中国休闲食品行业膨化食品重点企业经营分析**
 - 7.2.1 中国旺旺控股有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品结构
 - (4) 企业销售渠道与网络分析
 - (5) 企业休闲食品营销模式分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - (7) 企业发展规划动向分析
 - 7.2.2 上好佳(中国)有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品结构
 - (4) 企业销售渠道与网络分析
 - (5) 企业休闲食品营销模式分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - (7) 企业发展规划动向分析
 - 7.2.3 百事食品(中国)有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品结构
 - (4) 企业销售渠道与网络分析
 - (5) 企业休闲食品营销模式分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - (7) 企业发展规划动向分析
 - 7.3 中国休闲食品行业烘焙糕点重点企业经营分析**
 - 7.3.1 福建达利食品集团有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业休闲食品产品结构
 - (4) 企业销售渠道与网络分析
 - (5) 企业休闲食品营销模式分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - (7) 企业发展规划动向分析
 - 7.3.2 好丽友食品有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.3.3 桃李面包股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.4 中国休闲食品行业饼干产品重点企业经营分析

7.4.1 亿滋食品（北京）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.4.2 东莞徐记食品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.5 中国休闲食品行业糖果巧克力重点企业经营分析

7.5.1 玛氏食品（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.5.2 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.6 中国休闲食品行业坚果炒货重点企业经营分析

7.6.1 洽洽食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.6.2 三只松鼠股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.6.3 盐津铺子食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.6.4 良品铺子股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.6.5 上海来伊份股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.6.6 好想你健康食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.7 中国休闲食品行业休闲卤制品重点企业经营分析

7.7.1 绝味食品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.7.2 周黑鸭国际控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

7.7.3 江西煌上煌集团食品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业休闲食品产品结构
- (4) 企业销售渠道与网络分析

- (5) 企业休闲食品营销模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展规划动向分析

第8章：中国休闲食品行业发展前景与投资规划

8.1 中国休闲食品行业发展前景预测

- 8.1.1 中国休闲食品行业生命周期分析
- 8.1.2 中国休闲食品行业市场规模预测
- 8.1.3 中国休闲食品行业发展趋势预测
 - (1) 行业整体趋势预测
 - (2) 竞争格局趋势预测

8.2 中国休闲食品行业投资特性分析

- 8.2.1 行业投资现状分析
- 8.2.2 行业投资风险分析
 - (1) 行业标准风险
 - (2) 市场风险
 - (3) 原料风险
 - (4) 竞争风险
 - (5) 技术风险
 - (6) 宏观经济风险
- 8.2.3 行业投资壁垒分析
 - (1) 品牌壁垒
 - (2) 规模化经营壁垒
 - (3) 技术壁垒

8.3 中国休闲食品行业投资价值分析

- 8.3.1 行业投资价值分析
 - (1) 长期投资价值
 - (2) 短期投资获利
- 8.3.2 行业投资机会分析
 - (1) 产业链投资机会分析
 - (2) 重点区域投资机会分析
- 8.3.3 休闲食品电子商务投资机遇

8.4 中国休闲食品行业投资发展建议

图表目录

- 图表1：休闲食品从产品属性分类
- 图表2：主要数据来源
- 图表3：休闲食品行业市场监管部门
- 图表4：休闲食品行业国家市场监督管理总局总局机关
- 图表5：休闲食品行业相关标准汇总
- 图表6：休闲食品行业相关政策汇总
- 图表7：休闲食品行业相关发展规划
- 图表8：2015-2024年中国国内生产总值及增长走势（单位：万亿元，%）
- 图表9：2012-2024年全国规模以上工业增加值同比增速（单位：%）
- 图表10：2024年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）
- 图表11：2019-2024年中国GDP与休闲食品行业的关联性分析（单位：%）
- 图表12：2015-2024年全国消费品零售额情况（单位：亿元，%）
- 图表13：2018-2024年中国居民可支配收入情况及增速（单位：元，%）
- 图表14：2013-2024年中国居民消费结构情况（单位：元）
- 图表15：2018-2024年中国居民消费结构占比（单位：%）
- 图表16：2024年我国海关进出口贸易政策分析
- 图表17：技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响
- 图表18：2020-2024年我国汇率波动变化走势图
- 图表19：2024年中国休闲食品行业产品品牌关注度排行
- 图表20：2024年消费者购买休闲食品的关注因素（单位：%）
- 图表21：消费者购买休闲食品的消费动机（单位：%）

- 图表22: 2024年中国休闲食品市场消费者年龄分布 (单位: %)
- 图表23: 中国休闲食品市场消费者性别分布 (单位: %)
- 图表24: 2024年中国休闲食品市场消费者职业渠道分布 (单位: %)
- 图表25: 2019-2024年中国休闲食品行业全网销量及销售均价 (单位: 元/件, 件)
- 图表26: 中国休闲食品消费新趋势
- 图表27: 全球休闲食品行业龙头企业发展历程及模式
- 图表28: 全球休闲食品行业龙头企业全产业链布局现状
- 图表29: 2020-2024年全球休闲食品行业市场规模变化趋势 (单位: %)
- 图表30: 2020-2024年全球烘焙行业市场规模 (单位: 亿元)
- 图表31: 全球及主要国家地区人均烘焙食品消费量 (单位: kg)
- 图表32: 2012-2024年全球坚果行业市场规模及变化趋势 (单位: 亿美元, %)
- 图表33: 2019-2024年全球咸味零食行业市场规模及变化趋势 (单位: 亿美元, %)
- 图表34: 2024年全球休闲食品市场规模区域分布图
- 图表35: 2024年全球休闲食品行业主要重点企业
- 图表36: 2024年全球休闲食品行业主要国家的行业集中度CR5 (单位: %)
- 图表37: 2024年全球糖果行业主要国家的行业集中度CR5 (单位: %)
- 图表38: 2024年全球咸味零食行业主要国家的行业集中度CR5 (单位: %)
- 图表39: 日本卡乐比株式会社发展历程
- 图表40: 日本卡乐比株式会社经营情况 (单位: 亿日元, %)
- 图表41: 日本卡乐比株式会社休闲产品推出历程
- 图表42: 日本卡乐比株式会社休闲产品分析
- 图表43: 2018财年日本卡乐比株式会社休闲产品结构分析 (单位: %)
- 图表44: 日本卡乐比株式会社休闲食品直营店分布
- 图表45: 2019-2024年美国康尼格拉公司主要经济指标分析 (单位: 亿美元)
- 图表46: 2020-2024年美国康尼格拉公司发展能力分析 (单位: %)
- 图表47: 2019-2024年美国康尼格拉公司休闲食品销售收入及占比 (单位: 亿美元, %)
- 图表48: 2019-2024年美国康尼格拉公司休闲食品销售收入变化趋势 (单位: %)
- 图表49: 2018-2024年意大利费列罗集团营业收入规模 (单位: 亿欧元)
- 图表50: 2017-2024年美国卡夫亨氏公司休闲食品销售收入及利润规模 (单位: 百万美元)
- 图表51: 2018-2024年美国卡夫亨氏公司休闲食品销售收入变化趋势 (单位: %)
- 图表52: 美国卡夫亨氏公司休闲食品系列
- 图表53: 2020-2024年瑞士雀巢公司营业收入与净利润规模 (单位: 亿瑞士法郎)
- 图表54: 瑞士雀巢公司休闲食品系列
- 图表55: 中国休闲食品行业发展历程
- 图表56: 休闲食品行业主要品牌
- 图表57: 休闲食品厂商地图
- 图表58: 休闲食品地区特色分布
- 图表59: 2009-2024年中国休闲食品行业产值情况 (单位: 亿元)
- 图表60: 2018-2024年中国休闲食品市场规模 (单位: 亿元)
- 图表61: 2024年中国休闲食品细分产品零售结构 (单位: %)
- 图表62: 2020-2024年中国休闲食品消费额价格区间分布 (单位: %)
- 图表63: 2020-2024年中国休闲食品整体价格分布 (单位: 元)
- 图表64: 2020-2024年休闲食品行业产品出口额走势图 (单位: 万美元, %)
- 图表65: 2020-2024年休闲食品行业产品出口数量走势图 (单位: 万吨, %)
- 图表66: 2024年休闲食品行业产品出口结构 (单位: 千克, 万美元)
- 图表67: 2024年休闲食品行业产品出口结构 (单位: 万吨, 亿美元, %)
- 图表68: 2020-2024年休闲食品行业产品进口金额走势图 (单位: 万美元, %)
- 图表69: 2020-2024年休闲食品行业产品进口数量走势图 (单位: 个, %)
- 图表70: 2024年休闲食品行业产品进口结构 (单位: 千克, 万美元)
- 图表71: 2024年休闲食品行业产品进口结构 (单位: %)
- 图表72: 休闲食品行业出口不利因素分析
- 图表73: 休闲食品行业出口有利因素分析
- 图表74: 2025-2030年我国休闲食品行业产品出口规模预测 (单位: 万美元)
- 图表75: 2025-2030年我国休闲食品行业产品进口规模预测 (单位: 万美元)
- 图表76: 休闲食品行业主要品牌图谱
- 图表77: 2024年休闲食品行业具体子行业竞争格局 (单位: 亿元, %)
- 图表78: 国内休闲食品行业现有竞争者分析
- 图表79: 国内休闲食品行业潜在进入者分析
- 图表80: 国内休闲食品行业替代品威胁分析

图表81: 国内休闲食品行业供应商议价能力分析
图表82: 国内休闲食品行业购买者议价能力分析
图表83: 国内休闲食品行业五力分析结论
图表84: 中国休闲食品行业痛点分析
图表85: 2024年中国膨化食品品牌力指数排行榜
图表86: 2024年中国膨化食品品牌力指数排行榜
图表87: 2016-2024年中国膨化食品行业的市场规模及增长趋势（单位：亿元，%）
图表88: 2020-2024年中国单季度主要休闲食品成交均价（膨化食品，单位：元）
图表89: 2024年中国膨化食品行业的企业市占率（单位：%）
图表90: 2025-2030年中国膨化食品行业市场规模预测（单位：亿元）
图表91: 2024年中国烘焙糕点品牌力指数排行榜
图表92: 中国烘焙糕点产品短保化趋势
图表93: 2019-2024年焙烤食品行业市场规模（单位：亿元）
图表94: 2020-2024年中国单季度主要休闲食品成交均价（烘焙糕点，单位：元）
图表95: 2024年中国烘焙食品行业的企业市占率（单位：%）
图表96: 焙烤食品行业发展趋势分析
图表97: 2025-2030年中国烘焙食品行业市场规模预测（单位：亿元）
图表98: 饼干产品分类
图表99: 2024年中国饼干品牌力指数排行榜
图表100: 2019-2024年中国饼干行业市场规模及变化趋势（单位：亿元，%）
图表101: 2019-2024年中国饼干行业消费量（单位：万吨）
图表102: 2020-2024年中国单季度主要休闲食品成交均价（饼干产品，单位：元）
图表103: 2024年中国饼干行业的企业市占率（单位：%）
图表104: 2025-2030年中国饼干行业消费量预测（单位：万吨）
图表105: 国内主要糖果品牌及产品种类
图表106: 2024年中国巧克力品牌力指数排行榜
图表107: 2024年中国口香糖品牌力指数排行榜
图表108: 2024年中国润喉糖品牌力指数排行榜
图表109: 2014-2024年糖果巧克力食品行业市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表110: 2020-2024年中国单季度主要休闲食品成交均价（糖果食品，单位：元）
图表111: 2024年中国糖果食品行业的企业市占率（单位：%）
图表112: 2025-2030年中国糖果食品行业市场规模预测（单位：亿元）
图表113: 国内主要糖果品牌及产品种类
图表114: 2024年中国坚果炒货品牌力指数排行榜
图表115: 消费者对中国坚果炒货的消费认可度
图表116: 2019-2024年消费者对三只松鼠的用户消费频次结构
图表117: 2016-2024年坚果炒货食品行业市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表118: 2024年坚果炒货食品单价（单位：元）
图表119: 2024年坚果行业市场占有率结构分布（单位：%）
图表120: 2025-2030年坚果炒货行业市场规模预测（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！