



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年休闲食品行业竞争 格局与投资策略研究报告

一、调研说明

《2012-2016年休闲食品行业竞争格局与投资策略研究报告》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/212119.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

2011年，我国休闲食品市场容量虽然已高达5000亿元以上，但人均消费量仅为28.6g，远低于发达国家每年人均消费3.2kg的水平。随着我国经济水平的提高及人们消费水平、购买能力的不断提高，休闲食品市场仍将会以15-20%以上的速度增长，仅仅休闲食品企业注册一项就已高达10多万家，这些数据无疑都昭示着我国休闲食品企业在未来具有巨大的发展潜力和生存空间。

我国休闲食品市场已呈现出由低端到高端的发展态势，国民消费能力的提升对高端需求的拉动效果十分明显，使高端休闲食品市场发展旺盛，中国本土高端消费群体也已开始浮出水面，也由此促成一批高端休闲食品品牌的诞生。消费高端化时代的到来，对各方面发展尚不成熟的休闲食品企业而言，不仅是一个巨大挑战，更是前所未有的发展机遇。从20世纪90年代开始，历经十多年，中国休闲食品市场发生了翻天覆地的变化。2011年随着中国市场的不断放宽，越来越多的国际休闲食品品牌进入中国市场，各类进口食品在中国一线城市蔚然成风，来自世界各国的品牌开始与中国休闲食品展开了竞争，这就促使中国休闲食品企业必须适应国际化的品牌竞争环境，改变目前这种小、散、乱的行业特点，培养一些具有国际竞争能力的企业，参与国际化的休闲食品竞争。这种国际化的竞争趋势，迫使中国休闲食品企业，必须适应国际化的生产标准和市场竞争，一方面要想方设法提高自身的生产标准和质量，另一方面要全力以赴地做好品牌经营，只有品牌化的经营才能让中国休闲食品在未来的市场竞争中，具有更好的发展空间和市场潜力。健康是休闲食品的发展趋势，新品开发将贴近生活习惯的休闲食品，差异化是企业发展的方向，品牌成为竞争关键，休闲食品行业的市场前景广阔的和发展潜力巨大。

随着休闲食品种类越来越丰富，休闲食品正在逐渐成为人们日常生活中的必备需求品，同时消费者对休闲食品的种类、品质、及营养的需求不断增长。在美国，食用休闲食品的人群已占到97%。2011年，世界休闲食品市场销售额越过900亿美元。在中国，以健康营养为特点的休闲食品年销售额超过2000亿人民币。以15%的速度快速增长，成为一个即将井喷的大金矿，到2018年将高达4800亿，休闲食品零售业以其高市值、高速度、高利润的特性必然引爆新一轮的投资狂潮，中国休闲食品专卖形式必然成为未来十年最具发展潜力的黄金行业。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、中国海关总署、国家商务部、中国消费者协会、中国食品工业协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国休闲食品及糖果行业的供给与需求状况、消费市场情况、竞争格局等进行了分析，并对休闲食品行业的发展预测与策略进行了深入探讨。本报告是休闲食品企业及相关

行业企业和单位以及计划投资于休闲食品行业的企业和投资者等准确了解目前中国休闲食品市场发展动态，把握休闲食品消费现状与趋势，制定市场策略的必备的重要决策参考资料。

第一部分 行业发展现状

第一章 休闲食品行业发展概述 1

第一节 休闲食品的定义及分类 1

一、休闲食品的定义 1

二、休闲食品的分类 1

第二节 休闲食品产业链分析 2

一、市场特点 2

二、行业经济特性 4

第三节 休闲食品行业发展成熟度分析 8

一、行业发展周期分析 8

二、行业国外市场发展带给中国的启示 8

第二章 全球休闲食品市场发展分析 10

第一节 2011年全球休闲食品市场分析 10

一、2010年全球休闲食品需求分析 10

二、2011年全球休闲食品市场规模 10

三、2012年全球休闲食品品牌 10

四、2012年中外休闲食品市场对比 10

1、外资品牌居于绝对的品牌优势 10

2、相对细分的市场，国内品牌表现可圈可点 11

3、二三线品牌具备破局升位的条件和基础 11

第二节 主要国家地区休闲食品市场分析 12

一、2011-2012年美国休闲食品市场分析 12

二、2011-2012年欧洲休闲食品市场分析 12

三、2011-2012年日本韩国休闲食品市场分析 13

第三章 我国休闲食品行业发展现状 14

第一节 我国休闲食品行业发展现状 14

一、休闲食品行业品牌发展现状 14

- 二、休闲食品行业消费市场现状 14
- 三、休闲食品市场消费层次分析 15
- 四、我国休闲食品市场走向分析 16
- 第二节 2010-2012年休闲食品业发展情况分析 17
 - 一、2010年休闲食品行业发展情况分析 17
 - 二、2011年休闲食品行业发展情况分析 18
 - 三、2012年休闲食品行业发展特点分析 21
 - 四、2012年上半年休闲食品行业发展情况 21
- 第三节 2011-2012年休闲食品行业运行分析 23
 - 一、2011年我国休闲食品产品产量分析 23
 - 二、2012年我国休闲食品产品产量预测 24
 - 三、2011-2012年休闲食品行业利润情况分析 24
 - 四、2012-2016年休闲食品行业发展机遇分析 24

第四章 我国休闲食品市场发展研究 26

第一节 休闲食品的市场前景 26

- 一、市场前景分析 26
- 二、区域板块效应明显 27
- 三、品类细化和口味化趋势明显 28

第二节 几大代表品类的发展特征 30

- 一、“主食类”休闲食品已融入人们的日常生活 30
- 二、口香糖和干果类食品日渐成为消费主流 31
- 三、果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘 32
- 四、高收入满巢家庭成消费主流 32
 - 1、儿童类休闲食品应突出“童趣”特点 33
 - 2、青年类休闲食品应重视品牌概念的打造 34
 - 3、老年类休闲食品应突出实用性 34
- 五、渠道模式的变迁 34
- 六、渠道建设攻略 35
- 七、原材料价格上涨和食品安全问题 37

第三节 休闲食品行业的市场发展趋势 37

- 一、口味创新必然趋势 37

二、产品包装的发展趋势 38

三、营销模式的发展趋势 39

1、品牌战略 39

2、渠道模式创新 39

3、多方整合推广策略 40

四、竞争策略的发展趋势 40

五、市场结构的变化趋势 41

第四节 休闲食品行业的市场机会与挑战 42

一、产业机会 42

二、现有挑战 42

三、未来发展思路 43

1、实施差异化策略 43

2、产品开发坚持本土化策略 43

3、市场定位策略 43

4、加强对外交流 44

第五章 我国休闲食品市场调查分析 45

第一节 2011年我国休闲食品市场调查分析 45

一、市场结构分析 45

二、不同收入水平消费者偏好调查 45

三、不同年龄的消费者偏好调查 45

四、不同职业性别的消费者偏好调查 46

第二节 休闲食品市场消费需求分析 46

一、休闲食品市场的消费需求变化 46

二、休闲食品行业的需求情况分析 47

三、2011年休闲食品品牌市场消费需求分析 48

第三节 休闲食品消费市场状况分析 49

一、休闲食品行业消费特点 49

二、休闲食品消费者分析 49

三、休闲食品消费结构分析 50

四、休闲食品消费的市场变化 51

五、休闲食品市场的消费方向 51

1、儿童类休闲食品应突出“童趣”特点 51

2、青年类休闲食品应重视品牌概念的打造 51

3、老年类休闲食品应突出实用性 52

第四节 休闲食品行业产品的品牌市场调查 52

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 52

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 52

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 53

四、消费者经常购买的品牌调查 53

五、休闲食品行业品牌忠诚度调查 53

六、消费者的消费理念调研 53

第五节 中国休闲食品行业部分区域市场分析 56

一、2011年华东地区休闲食品行业分析 56

二、2011年华南地区休闲食品行业分析 57

三、2011年西南地区休闲食品行业分析 57

第六章 休闲食品行业经济运行分析 59

第一节 2008-2012年一季度食品行业数据检测 59

一、2008-2012年一季度食品行业产成品趋势 59

二、2008-2012年一季度食品行业企业资产增长趋势 59

三、2008-2012年一季度食品行业从业人员数量增长趋势 60

第二节 2008-2012年食品企业数据监测 61

一、2008-2012年亏损企业数量增长趋势 61

二、2008-2012年食品企业数量增长趋势 61

第三节 2012年全国各省市食品行业经营指标 62

一、2012年第一季度全国各省市食品行业利润总额统计 62

二、2012年第一季度全国各省市食品行业销售收入统计 63

三、2012年第一季度全国各省市食品行业企业数量统计 64

四、不同类型企业销售收入所占比例 65

五、2012年第一季度食品行业不同企业类型所占比例 65

六、经营指标趋势监测 66

七、2010-2011年休闲食品行业营业收入情况 67

八、2010-2011年休闲食品行业毛利率情况 67

九、2012-2016年休闲食品行业赢利预测	67
第四节 2011年中国休闲食品行业利润总额分析	68
一、利润总额分析	68
二、不同规模企业利润总额比较分析	68
三、不同所有制企业利润总额比较分析	68
第五节 中国休闲食品行业销售利润率	69
一、销售利润率分析	69
二、不同规模企业销售利润率比较分析	69
三、不同所有制企业销售利润率比较分析	69
第六节 中国休闲食品行业总资产利润率分析	69
一、总资产利润率分析	69
二、不同规模企业总资产利润率比较分析	70
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析	70
第七章 我国休闲食品行业进出口分析	71
第一节 中国食品行业出口交货值统计	71
第二节 休闲食品行业进出口分析	71
一、休闲食品行业进口总量及价格	71
二、休闲食品行业出口总量及价格	72
三、休闲食品行业进出口数据统计	72
第三节 我国各省市休闲食品生产情况	72
一、2010年1-12月糖果产量	72
二、2011年1-11月糖果产量	76
三、2010年1-12月饼干产量	79
第八章 我国休闲食品行业细分市场分析	83
第一节 膨化休闲食品市场分析	83
一、什么是膨化食品	83
二、什么是非油炸膨化食品	83
三、油炸食品的危害	84
四、消费者对休闲食品的选择因素分析	85
五、消费群体，膨化食品的现状	86

六、以盼盼食品为例，其需改进的地方 87

第二节 糖食类休闲食品市场分析 87

一、糖类休闲食品综述 88

二、各种糖类休闲食品市场现状 89

三、糖类休闲食品市场竞争现状 91

四、糖类休闲食品发展趋势 94

第三节 干制果蔬类食品市场分析 100

一、2011-2012年行业发展现状分析 100

二、干制果蔬类食品的需求分析 101

第九章 休闲食品区域市场情况分析 103

第一节 2011-2012年全国休闲食品产量分析 103

一、2011-2012年全国休闲食品糖果产量 103

二、2011-2012年全国休闲食品乳制品产量 103

三、2011-2012年全国休闲食品罐头产量 104

四、2011-2012年全国休闲食品冷冻饮品产量 104

第二节 华北地区 105

一、2011-2012年华北地区休闲食品糖果产量 105

二、2011-2012年华北地区休闲食品乳制品产量 105

三、2011-2012年华北地区休闲食品罐头产量 106

四、2011-2012年华北地区休闲食品冷冻饮品产量 106

第三节 东北地区 107

一、2011-2012年东北地区休闲食品糖果产量 107

二、2011-2012年东北地区休闲食品乳制品产量 107

三、2011-2012年东北地区休闲食品罐头产量 108

四、2011-2012年东北地区休闲食品冷冻饮品产量 108

第四节 华东地区 109

一、2011-2012年华东地区休闲食品糖果产量 109

二、2011-2012年华北地区休闲食品乳制品产量 109

三、2011-2012年华东地区休闲食品罐头产量 110

四、2011-2012年华东地区休闲食品冷冻饮品产量 110

第五节 中南地区 111

- 一、2011-2012年中南地区休闲食品糖果产量 111
- 二、2011-2012年中南地区休闲食品乳制品产量 111
- 三、2011-2012年中南地区休闲食品罐头产量 112
- 四、2011-2012年中南地区休闲食品冷冻饮品产量 112
- 第六节 西南地区 113
 - 一、2011-2012年西南地区休闲食品糖果产量 113
 - 二、2011-2012年西南地区休闲食品乳制品产量 113
 - 三、2011-2012年西南地区休闲食品罐头产量 114
 - 四、2011-2012年西南地区休闲食品冷冻饮品产量 114
- 第七节 西北地区 115
 - 一、2011-2012年西北地区休闲食品糖果产量 115
 - 二、2011-2012年西北地区休闲食品乳制品产量 115
 - 三、2011-2012年西北地区休闲食品罐头产量 116
 - 四、2011-2012年西北地区休闲食品冷冻饮品产量 116
- 第十章 中国休闲食品行业消费市场分析 117
 - 第一节 中国经济环境分析 117
 - 一、宏观经济 117
 - 二、工业形势 120
 - 三、固定资产投资 123
 - 1、2011年固定资产投资情况分析 123
 - 2、2012年上半年固定资产投资统计分析 126
 - 第二节 休闲食品行业产品目标客户群体调查 130
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查 130
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 130
 - 三、不同职业性别的消费者偏好调查 131
 - 第三节 休闲食品市场消费需求分析 131
 - 一、休闲食品市场的消费需求变化 131
 - 二、休闲食品行业的需求情况分析 131
 - 三、2011年休闲食品品牌市场消费需求分析 132
 - 第四节 休闲食品消费市场状况分析 133
 - 一、休闲食品行业消费特点 133

- 二、休闲食品消费者分析 134
- 三、休闲食品消费结构分析 134
- 四、休闲食品消费的市场变化 135
- 五、休闲食品市场的消费方向 135
- 第五节 休闲食品行业产品的品牌市场调查 137
 - 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 137
 - 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 137
 - 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 137
 - 四、消费者经常购买的品牌调查 137
 - 五、休闲食品行业品牌忠诚度调查 138
 - 六、消费者的消费理念调研 138
- 第六节 中国休闲食品行业部分区域市场分析 140
 - 一、2011年华东地区休闲食品行业分析 140
 - 二、2011年华南地区休闲食品行业分析 141
 - 三、2011年西南地区休闲食品行业分析 142

- 第十一章 休闲食品市场营销分析 143
 - 第一节 休闲食品消费者分析 143
 - 一、消费者对休闲食品的利益认知 143
 - 二、休闲食品选择偏好度 144
 - 三、消费者购买行为分析 144
 - 四、我国休闲食品城市消费者购买渠道选择 145
 - 第二节 休闲食品打造营销系统竞争力的策略 146
 - 一、产品层面 146
 - 二、品牌层面 147
 - 三、传播层面 152
 - 四、销售层面 155
 - 五、管控层面 159
 - 第三节 我国休闲食品企业区域市场营销战略 160
 - 一、实施区域市场“精尖化”营销战略 160
 - 二、实施区域市场“精细化”划分策略 160
 - 三、实施区域市场“精耕化”运作手段 161

四、实施区域市场“精确化”广告传播 162

五、实施区域市场“精良化”联销模式 163

第二部分 行业竞争格局

第十二章 休闲食品行业竞争格局分析 165

第一节 行业竞争结构分析 165

一、现有企业间竞争 165

二、潜在进入者分析 166

三、供应商议价能力 167

四、客户议价能力 168

第二节 行业集中度分析 169

一、市场集中度分析 169

二、企业集中度分析 169

三、区域集中度分析 169

第三节 中国休闲食品行业竞争格局综述 170

一、2011年休闲食品行业集中度 170

二、2011年休闲食品行业竞争程度 170

三、2011年休闲食品企业与品牌数量 174

第四节 2011-2012年休闲食品行业竞争格局分析 175

一、2011-2012年国内外休闲食品竞争分析 175

二、2011-2012年我国休闲食品市场竞争分析 177

三、2011-2012年我国休闲食品市场集中度分析 185

四、2012-2016年国内主要休闲食品企业动向 185

第十三章 休闲食品企业竞争策略分析 187

第一节 休闲食品市场竞争策略分析 187

一、2012年休闲食品市场增长潜力分析 187

二、2012年休闲食品主要潜力品种分析 188

三、现有休闲食品产品竞争策略分析 188

四、潜力休闲食品品种竞争策略选择 190

五、典型企业产品竞争策略分析 191

第二节 休闲食品企业竞争策略分析 197

- 一、欧债危机后休闲食品行业竞争格局的变化 197
- 二、2012-2016年我国休闲食品市场竞争趋势 198
- 三、2012-2016年休闲食品行业竞争格局展望 199
- 四、2012-2016年休闲食品行业竞争策略分析 200
- 五、2012-2016年休闲食品企业竞争策略分析 201

第十四章 主要休闲食品企业竞争分析 203

第一节 箭牌口香糖有限公司 203

- 一、企业概况 203
- 二、竞争优势分析 205
- 三、2011-2012年经营状况 205
- 四、2012-2016年发展战略 206

第二节 旺旺集团 209

- 一、企业概况 209
- 二、企业SWOT分析 211
- 三、2011-2012年经营状况 213
- 四、2012-2016年发展战略 216

第三节 达能饼干食品有限公司 218

- 一、企业概况 218
- 二、竞争优势分析 223
- 三、2011-2012年经营状况 223
- 四、2012-2016年发展战略 229

第四节 东莞徐记食品有限公司 231

- 一、企业概况 231
- 二、竞争优势分析 232
- 三、2011-2012年经营状况 234
- 四、2012-2016年发展战略 235

第五节 不凡帝范梅勒糖果有限公司 241

- 一、企业概况 241
- 二、2011-2012年经营状况 243
- 三、2012-2016年发展战略 244

第六节 上好佳有限公司 247

- 一、企业概况 247
- 二、竞争优势分析 249
- 三、2011-2012年经营状况 251
- 四、2012-2016年发展战略 251
- 第七节 百事食品（中国）有限公司 253
 - 一、企业概况 253
 - 二、竞争优势分析 254
 - 三、2011-2012年经营状况 255
 - 四、2012-2016年发展战略 255
- 第八节 喜之郎食品有限公司 258
 - 一、企业概况 258
 - 二、竞争优势分析 260
 - 三、2011-2012年经营状况 266
 - 四、2012-2016年发展战略 266
- 第九节 乐天（中国）食品有限公司 270
 - 一、企业概况 270
 - 二、2011-2012年经营状况 271
 - 三、2012-2016年发展战略 272
- 第十节 天津雀巢有限公司 273
 - 一、企业概况 273
 - 二、企业PEST分析 273
 - 三、五力模型分析 276
 - 四、SWOT分析 277
 - 五、2011-2012年经营状况 278
 - 六、2012-2016年发展战略 279
- 第十一节 山东好当家海洋发展股份有限公司 283
 - 一、企业概况 283
 - 二、2011年经营状况 286
 - 三、发展战略分析 293
- 第十二节 上海冠生园食品有限公司 294
 - 一、企业概况 294
 - 二、竞争优势分析 295

- 三、2011-2012年经营状况 296
- 四、2012-2016年发展战略 297
- 第十三节 金丝猴集团有限公司 299
 - 一、企业概况 299
 - 二、竞争优势分析 299
 - 三、2011-2012年经营状况 301
 - 四、2012-2016年发展战略 301
- 第十四节 福建亲亲股份有限公司 302
 - 一、企业概况 302
 - 二、竞争优势分析 302
 - 三、2012-2016年发展战略 303
- 第十五节 福建顶好食品有限公司 306
 - 一、企业概况 306
 - 二、2011-2012年经营状况 308
 - 三、2012-2016年发展战略 308
- 第十六节 福建雅客食品有限公司 309
 - 一、企业概况 309
 - 二、企业SWOT分析 312
 - 三、2011-2012年经营状况 314
 - 四、2012-2016年发展战略 314
- 第十七节 福建达利食品有限公司 315
 - 一、企业概况 315
 - 二、竞争优势分析 317
 - 三、2011-2012年经营状况 319
 - 四、2012-2016年发展战略 320
- 第十八节 福建福马食品集团有限公司 321
 - 一、企业概况 321
 - 二、竞争优势分析 322
 - 三、2012-2016年发展战略 326
- 第十九节 四川徽记食品股份有限公司 328
- 第二十节 重庆缘味食品有限公司 329
- 第二十一节 湖南牙痒痒休闲食品有限公司 329

- 一、公司概况 329
- 二、竞争优势分析 330
- 第二十二节 湖南盐津铺子食品有限公司 331
 - 一、企业概况 331
 - 二、竞争优势分析 332
- 第二十三节 祖名豆制品股份有限公司 333
- 第二十四节 湖南长沙口口香实业有限公司 334

第三部分 行业前景预测

- 第十五章 休闲食品行业发展趋势分析 336
 - 第一节 我国休闲食品行业前景与机遇分析 336
 - 一、我国休闲食品行业发展前景 336
 - 二、我国休闲食品发展机遇分析 338
 - 三、2012年休闲食品的发展机遇分析 340
 - 第二节 2012-2016年中国休闲食品市场趋势分析 342
 - 一、口味创新必然趋势 342
 - 二、产品包装的发展趋势 342
 - 三、营销模式的发展趋势 343
 - 四、竞争策略的发展趋势 344
 - 五、市场结构的变化趋势 345

第十六章 未来休闲食品行业发展预测 347

- 第一节 未来休闲食品需求与消费预测 347
 - 一、2012-2016年休闲食品产品消费预测 347
 - 二、2012-2016年休闲食品行业销售收入预测 349
- 第二节 2012-2016年中国休闲食品行业供需预测 350
 - 一、2011-2012年中国休闲食品供给预测 350
 - 二、2012-2016年中国休闲食品需求预测 350
 - 三、2012-2016年中国休闲食品产品价格预测 350

第十七章 中国休闲食品行业整体运行指标分析 351

- 第一节 2011年中国休闲食品行业总体规模分析 351

- 一、企业数量结构分析 351
- 二、行业生产规模分析 351
- 第二节 2011年中国休闲食品行业产销分析 351
- 一、行业产成品情况总体分析 351
- 二、行业产品销售收入总体分析 354
- 第三节 2011年年中国休闲食品行业财务指标总体分析 354
- 一、行业盈利能力分析 354
- 二、行业营运能力分析 357
- 三、行业发展能力分析 360

第四部分 投资战略研究

第十八章 休闲食品行业投资环境分析 363

第一节 经济发展环境分析 363

- 一、2012年我国宏观经济形势分析 363
- 二、2012-2016年投资趋势及其影响预测 370

第二节 休闲食品政策环境分析 372

- 一、休闲食品历史政策环境分析 372
- 二、休闲食品市场环境分析 372

第三节 技术发展环境分析 373

- 一、国内休闲食品技术现状 373
- 二、2012-2016年休闲食品技术发展趋势分析 374

第十九章 休闲食品行业投资策略分析 377

第一节 行业发展特征 377

- 一、行业的周期性 377
- 二、行业的区域性 377
- 三、行业的上下游 377
- 四、行业经营模式 377

第二节 行业投资形势分析 380

- 一、行业发展格局 380
- 二、行业进入壁垒 382
- 三、行业SWOT分析 384

第三节 休闲食品行业投资效益分析 392

一、2011-2012年休闲食品行业投资状况分析 392

二、2011年休闲食品行业投资状况分析 393

三、2011年休闲食品行业投资效益分析 393

四、2012-2016年休闲食品行业投资趋势预测 394

五、2012-2016年休闲食品行业的投资方向 395

第四节 影响休闲食品行业发展的主要因素 397

一、2012-2016年影响休闲食品行业运行的有利因素分析 397

二、2012-2016年影响休闲食品行业运行的稳定因素分析 400

三、2012-2016年影响休闲食品行业运行的不利因素分析 401

四、2012-2016年我国休闲食品行业发展面临的挑战分析 403

五、2012-2016年我国休闲食品行业发展面临的机遇分析 404

第五节 休闲食品行业投资风险 405

一、2012-2016年休闲食品行业市场风险 405

二、2012-2016年休闲食品行业政策风险 405

三、2012-2016年休闲食品行业经营风险 406

四、2012-2016年休闲食品行业技术风险 406

五、2012-2016年休闲食品行业同业竞争风险 407

第二十章 休闲食品行业投资战略研究 408

第一节 休闲食品行业发展战略研究 408

一、战略综合规划 408

二、产品战略规划 408

三、营销品牌战略 409

四、竞争战略规划 409

第二节 对我国休闲食品品牌的战略思考 410

一、企业品牌的重要性 410

二、休闲食品实施品牌战略的意义 411

三、休闲食品企业品牌的现状分析 412

四、我国休闲食品企业的品牌战略 414

五、休闲食品品牌战略管理的策略 415

第三节 休闲食品行业投资战略研究 417

- 一、2012年食品行业投资战略 417
- 二、2012年休闲食品行业投资战略 419
- 三、2012-2016年休闲食品行业投资战略 424
- 四、2012-2016年细分行业投资战略 427

图表目录

- 图表：2010年全球休闲需求情况 10
- 图表：2011年全球休闲食品市场规模情况 10
- 图表：2011年中国休闲食品行业总产值情况 23
- 图表：2012年中国休闲食品行业总产值情况 24
- 图表：2011年中国休闲食品行业利润情况 24
- 图表：2011年中国休闲食品行业利润预测情况 24
- 图表：我国休闲食品八大类产品 29
- 图表：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况 31
- 图表：家庭休闲食品消费调查结果统计 32
- 图表：休闲食品零售业市场份额与发展速度比较 36
- 图表：2008-2012一季度食品行业产成品趋势 59
- 图表：2008-2012年一季度食品行业企业资产增长趋势 60
- 图表：2008-2012年一季度食品行业从业人员数量增长趋势 60
- 图表：2008-2012年中国食品行业亏损企业数量增长趋势监测 61
- 图表：2008-2012年食品企业数量增长趋势监测 61
- 图表：2012年第一季度全国各省市食品行业利润总额统计 62
- 图表：2012年第一季度全国各省市食品行业销售收入统计 63
- 图表：2012年第一季度全国各省市食品行业企业数量统计 64
- 图表：不同类型企业销售收入所占比例 65
- 图表：2012年第一季度食品行业不同企业类型所占比例 65
- 图表：2007-2011年中国食品行业主要盈利指标增长趋势监测 66
- 图表：2007-2011年中国食品行业主要盈利指标统计图 66
- 图表：2007-2011年中国食品行业费用使用标统计图 67
- 图表：2011年中国休闲食品营业收入情况 67
- 图表：2011年中国休闲食品行业利润情况 68
- 图表：2011年中国休闲食品行业利润率情况 69

图表：2011年中国休闲食品行业总资产利润率情况 69

图表：2007-2011年中国食品行业出口交货值统计图 71

图表：2008年1-12月我国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口金额 71

图表：2008年1-12月我国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进口数量 71

图表：2008年1-12月我国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口金额 72

图表：2008年1-12月我国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等出口数量 72

图表：2008年1-12月我国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进出口金额 72

图表：2008年1-12月我国面包、糕点、饼干等焙烘糕饼；糯米纸等进出口数量 72

图表：2010年1-12月糖果产量全国合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量北京市合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量天津市合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量河北省合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量山西省合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量辽宁省合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量吉林省合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量黑龙江合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量上海合计 73

图表：2010年1-12月糖果产量江苏省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量浙江省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量安徽省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量福建省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量江西省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量山东省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量河南省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量湖北省合计 74

图表：2010年1-12月糖果产量湖南省合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量广东区合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量广西区合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量海南省合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量重庆市合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量四川省合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量贵州省合计 75

图表：2010年1-12月糖果产量云南省合计 75
图表：2010年1-12月糖果产量陕西省合计 76
图表：2010年1-12月糖果产量新疆区合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量全国合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量北京市合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量天津市合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量河北省合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量山西省合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量辽宁省合计 76
图表：2011年1-11月糖果产量吉林省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量黑龙江合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量上海合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量江苏省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量浙江省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量安徽省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量福建省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量江西省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量山东省合计 77
图表：2011年1-11月糖果产量河南省合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量湖北省合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量湖南省合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量广东区合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量广西区合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量海南省合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量重庆市合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量四川省合计 78
图表：2011年1-11月糖果产量贵州省合计 79
图表：2011年1-11月糖果产量云南省合计 79
图表：2011年1-11月糖果产量陕西省合计 79
图表：2011年1-11月糖果产量新疆区合计 79
图表：2010年1-12月饼干产量全国合计 79
图表：2010年1-12月饼干产量北京市合计 79

图表：2010年1-12月饼干产量天津市合计 79

图表：2010年1-12月饼干产量河北省合计 79

图表：2010年1-12月饼干产量山西省合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量内蒙古合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量辽宁省合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量吉林省合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量黑龙江合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量上海合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量江苏省合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量浙江省合计 80

图表：2010年1-12月饼干产量安徽省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量福建省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量江西省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量山东省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量河南省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量湖北省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量湖南省合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量广东区合计 81

图表：2010年1-12月饼干产量广西区合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量海南省合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量重庆市合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量四川省合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量云南省合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量云西藏区合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量陕西省合计 82

图表：2010年1-12月饼干产量新疆区合计 82

图表：盼盼系列膨化食品消费者分析 85

图表：购买休闲食品首要考虑因数 85

图表：糖果的分类 88

图表：2011-2012年全国休闲食品糖果产量 103

图表：2011-2012年全国休闲食品乳制品产量 103

图表：2011-2012年全国休闲食品罐头产量 104

图表：2011-2012年全国休闲食品冷冻饮品产量 104

图表：2011-2012年华北地区休闲食品糖果产量 105

图表：2011-2012年华北地区休闲食品乳制品产量 105

图表：2011-2012年华北地区休闲食品罐头产量 106

图表：2011-2012年华北地区休闲食品冷冻饮品产量 106

图表：2011-2012年东北地区休闲食品糖果产量 107

图表：2011-2012年东北地区休闲食品乳制品产量 107

图表：2011-2012年东北地区休闲食品罐头产量 108

图表：2011-2012年东北地区休闲食品冷冻饮品产量 108

图表：2011-2012年华东地区休闲食品糖果产量 109

图表：2011-2012年华东地区休闲食品乳制品产量 109

图表：2011-2012年华东地区休闲食品罐头产量 110

图表：2011-2012年华东地区休闲食品冷冻饮品产量 110

图表：2011-2012年中南地区休闲食品糖果产量 111

图表：2011-2012年中南地区休闲食品乳制品产量 111

图表：2011-2012年中南地区休闲食品罐头产量 112

图表：2011-2012年中南地区休闲食品冷冻饮品产量 112

图表：2011-2012年西南地区休闲食品糖果产量 113

图表：2011-2012年西南地区休闲食品乳制品产量 113

图表：2011-2012年西南地区休闲食品罐头产量 114

图表：2011-2012年西南地区休闲食品冷冻饮品产量 114

图表：2011-2012年西北地区休闲食品糖果产量 115

图表：2011-2012年西北地区休闲食品乳制品产量 115

图表：2011-2012年西北地区休闲食品罐头产量 116

图表：2011-2012年西北地区休闲食品冷冻饮品产量 116

图表：2009-2012年国内生产总值统计及预测 117

图表：1999-2009年国内生产总值及增长率 118

图表：2010-2012年我国各季度经济增速 118

图表：2008-2009年各季度CPI趋势图 119

图表：2011-2012年我国PMI走势图 120

图表：2008年11月-2009年11月工业总产值和同比增长率 123

图表：2009-2012年全国固定资产投资统计分析 124

图表：固定资产投资（不含农户）增速 125

图表：固定资产投资资金来源增速 125

图表：东、中西部地区固定资产投资增速 125

图表：2006-2011年我国居民家庭人均收入 178

图表：2006-2011年中国休闲食品市场规模趋势 179

图表：外资休闲食品品牌及旗下主要产品 179

图表：内资休闲食品品牌及旗下主要产品 180

图表：2010年至今中国休闲食品行业重大并购交易 182

图表：2006年至进休闲食品行业VC/PE融资趋势图 184

图表：中国休闲食品行业企业VC/PE融资典型案例 184

图表：我国现有休闲食品种类 188

图表：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况 189

图表：消费者在购买膨化食品注重因素 192

图表：影响消费者去购买膨化食品的媒体 192

图表：产品SWOT分析 197

图表：休闲食品零售业市场份额与发展速度比较图 200

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司盈利摘要 214

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司综合损益表 214

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司经营溢利 214

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司除税前经营溢利 214

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司股东应占溢利 214

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司主要项目 215

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司变现能力分析 215

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司偿债能力分析 215

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司投资回报分析 215

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司盈利能力分析 215

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司营运能力分析 215

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司投资收益分析 216

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司相关统计 216

图表：2007-2011年中国旺旺控股有限公司资产负债表 216

图表：2011年山东好当家海洋发展股份有限公司主营构成 286

图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司每股指标 287

图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司获利能力 287
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司经营能力 287
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司偿债能力 288
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司资本结构 288
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司发展能力 288
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司现金流量 288
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司主营业务收入 288
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司主营业务利润 289
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司营业利润 289
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司利润总额 289
图表：2010-2011年山东好当家海洋发展股份有限公司净利润 290
图表：2011-2012年山东好当家海洋发展股份有限公司财务指标 290
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司债务状况 291
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司获利能力 291
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司运营能力 292
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司财务能力 292
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司成长能力 292
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司现金流量 293
图表：2012年山东好当家海洋发展股份有限公司单股指标 293
图表：2009-2011年湖南牙痒痒休闲食品有限公司销量 331
图表：2009-2011年祖名豆制品股份有限公司市场规模 334
图表：我国休闲食品市场增长图 336
图表：各区域独特休闲食品品类 338
图表：2011年中国休闲食品销售收入总体情况 354
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/212119.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。