



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国坚果市场分析 预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国坚果市场分析预测及战略咨询报告》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/250818.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

第一章 中国坚果行业PEST模型分析

第一节 坚果行业定义统计标准

- 一、坚果行业概念及分类
- 二、坚果行业统计部门和统计口径
- 三、坚果行业产业链结构分析
- 四、坚果行业发展周期分析

第二节 中国坚果行业政策环境分析（P）

- 一、行业相关政策动向
- 二、行业产品质量标准
- 三、行业生产安全标准
- 四、行业贸易环境分析
- 五、行业"十二五"发展规划

第三节 中国坚果行业经济环境分析（E）

- 一、国际宏观经济及对坚果行业影响
- 二、国内宏观经济及对坚果行业影响
- 三、食品制造行业主要经济指标分析
- 四、坚果行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国坚果行业社会环境分析（S）

- 一、我国人口因素及对坚果行业影响
- 二、坚果人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对坚果行业影响

第五节 中国坚果行业技术环境分析（T）

- 一、生产技术
- 二、安全检测技术

第二章 2013-2014年全球坚果行业市场发展状况分析

第一节 2013-2014年世界坚果行业发展状况

- 一、世界坚果行业生产情况
- 二、世界坚果消费及趋势分析
- 三、世界坚果行业发展趋势分析

第二节 美国坚果行业现状分析

一、美国坚果行业的市场现状

二、美国坚果行业的市场特征

第三节 日本坚果行业现状分析

一、日本坚果行业的市场规模

二、日本坚果行业的市场特征

三、日本饮料市场销售特征

第四节 欧洲坚果行业市场状况

一、欧洲坚果行业的市场现状

二、欧洲坚果行业的市场特征

第五节 主要跨国坚果公司在中国市场的投资布局

第三章 2013-2014年我国坚果行业现状及市场发展分析

第一节 2013-2014年我国坚果行业发展现状

一、坚果行业市场规模

二、坚果行业产品发展现状

三、坚果行业消费市场现状

第二节 2013-2014年坚果行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2013-2014年坚果市场结构和价格走势分析

一、2013-2014年我国坚果市场结构和价格走势概述

二、2013-2014年我国坚果市场结构分析

三、2013-2014年我国坚果市场价格走势分析

第四节 2013-2014年重点城市坚果市场发展情况

第四章 2013-2014年中国坚果行业财务指标与供需情况分析

第一节 2013-2014年中国坚果行业经济运行主要特点

第二节 2013-2014年坚果行业财务指标分析

一、经营效益

二、盈利能力

三、运营能力

四、偿债能力

五、发展能力

第三节 2013-2014年全国坚果行业供给情况分析

一、全国坚果行业总产值分析

二、全国坚果行业产成品分析

三、各地区坚果行业供给情况分析

第四节 2013-2014年全国坚果行业需求情况分析

一、全国坚果行业销售产值分析

二、全国坚果行业销售收入分析

三、各地区坚果行业需求情况分析

四、全国坚果行业产销率分析

第五节 2013-2014年中国坚果行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、坚果行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、坚果行业进口前景及建议

第五章 坚果区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析
- 五、2013-2014年消费者的偏好分析
- 六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2013-2014年行业发展现状分析
- 二、2013-2014年市场需求情况分析
- 三、2013-2014年市场规模情况分析
- 四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2014年行业发展现状分析

二、2013-2014年市场需求情况分析

三、2013-2014年市场规模情况分析

四、2013-2014年行业竞争格局分析

五、2013-2014年消费者的偏好分析

六、2015-2020年行业发展趋势分析

第六章 2013-2014年中国坚果行业主要细分产品市场分析

第一节 坚果行业产品结构分析

第二节 榛子行业发展分析

一、榛子行业发展状况分析

二、榛子行业品牌格局分析

三、榛子行业发展趋势与前景预测

第三节 核桃行业发展分析

一、核桃行业发展状况分析

二、核桃行业消费特征分析

三、核桃行业品牌格局分析

四、核桃行业发展趋势及前景预测

第四节 杏仁行业发展分析

一、杏仁行业发展总体概况

二、杏仁行业消费特征分析

三、杏仁行业品牌竞争格局分析

四、杏仁行业发展趋势及前景预测

第五节 腰果行业发展分析

一、腰果行业发展状况

二、腰果产品结构分析

三、腰果消费特征分析

四、腰果行业品牌竞争格局分析

五、腰果行业发展趋势及前景预测

第六节 其他坚果行业发展分析

- 一、其他坚果行业发展状况
- 二、其他坚果产品结构分析
- 三、其他坚果行业消费特征分析
- 四、其他坚果行业品牌竞争格局分析
- 五、其他坚果行业发展趋势及前景预测

第七章 中国坚果行业消费市场分析

第一节 中国坚果消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2013-2014年消费者收入水平
- 三、2014年消费者信心指数分析

第二节 坚果行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 坚果市场消费需求分析

- 一、坚果市场的消费需求变化
- 二、坚果行业的需求情况分析
- 三、2015年坚果品牌市场消费需求趋势

第四节 坚果消费市场状况分析

- 一、坚果行业消费特点
- 二、坚果消费者分析
- 三、坚果消费结构分析
- 四、坚果消费的市场变化
- 五、坚果市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 坚果行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、坚果行业品牌忠诚度调查
- 六、坚果行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第八章 坚果行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 2013-2014年坚果行业竞争格局分析

- 一、2013-2014年国内外坚果竞争分析
- 二、2013-2014年我国坚果市场竞争分析
- 三、2013-2014年我国坚果市场集中度分析
- 四、2015-2020年国内主要坚果企业动向
- 五、2014年国内坚果拟在建项目分析

第四节 坚果市场竞争策略分析

- 一、2014年坚果市场增长潜力分析
- 二、2014年坚果主要潜力品种分析
- 三、现有坚果产品竞争策略分析
- 四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 坚果企业竞争策略分析

- 一、坚果行业竞争格局的影响因素分析
- 二、2015-2020年我国坚果市场竞争趋势
- 三、2015-2020年坚果行业竞争策略分析
- 四、2015-2020年坚果企业竞争策略分析

第九章 主要坚果企业竞争分析

第一节 宁波恒康食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第二节 杭州姚生记食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第三节 洽洽食品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第四节 兰州正林农垦食品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第五节 金果园老农（北京）食品股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2013-2014年经营状况
- 四、2015-2020年发展战略

第六节 天喔食品（集团）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第七节 安徽詹氏食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第八节 上海来伊份股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第九节 江苏阿里山食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十节 杭州姚太太食品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2013-2014年经营状况

四、2015-2020年发展战略

第十章 坚果行业发展趋势与前景预测

第一节 我国坚果行业前景与机遇分析

一、我国坚果行业发展前景

二、我国坚果发展机遇分析

第二节 2015-2020年中国坚果市场趋势分析

一、2013-2014年坚果市场趋势总结

二、2015-2020年坚果市场发展空间

- 三、2015-2020年坚果产业政策趋向
- 四、2015-2020年坚果技术革新趋势
- 五、2015-2020年坚果价格走势分析
- 六、2015-2020年国际环境对行业的影响
- 七、2015-2020年坚果发展趋势分析

第三节 未来坚果需求与消费预测

- 一、2015-2020年坚果产品消费预测
- 二、2015-2020年坚果市场规模预测
- 三、2015-2020年坚果行业总产值预测
- 四、2015-2020年坚果行业销售收入预测

第四节 2015-2020年中国坚果行业供需预测

- 一、2015-2020年中国坚果供给预测
- 二、2015-2020年中国坚果需求预测
- 三、2015-2020年中国坚果供需平衡预测
- 四、2015-2020年中国坚果产品价格趋势
- 五、2015-2020年主要坚果产品进出口预测

第十一章 坚果行业投资现状与投资环境分析

第一节 2013-2014年坚果行业投资情况分析

- 一、2014年总体投资及结构
- 二、2014年投资规模及增速
- 三、2014年分行业投资分析
- 四、2014年分地区投资分析
- 五、2014年外商投资情况

第二节 经济发展环境分析

- 一、我国宏观经济形势分析
- 二、2015-2020年投资趋势及其影响预测

第三节 政策法规环境分析

第四节 技术发展环境分析

- 一、2014年坚果技术发展分析
- 二、2015-2020年坚果技术发展趋势分析

第五节 社会发展环境分析

第十二章 坚果行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2014年相关产业活力系数比较
- 二、2013-2014年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2014年相关产业投资收益率比较
- 二、2013-2014年行业投资收益率分析

第三节 坚果行业投资效益分析

- 一、2013-2014年坚果行业投资状况分析
- 二、2015-2020年坚果行业投资效益分析
- 三、2015-2020年坚果行业投资趋势预测
- 四、2015-2020年坚果行业的投资方向
- 五、2015-2020年坚果行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响坚果行业发展的主要因素（SWOT分析）

- 一、2015-2020年影响坚果行业运行的有利因素分析
- 二、2015-2020年影响坚果行业运行的不利因素分析
- 三、2015-2020年我国坚果行业发展面临的挑战分析
- 四、2015-2020年我国坚果行业发展面临的机遇分析

第五节 坚果行业投资风险及控制策略分析

- 一、2015-2020年坚果行业市场风险及控制策略
- 二、2015-2020年坚果行业政策风险及控制策略
- 三、2015-2020年坚果行业经营风险及控制策略
- 四、2015-2020年坚果行业技术风险及控制策略
- 五、2015-2020年坚果行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2015-2020年坚果行业其他风险及控制策略

第十三章 坚果行业投资战略研究

第一节 坚果行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国坚果品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、坚果实施品牌战略的意义

三、坚果企业品牌的现状分析

四、我国坚果企业的品牌战略

五、坚果品牌战略管理的策略

第三节 坚果经营策略分析

一、坚果市场细分策略

二、坚果市场创新策略

三、饮料品牌定位与品类规划

四、坚果新产品差异化战略

第四节 投资战略研究

一、2014年坚果行业投资战略

二、2015-2020年坚果行业投资战略

图表目录：

图表：坚果产业链分析

图表：全球坚果市场规模

图表：全球坚果生命周期

图表：2014年我国坚果行业主要经济指标

图表：2014年我国坚果出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2014年坚果销售收入

图表：2014年坚果销售收入增长趋势图

图表：2014年坚果不同规模企业销售额

图表：2014年坚果不同规模企业销售额对比图

图表：2014年坚果不同规模企业销售额对比图

图表：2014年1-11月坚果不同所有制企业销售额

图表：2014年坚果不同所有制企业销售额

图表：2014年坚果不同所有制企业销售额对比图

图表：2014年坚果利润总额

图表：2014年坚果利润总额增长趋势图

图表：2014年坚果不同规模企业利润总额

图表：2014年坚果不同规模企业利润总额对比图

图表：2014年坚果不同所有制企业利润总额

图表：2014年坚果不同所有制企业利润总额对比图

图表：2013-2014年坚果资产总额

图表：2011-2014年坚果总资产增长趋势图

图表：2013-2014年坚果不同规模企业总资产

图表：2013-2014年坚果不同规模企业总资产对比图

图表：2013-2014年坚果不同所有制企业总资产

图表：2013-2014年坚果不同所有制企业总资产对比图

图表：2014年坚果亏损面

图表：2014年坚果亏损企业亏损总额

图表：2014年坚果销售毛利率趋势图

图表：2014年坚果成本费用率

图表：2014年坚果成本费用利润率趋势图

图表：2014年坚果销售利润率趋势图

图表：2014年坚果应收账款周转率对比图

图表：2014年坚果流动资产周转率对比图

图表：2014年坚果总资产周转率对比图

图表：2014年坚果资产负债率对比图

图表：2014年坚果利息保障倍数对比图

图表：2013-2014年中国坚果发展能力分析

图表：2013-2014年中国坚果竞争力分析

图表：坚果市场调查对象情况分析

图表：坚果消费者消费习惯调查

图表：消费者对坚果产品价格认同情况调查分析

图表：消费者购买渠道情况调查分析

图表：坚果消费者品牌状况调查分析

图表：2013-2014年中国消费者坚果品牌构成

图表：坚果消费者性别比例

图表：坚果消费者年龄分布

图表：坚果消费者购买频率分析

图表：坚果消费者购买坚果的规格

图表：坚果消费者购买坚果消费金额

图表：消费者坚果关注度调查分析

图表：影响消费者购买的因素调查分析

图表：2015-2020年中国坚果产能预测

图表：2015-2020年中国坚果消费量预测

图表：2015-2020年中国坚果市场前景预测

图表：2015-2020年中国坚果市场价格走势预测

图表：2015-2020年中国坚果发展前景预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250818.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。