

2024-2030年中国休闲食品 市场深度分析与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国休闲食品市场深度分析与投资潜力分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/414846.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

休闲食品是指人们在闲暇、休息时所吃的非主食类食品，如干果、膨化食品、糖果、肉制食品等。休闲食品在流通产品属性上，归属于快速消费品。随着人们生活水平的提高，以前的小零食越来越受消费者欢迎，不仅因为它们可以充饥，还因为它们丰富的品种和口味肆意挑逗着消费者的味蕾，让人欲罢不能。

随着居民可支配收入的增长及消费观念的转变，健康安全、方便快捷的休闲食品受到青睐，休闲食品行业呈现出上升发展的态势。2016年至2021年，我国休闲食品行业市场规模从8224亿元增长至14015亿元，年复合增长率达11.25%。

休闲零食行业发展顺应人们对品质、健康生活的向往。随着人均可支配收入增长，人们对生活品质更加关注，不仅满足于“吃饱”，而且要“吃好”，零食饮料消费支出逐步增加。2021年，全国居民人均食品烟酒消费支出7178元，增长12.2%，2022年，全国居民人均食品烟酒消费支出7481元，增长4.2%。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国休闲食品市场深度分析与投资潜力分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、农业部、市场监督管理总局、世界粮食及农业组织、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国食品工业协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对休闲食品行业有个系统深入的了解、或者想投资休闲食品相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 中国休闲食品行业发展环境分析

1.1 政策环境分析

1.1.1 食品行业监管部门介绍

1.1.2 休闲食品行业政策汇总

1.1.3 绿色食品行业政策汇总

1.1.4 食品安全检测政策汇总

1.1.5 食品制造行业政策汇总

- 1.2 宏观经济环境
 - 1.2.1 国内生产总值
 - 1.2.2 农业产品产量
 - 1.2.3 工业运行情况
 - 1.2.4 固定资产投资
 - 1.2.5 宏观经济展望
- 1.3 社会环境分析
 - 1.3.1 人口数量规模
 - 1.3.2 居民收入水平
 - 1.3.3 居民消费支出
 - 1.3.4 物价水平走势
 - 1.3.5 社会消费情况
 - 1.3.6 城镇化发展水平

第二章 2021-2023年中国食品工业发展分析

- 2.1 中国食品工业发展综述
 - 2.1.1 发展成就
 - 2.1.2 发展特征
 - 2.1.3 经营现状
 - 2.1.4 发展态势
 - 2.1.5 发展优势
 - 2.1.6 食品安全
 - 2.1.7 数字化发展
- 2.2 2021-2023年中国食品行业运行分析
 - 2.2.1 食品行业企业数量
 - 2.2.2 食品行业产销情况
 - 2.2.3 食品工业效益情况
 - 2.2.4 食品制造营业收入
 - 2.2.5 行业固定资产投资
 - 2.2.6 食品行业贸易情况
 - 2.2.7 食品行业价格指数
- 2.3 2018-2022年中国食品制造行业财务状况

- 2.3.1 行业经济规模
- 2.3.2 行业盈利能力
- 2.3.3 行业营运能力
- 2.3.4 行业偿债能力
- 2.3.5 财务状况综合评价
- 2.4 中国食品工业发展面临的挑战及发展策略
 - 2.4.1 食品工业发展差距
 - 2.4.2 食品工业面临的问题
 - 2.4.3 食品制造业发展问题
 - 2.4.4 食品产业链发展建议
 - 2.4.5 行业高质量发展建议
 - 2.4.6 食品制造业发展对策

第三章 2021-2023年中国休闲食品行业发展分析

- 3.1 休闲食品行业发展概况
 - 3.1.1 休闲食品分类
 - 3.1.2 行业发展历程
 - 3.1.3 行业发展阶段
 - 3.1.4 行业发展现状
 - 3.1.5 行业发展特征
 - 3.1.6 消费需求转变
- 3.2 2021-2023年休闲食品行业发展规模
 - 3.2.1 市场规模分析
 - 3.2.2 人均消费规模
 - 3.2.3 细分品类占比
 - 3.2.4 行业利润水平
 - 3.2.5 企业经营现状
 - 3.2.6 市场需求分析
- 3.3 2021-2023年休闲食品行业产业链分析
 - 3.3.1 产业链介绍
 - 3.3.2 价值链分析
 - 3.3.3 产业链上游环节

- 3.3.4 产业链中游环节
- 3.3.5 产业链下游环节
- 3.3.6 企业类型分析
- 3.4 休闲食品行业财务状况分析
 - 3.4.1 上市公司规模
 - 3.4.2 上市公司分布
 - 3.4.3 经营状况分析
 - 3.4.4 盈利能力分析
 - 3.4.5 营运能力分析
 - 3.4.6 成长能力分析
 - 3.4.7 现金流量分析
- 3.5 2021-2023年休闲食品市场竞争格局
 - 3.5.1 企业注册数量
 - 3.5.2 市场竞争格局
 - 3.5.3 行业集中度分析
 - 3.5.4 上市公司竞争
 - 3.5.5 区域格局分析
 - 3.5.6 品牌竞争格局
 - 3.5.7 休闲卤制品竞争
 - 3.5.8 中外企业竞争状况
 - 3.5.9 竞争波特五力分析
- 3.6 2021-2023年休闲食品行业拉动相关行业发展
 - 3.6.1 加工设备行业
 - 3.6.2 塑料包装行业
 - 3.6.3 纸包装行业
- 3.7 2021-2023年县域休闲食品市场发展分析
 - 3.7.1 市场发展背景
 - 3.7.2 农产品电商市场
 - 3.7.3 县域农产品市场
 - 3.7.4 农产品电商竞争
 - 3.7.5 典型区域发展
 - 3.7.6 市场发展机遇

3.8 休闲食品加工技术研究

3.8.1 行业技术水平

3.8.2 科技发展现状

3.8.3 膨化技术

3.8.4 挤压技术

3.8.5 食品油炸技术

3.8.6 脱水干燥技术

3.9 休闲食品包装发展分析

3.9.1 休闲食品包装功能

3.9.2 休闲食品包装设计

3.9.3 食品绿色包装趋势

3.9.4 食品包装的发展趋势

3.10 中国休闲食品行业发展问题及对策分析

3.10.1 休闲食品市场问题

3.10.2 行业发展瓶颈分析

3.10.3 休闲食品安全问题

3.10.4 同质化问题现状

3.10.5 行业科技发展问题

3.10.6 不断追求产品创新

3.10.7 保障休闲食品质量

3.10.8 充分利用科学技术

3.10.9 提高经营管理能力

3.10.10 运用市场营销手段

第四章 2021-2023年焙烤类休闲食品发展分析

4.1 2021-2023年烘焙食品发展分析

4.1.1 行业相关定义

4.1.2 市场规模分析

4.1.3 细分品类占比

4.1.4 人均年消费量

4.1.5 行业竞争格局

4.1.6 行业消费场景

4.1.7 行业交易渠道

4.1.8 行业投资规模

4.1.9 行业发展问题

4.1.10 行业发展措施

4.1.11 行业发展前景

4.1.12 行业发展趋势

4.2 糕点食品

4.2.1 糕点产业链分析

4.2.2 中外行业对比

4.2.3 中式糕点发展

4.2.4 行业发展现状

4.2.5 市场竞争格局

4.2.6 消费特点分析

4.2.7 重点企业分析

4.2.8 企业投资动态

4.2.9 企业发展困境

4.2.10 行业发展重点

4.3 面包食品

4.3.1 面包产品分类

4.3.2 市场规模分析

4.3.3 行业进出口额

4.3.4 行业发展特点

4.3.5 行业经营模式

4.3.6 行业竞争格局

4.3.7 企业发展困境

4.3.8 未来发展趋势

4.4 饼干食品

4.4.1 行业发展历程

4.4.2 行业发展现状

4.4.3 饼干企业数量

4.4.4 品牌竞争格局

4.4.5 细分品类分析

- 4.4.6 加工设备需求
- 4.4.7 行业发展问题
- 4.4.8 行业发展策略
- 4.4.9 行业发展前景
- 4.5 膨化食品
 - 4.5.1 膨化食品分类
 - 4.5.2 行业发展历程
 - 4.5.3 膨化食品产业链
 - 4.5.4 市场规模分析
 - 4.5.5 市场竞争格局
 - 4.5.6 企业区域分布
 - 4.5.7 品牌影响力分析
 - 4.5.8 技术发展路径
 - 4.5.9 行业发展方向

第五章 2021-2023年坚果炒货类休闲食品发展分析

- 5.1 2021-2023年坚果炒货行业发展分析
 - 5.1.1 行业发展概述
 - 5.1.2 行业产业链条
 - 5.1.3 行业发展现状
 - 5.1.4 行业市场规模
 - 5.1.5 市场竞争主体
 - 5.1.6 市场竞争格局
 - 5.1.7 线上销售情况
 - 5.1.8 市场发展趋势
- 5.2 坚果类产品
 - 5.2.1 行业发展历程
 - 5.2.2 坚果产量规模
 - 5.2.3 市场发展规模
 - 5.2.4 市场消费情况
 - 5.2.5 产品销售渠道
 - 5.2.6 市场竞争情况

- 5.2.7 用户行为洞察
- 5.2.8 进出口状况分析
- 5.3 炒货类产品
 - 5.3.1 炒货市场发展现状
 - 5.3.2 区域市场发展情况
 - 5.3.3 花生市场产量规模
 - 5.3.4 花生市场消费情况
 - 5.3.5 瓜子市场产量规模
 - 5.3.6 瓜子市场竞争格局
 - 5.3.7 炒货机发展趋势

第六章 2021-2023年糖果类休闲食品发展分析

- 6.1 2021-2023年糖果行业发展分析
 - 6.1.1 行业产业链条
 - 6.1.2 行业产量规模
 - 6.1.3 市场发展规模
 - 6.1.4 市场消费情况
 - 6.1.5 行业发展热点
 - 6.1.6 市场竞争格局
 - 6.1.7 进出口市场分析
 - 6.1.8 区域格局分析
 - 6.1.9 市场发展趋势
- 6.2 传统糖果
 - 6.2.1 市场企业竞争格局
 - 6.2.2 企业转型升级发展
 - 6.2.3 行业发展挑战分析
 - 6.2.4 行业发展问题及对策
- 6.3 巧克力
 - 6.3.1 行业产业链条
 - 6.3.2 市场发展规模
 - 6.3.3 市场进口情况
 - 6.3.4 市场出口情况

6.3.5 市场竞争格局

6.3.6 产品上市动态

6.3.7 企业发展动态

6.3.8 市场发展问题

6.3.9 疫情影响分析

6.4 口香糖

6.4.1 行业产业链条

6.4.2 市场发展历程

6.4.3 市场发展规模

6.4.4 市场品牌影响力

6.4.5 市场竞争格局

6.4.6 市场营销模式

6.4.7 市场发展趋势

第七章 2021-2023年果冻及果脯食品市场分析

7.1 果脯蜜饯

7.1.1 产品基本类别

7.1.2 品牌排名情况

7.1.3 市场发展概况

7.1.4 枣类蜜饯发展

7.1.5 滋补类蜜饯发展

7.1.6 冻干类蜜饯发展

7.1.7 无添加蜜饯发展

7.1.8 蜜饯包装市场发展

7.2 果冻

7.2.1 行业发展综述

7.2.2 行业现状分析

7.2.3 市场发展规模

7.2.4 市场竞争格局

7.2.5 典型企业发展

7.2.6 行业风险壁垒

7.2.7 行业发展趋势

7.3 红枣制品

7.3.1 红枣产量规模

7.3.2 红枣消费规模

7.3.3 市场区域分布

7.3.4 市场价格走势

7.3.5 对外贸易情况

7.3.6 企业发展困境

7.3.7 市场发展问题

第八章 2021-2023年休闲食品其他热点细分市场分析

8.1 绿色休闲食品

8.1.1 行业基本概述

8.1.2 甘薯市场概况

8.1.3 板栗市场概况

8.1.4 山楂市场概况

8.1.5 豆制品市场概况

8.2 进口休闲食品

8.2.1 市场发展现状

8.2.2 市场发展规模

8.2.3 市场贸易现状

8.2.4 市场发展地位

8.2.5 市场销售渠道

8.2.6 市场定位分析

8.3 儿童休闲食品

8.3.1 行业标准发布

8.3.2 市场发展规模

8.3.3 市场需求分析

8.3.4 市场竞争格局

8.3.5 企业发展建议

8.3.6 市场发展趋势

8.3.7 发展发展前景

第九章 2021-2023年中国休闲食品经营模式及渠道分析

9.1 休闲食品行业市场渠道分析

9.1.1 休闲食品渠道分布

9.1.2 个体经营零售模式

9.1.3 超市卖场零售模式

9.1.4 连锁零售模式

9.1.5 电子商务模式

9.1.6 新零售模式

9.2 休闲食品商业模式介绍

9.2.1 发展背景分析

9.2.2 行业经营模式

9.2.3 商业模式对比

9.2.4 企业生产模式

9.2.5 线上模式分析

9.2.6 线下模式分析

9.3 休闲食品连锁经营模式运行分析

9.3.1 连锁经营发展现状

9.3.2 连锁加盟的方式

9.3.3 连锁经营盈利模式

9.3.4 行业重点企业分析

9.4 休闲食品传统销售渠道的变革

9.4.1 主要销售渠道

9.4.2 传统模式的限制

9.4.3 自有门店渠道

9.4.4 重点品牌渠道

9.5 休闲食品销售渠道发展建议

9.5.1 企业发展建议

9.5.2 开拓网购渠道

9.5.3 总体营销策略

第十章 2021-2023年中国休闲食品电商市场分析

10.1 2021-2023年中国食品电商市场分析

- 10.1.1 行业发展阶段
- 10.1.2 食品网购规模
- 10.1.3 消费人群特征
- 10.1.4 商业模式分类
- 10.1.5 行业运营模式
- 10.1.6 市场竞争情况
- 10.1.7 市场监管情况
- 10.2 2021-2023年中国休闲食品电商市场分析
 - 10.2.1 市场发展动力
 - 10.2.2 市场规模分析
 - 10.2.3 市场发展现状
 - 10.2.4 平台销售状况
 - 10.2.5 细分品类份额
 - 10.2.6 品牌销售情况
 - 10.2.7 商业模式分析
 - 10.2.8 市场拓展方向
- 10.3 典型案例分析
 - 10.3.1 三只松鼠
 - 10.3.2 百草味
 - 10.3.3 良品铺子
 - 10.3.4 周黑鸭
 - 10.3.5 来伊份
 - 10.3.6 洽洽食品
 - 10.3.7 好丽友
- 10.4 休闲食品行业O2O市场分析
 - 10.4.1 市场发展态势
 - 10.4.2 消费人群画像
 - 10.4.3 区域发展状况
 - 10.4.4 市场渠道分析

第十一章 2021-2023年中国休闲食品消费行为及营销分析

11.1 休闲食品消费行为分析

- 11.1.1 细分产品消费分析
- 11.1.2 消费者需求特征
- 11.1.3 消费者属性分析
- 11.1.4 消费者选择因素
- 11.2 休闲食品广告投投放情况分析
 - 11.2.1 消费者变化情况
 - 11.2.2 广告投放总体规模
 - 11.2.3 细分领域广告投放
 - 11.2.4 行业未来发展趋势
- 11.3 休闲食品市场营销模式转变
 - 11.3.1 营销模式变革
 - 11.3.2 场景化营销
 - 11.3.3 内容生产模式
 - 11.3.4 大数据营销
- 11.4 休闲食品市场营销策略
 - 11.4.1 行业营销问题
 - 11.4.2 行业营销策略
 - 11.4.3 前期市场调研
 - 11.4.4 规划优质产品线
 - 11.4.5 市场拓展策略
 - 11.4.6 旺季营销策略
 - 11.4.7 加强创新升级
- 11.5 休闲食品品牌推广策略
 - 11.5.1 差异化策略
 - 11.5.2 品牌规划模式
 - 11.5.3 品牌发展战略
 - 11.5.4 品牌传播渠道
 - 11.5.5 数字营销策略
 - 11.5.6 营销创新分析

第十二章 2020-2023年中国休闲食品行业重点企业分析

12.1 达利食品集团有限公司

- 12.1.1 企业发展概况
- 12.1.2 2021年企业经营状况分析
- 12.1.3 2022年企业经营状况分析
- 12.1.4 2023年企业经营状况分析
- 12.2 康师傅控股有限公司
 - 12.2.1 企业发展概况
 - 12.2.2 2021年企业经营状况分析
 - 12.2.3 2022年企业经营状况分析
 - 12.2.4 2023年企业经营状况分析
- 12.3 三全食品股份有限公司
 - 12.3.1 企业发展概况
 - 12.3.2 经营效益分析
 - 12.3.3 业务经营分析
 - 12.3.4 财务状况分析
 - 12.3.5 核心竞争力分析
 - 12.3.6 公司发展战略
 - 12.3.7 未来前景展望
- 12.4 桃李面包股份有限公司
 - 12.4.1 企业发展概况
 - 12.4.2 经营效益分析
 - 12.4.3 业务经营分析
 - 12.4.4 财务状况分析
 - 12.4.5 核心竞争力分析
 - 12.4.6 公司发展战略
 - 12.4.7 未来前景展望
- 12.5 绝味食品股份有限公司
 - 12.5.1 企业发展概况
 - 12.5.2 经营效益分析
 - 12.5.3 业务经营分析
 - 12.5.4 财务状况分析
 - 12.5.5 核心竞争力分析
 - 12.5.6 公司发展战略

12.5.7 未来前景展望

12.6 重庆市涪陵榨菜集团股份有限公司

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 经营效益分析

12.6.3 业务经营分析

12.6.4 财务状况分析

12.6.5 核心竞争力分析

12.6.6 公司发展战略

12.6.7 未来前景展望

12.7 福建安井食品股份有限公司

12.7.1 企业发展概况

12.7.2 经营效益分析

12.7.3 业务经营分析

12.7.4 财务状况分析

12.7.5 核心竞争力分析

12.7.6 公司发展战略

12.7.7 未来前景展望

12.8 洽洽食品股份有限公司

12.8.1 企业发展概况

12.8.2 经营效益分析

12.8.3 业务经营分析

12.8.4 财务状况分析

12.8.5 核心竞争力分析

12.8.6 公司发展战略

12.8.7 未来前景展望

12.9 三只松鼠股份有限公司

12.9.1 企业发展概况

12.9.2 经营效益分析

12.9.3 业务经营分析

12.9.4 财务状况分析

12.9.5 核心竞争力分析

12.9.6 公司发展战略

- 12.9.7 未来前景展望
- 12.10 良品铺子股份有限公司
 - 12.10.1 企业发展概况
 - 12.10.2 经营效益分析
 - 12.10.3 业务经营分析
 - 12.10.4 财务状况分析
 - 12.10.5 核心竞争力分析
 - 12.10.6 公司发展战略
 - 12.10.7 未来前景展望
- 12.11 盐津铺子食品股份有限公司
 - 12.11.1 企业发展概况
 - 12.11.2 经营效益分析
 - 12.11.3 业务经营分析
 - 12.11.4 财务状况分析
 - 12.11.5 核心竞争力分析
 - 12.11.6 未来前景展望

第十三章 休闲食品行业投资前景及机遇分析

- 13.1 休闲食品投资前景分析
 - 13.1.1 休闲食品未来需求
 - 13.1.2 行业未来前景展望
 - 13.1.3 市场发展潜力分析
 - 13.1.4 细分市场发展前景
 - 13.1.5 进口食品投资前景
 - 13.1.6 绿色食品前景看好
- 13.2 休闲食品行业投资机会
 - 13.2.1 企业投资规模
 - 13.2.2 行业投资建议
 - 13.2.3 突破细分市场
 - 13.2.4 健康零食投资
 - 13.2.5 品牌投资机会
 - 13.2.6 进口零食投资建议

13.3 休闲食品行业投资风险及壁垒

13.3.1 宏观环境风险

13.3.2 食品安全风险

13.3.3 原材料价格风险

13.3.4 消费偏好风险

13.3.5 市场竞争风险

13.3.6 行业投资壁垒

第十四章 对2024-2030年中国休闲食品行业发展前景展望

14.1 食品行业发展前景展望

14.1.1 全球食品行业展望

14.1.2 食品消费升级趋势

14.1.3 疫情对行业的影响

14.1.4 疫情后行业发展展望

14.1.5 食品行业发展目标

14.2 休闲食品行业未来发展趋势分析

14.2.1 行业发展方向

14.2.2 总体发展趋势

14.2.3 发展战略展望

14.2.4 产业链发展趋势

14.2.5 场景化趋势

14.2.6 高新技术趋势

14.2.7 生鲜化趋势

14.3 休闲食品产品发展趋势分析

14.3.1 口味创新趋势

14.3.2 产品包装趋势

14.3.3 健康营养型趋势

14.3.4 高品质发展趋势

14.4 休闲食品品牌及营销发展趋势

14.4.1 零售业态发展趋势

14.4.2 营销模式发展趋势

14.4.3 市场结构变化趋势

14.4.4 竞争策略的趋势

14.5 对2024-2030年中国休闲食品行业预测分析

14.5.1 2024-2030年中国休闲食品行业影响因素分析

14.5.2 2024-2030年中国休闲食品行业市场规模预测

图表目录

图表1 中国休闲食品行业相关政策汇总

图表2 中国绿色食品行业相关政策规划汇总

图表3 2016-2021年中国食品安全检测行业相关政策规划

图表4 食品制造行业相关主要法律、法规

图表5 2016-2020年国内生产总值及其增长速度

图表6 2016-2020年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表7 2021年国内生产总值（GDP）初步核算

图表8 2016-2020年粮食产量

图表9 2016-2020年全部工业增加值及其增长速度

图表10 2020年主要工业产品产量及其增长速度

图表11 2021年规模以上工业增加值同比增长速度

图表12 2021年规模以上工业生产主要数据

图表13 2020年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重

图表14 2020年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表15 2020年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表16 2020-2021年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表17 2021年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表18 1953-2020年全国人口及年均增长率

图表19 2020年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表20 2020-2021年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表21 2020年居民人均消费支出及构成

图表22 2021年居民人均消费支出及构成

图表23 2020年居民消费价格月度涨跌幅度

图表24 2020年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表25 2020-2021年全国居民消费价格涨跌幅

图表26 2016-2020年社会消费品零售总额

图表27 2020-2021年社会消费品零售总额同比增速

图表28 2020-2021年按消费类型分零售额同比增速

图表29 2021年社会消费品零售总额主要数据

图表30 2011-2020年中国城镇化率走势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414846.html>