



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年休闲食品（零食） 市场供需预测与投资战略研究报 告

一、调研说明

《2012-2016年休闲食品（零食）市场供需预测与投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/206448.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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。

二、摘要、目录、图表

休闲食品其实也是快速消费品的一类，是在人们闲暇、休息时所吃的食品。最贴切的解释是吃得玩的食品。主要分类有：干果，膨化食品，糖果，肉制食品等。随着生活水平的提高，休闲食品一直是深受广大人民群众喜爱的食品。走进超市，就会看到薯片、薯条、虾条、雪饼、果脯、话梅、花生、松子、杏仁、开心果、鱼片、肉干、五香炸肉等休闲食品。休闲食品正在逐渐升格成为百姓日常的必需消费品，随着经济的发展和消费水平的提高，消费者对于休闲食品数量和品质的需求不断增长。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年休闲食品（零食）市场供需预测与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了世界休闲食品行业整体运营状况、中国休闲食品行业市场发展环境等，接着分析了中国休闲食品行业市场运行的现状，然后介绍了中国休闲食品市场竞争格局。随后，报告对中国休闲食品做了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。您若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。

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家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。

目录

第一章 世界休闲食品行业整体运营状况分析 1

第一节 2011年世界休闲食品行业市场发展格局 1

一、世界休闲食品市场特征分析 1

二、世界主要休闲食品品牌综述 2

三、世界休闲食品市场动态分析 2

四、国际糖果及休闲食品展亮点解析 4

五、加拿大召回某些韩国产休闲食品 6

第二节 2011年世界休闲食品品牌主要国家运行分析 7

一、美国 7

二、日本 8

三、欧洲焙烤食品市场状况 8

第三节 2012-2016年世界休闲食品行业发展趋势分析 11

第二章 中国休闲食品行业市场发展环境分析 13

第一节 国内休闲食品经济环境分析 13

一、GDP历史变动轨迹分析 13

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 21

三、2012年中国休闲食品经济发展预测分析 23

第二节 中国休闲食品行业政策环境分析 26

第三章 中国休闲食品行业市场运行态势分析 29

第一节 2011年中国休闲食品市场动态分析 29

一、首届中国国际休闲食品展聚焦 29

二、300种台湾休闲食品沪上受欢迎 30

三、打造四川休闲食品生产基地 崇州签下近20亿订单 30

四、百比佳进口休闲食品行业发展新地标 32

五、国际巨头发力中国爆米花市场 32

第二节 2011年中国休闲食品市场现状综述 34

一、我国休闲食品市场容量 34

二、将"创新"糖果及休闲食品工艺进行到底 35

三、创新成就休闲食品业"领军者" 36

四、休闲食品:四面"涨"声中的市场突围之路 37

五、休闲食品行业布局自建终端 顶尖企业谋扩张 40

六、休闲食品异军突起 QQ果冻冰淇淋独领风骚 42

七、海洋食品:休闲食品新一极 43

第三节 2011年中国休闲食品业存在的问题分析 46

一、跌入多品系漩涡 46

二、品牌分辨模糊 47

三、通路建设粗放 47

四、产品不能与时俱进 48

第四章 中国休闲食品品牌生存状况分析 49

第一节 品牌格局特征 49

- 一、外资品牌居于绝对的品牌优势 49
- 二、相对细分的市场国内品牌表现可圈可点 49
- 三、二三线品牌创新是其唯一突破口 50
- 四、品牌文化渗透力不强 50

第二节 品牌发展战略 50

- 一、重视产品的研发倡导创新理念 50
- 二、重视体验式营销和文化营销 51
- 三、以产品品牌带动企业品牌形象 51
- 四、社会责任感 52

第五章 中国休闲食品细分市场运营状况分析 53

第一节 休闲豆制品 53

- 一、休闲豆制食品相关概述 53
- 二、休闲豆干产区集中分析 54
- 三、休闲豆制品生产企业存在突出的问题 54
 - 1、落后的生产技术、管理水平制约休闲豆干业的发展 54
 - 2、规模化、机械化程度较低制约豆干企业发展 55
- 四、未来休闲豆制品的发展趋势 55

第二节 膨化食品 58

- 一、膨化食品相关要简介 58
- 二、薯类膨化食品产销分析 59
- 三、膨化食品已进入完全竞争阶段 59
- 四、未来中国膨化食品发展战略分析 59

第三节 焙烤食品 60

- 一、中国烘焙食品市场特征分析 60
- 二、焙烤食品糖制品行业较快增长 62
- 三、焙烤食品进出口数据分析 62
- 四、中国焙烤食品品牌地位日益加强 62

第四节 其它热点产品 62

- 一、果冻 62
- 二、干果、坚果 63

第六章 中国休闲食品市场销售运行态势分析 64

第一节 2011年中国休闲食品市场营销现状 64

一、休闲食品市场渠道点评 64

二、休闲食品市场营销要诀 65

第二节 休闲食品专卖店研究 76

一、重点专卖店介绍： 76

二、专卖店的特点： 79

三、专卖店崛起原因分析 79

四、对厂家和经销商的意义 80

第三节 洽洽开心果市场营销案例解析 81

一、强调健康突出个性 洽洽开心果主打"放心"牌 81

二、网络营销先人一步 "掘金"年轻市场初战告捷 81

第七章 中国休闲食品业发展战略分析 83

第一节 休闲食品——口味 83

一、口味多样化、系列化 83

二、区域性口味改良 83

三、复合性口味增加 84

第二节 休闲食品——细分 84

一、消费者多重细分 84

二、品类多次细分 84

第三节 休闲食品——品牌个性化 85

一、彰显个性，抢占消费者心智 85

二、多种手法塑造个性品牌 85

第四节 休闲食品——多渠道广泛覆盖 86

一、广泛性分销，多渠道销售 86

二、强化渠道掌控，注重终端陈列 86

第五节 休闲食品——娱乐化整合传播 87

一、明星策略，引领风潮 87

二、线上线下协同操作，整合推广 87

第八章 中国休闲食品市场消费调研分析 88

第一节 受访者基本情况调查分析 89

一、性别占比 89

二、年龄分布 89

三、从事职业情况调查分析 90

四、受访者区域分布 90

第二节 休闲食品消费者消费行为调查分析 91

一、消费者普遍喜欢的休闲食品类别占比 91

二、消费者能接受的单件休闲食品的价格 91

三、消费者对休闲食品广告关注度调查分析 92

四、消费者购买休闲食品的渠道调查分析 92

五、您家的休闲食品主要是谁消费 93

六、男性消费者喜欢的休闲食品类别占比 93

第三节 影响消费者购买新上市休闲食品的因素调查分析 94

第九章 中国休闲食品市场竞争格局分析 95

第一节 2011年中国休闲食品行业竞争现状 95

一、年货市场上演"休闲食品"战 95

二、渠道价格战挑战供应商承受极限 95

三、华南休闲食品竞争升级 97

四、休闲礼包掀起价格战 98

第二节 2011年中国休闲食品重点品牌企业分析 99

一、丰丰休闲食品抢滩全国 99

二、休闲食品业群雄逐鹿 洽洽开心果异军突起 100

三、休闲食品上好佳将在四川崇州建生产基地 101

第三节 2011年世界顶尖休闲食品品牌入驻成都 101

一、星巴克—同城一周开两店 101

二、BREAD TALK将建西部中央工厂 102

三、哈根达斯—覆盖西部市场的基地 103

四、法国皇室巧克力成都浪漫之旅 104

第四节 2012-2016年中国休闲食品行业竞争趋势分析 108

第十章 世界品牌休闲食品企业营运状况分析 109

第一节 品客 109

一、企业概况 109

二、企业产品在华市场销售情况分析 109

三、品牌竞争力分析 110

四、国际化战略发展战略 110

第二节 特脆星 110

一、企业概况 110

二、企业产品在华市场销售情况分析 111

三、品牌竞争力分析 111

四、国际化战略发展战略 111

第三节 白乐顺 112

一、企业概况 112

二、企业产品在华市场销售情况分析 112

三、品牌竞争力分析 112

四、国际化战略发展战略 112

第四节 妈咪 113

一、企业概况 113

二、企业产品在华市场销售情况分析 113

三、品牌竞争力分析 113

四、国际化战略发展战略 113

第十一章 中国休闲食品典型企业分析 115

第一节 百事食品(中国)有限公司 115

一、企业概况 115

二、企业主要经济指标分析 115

三、企业盈利能力分析 116

四、企业偿债能力分析 116

五、企业运营能力分析 117

六、企业成长能力分析 117

第二节 上好佳(中国)有限公司 117

一、企业概况 117

二、企业主要经济指标分析 119

三、企业盈利能力分析 120

四、企业偿债能力分析 120

五、企业运营能力分析 121

六、企业成长能力分析 121

第三节 福建雅客食品有限公司 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 122

三、企业盈利能力分析 122

四、企业偿债能力分析 123

五、企业运营能力分析 123

六、企业成长能力分析 123

第四节 上海天喔食品(集团)有限公司 124

一、企业概况 124

二、企业主要经济指标分析 125

三、企业盈利能力分析 125

四、企业偿债能力分析 126

五、企业运营能力分析 126

六、企业成长能力分析 126

第五节 江西旺旺食品有限公司 127

一、企业概况 127

二、企业主要经济指标分析 127

三、企业盈利能力分析 128

四、企业偿债能力分析 128

五、企业运营能力分析 129

六、企业成长能力分析 129

第六节 江西金冠食品有限公司 129

一、企业概况 129

二、企业主要经济指标分析 130

三、企业盈利能力分析 130

四、企业偿债能力分析 131

五、企业运营能力分析 131

六、企业成长能力分析 131

第七节 成都市新都区冠生园食品有限责任公司 132

一、企业概况 132

二、企业主要经济指标分析 132

三、企业盈利能力分析 133

四、企业偿债能力分析 133

五、企业运营能力分析 134

六、企业成长能力分析 134

第八节 苏州稻香村食品工业有限公司 135

一、企业概况 135

二、企业主要经济指标分析 135

三、企业盈利能力分析 136

四、企业偿债能力分析 136

五、企业运营能力分析 137

六、企业成长能力分析 137

第十二章 2012-2016年中国休闲食品行业发展趋势分析 138

第一节 2012-2016年中国休闲食品行业发展前景分析 138

一、休闲食品前景在于"健康" 138

二、麻辣休闲食品市场前景诱人 139

第二节 2012-2016年中国休闲食品行业发展趋势分析 139

一、休闲食品五大发展趋势 139

二、休闲食品品牌发展趋势 141

第三节 2012-2016年中国休闲食品行业市场预测分析 146

第四节 2012-2016年中国休闲食品市场盈利预测分析 147

第五节 中小食品企业产品迅速做大市场战略分析 147

一、大食品品牌的营销漏洞 147

二、中小食品企业的营销短板 148

三、中小食品企业产品的市场机会分析 148

第十三章 2012-2016年中国休闲食品行业投资前景分析 150

第一节 2011年中国休闲食品投资概况 150

一、中国休闲食品市场投资环境 150

二、中国休闲食品投资价值分析	152
三、中国休闲食品投资策略	152
第二节 2012-2016年中国休闲食品行业投资机会分析	154
一、休闲食品商机凸现	154
二、休闲食品产业投资热点分析	155
三、与休闲食品产业链相关的投资机会分析	155
第三节 2012-2016年中国休闲食品行业投资风险分析	156
一、宏观调控政策风险	156
二、市场竞争风险	156
三、市场运营机制风险	156

通过《2012-2016年休闲食品（零食）市场供需预测与投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/206448.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。