



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国休闲食品行业 运营趋势及发展前景报告

一、调研说明

《2015-2020年中国休闲食品行业运营趋势及发展前景报告》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/249614.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

休闲食品是以果蔬、谷物、肉、鱼类等为原料，采用合理的生产工艺加工制成的一类快速消费品，是在人们闲暇、休息时所吃的食品，它色味鲜美、食用方便，深受广大消费者喜爱。国家统计局数据显示：截止2013年底，全国共有规模以上休闲食品企业1917家，休闲食品行业资产总额为2057.40亿元，同比增长18.33%。2013年，我国休闲食品行业累计实现销售收入3760.20亿元，同比增长18.12%；行业共计实现利润总额342.98亿元，同比增长15.00%。

目前，规模和品种已成为休闲食品品牌企业竞争的主要因素。随着休闲食品消费需求的逐步转变，休闲食品品类愈加细化、多元化，消费者对休闲食品的健康、安全、新鲜度、美味度等方面要求也不断提高。在运营成本和人力成本逐步上升的压力下，国内休闲食品零售企业的盈利能力在不同程度的受到冲击，市场占有率向少数品牌集中的趋势逐渐明显。由于产品创新、供应链管理、营销网络建设和品牌维护所需要增加投入，企业未来只有在保证品质稳步提高的前提下，努力通过扩大规模降低生产成本才能在竞争中不断发展和壮大。

随着人们休闲方式的多样化和消费方式的变化，我国休闲食品市场需求量呈持续增长势头。据中国食品行业协会统计，目前我国休闲食品市场每年需求额超过千亿元，市场规模正在以几何级的速度增长，消费市场也在快速增长，年增幅在25%左右。

我国目前的休闲食品市场，从分类上看，膨化食品是城市家庭消费最多的休闲食品，其次是饼干类和蜜饯、肉制品等食品。除此之外，口香糖和干果类休闲食品受到各类家庭的喜爱。从消费人群看，休闲食品的消费群体已经不再限于儿童，据调查，儿童、白领阶层已经成为休闲食品的消费主力。由于现代人生活压力不断加大，美味的休闲食品能减轻人的心理压力，有助于舒缓情绪，保持心情舒畅，逐渐使得休闲食品成为人们日常消费必不可少的一部分。此外，现在人们外出旅游的机会越来越多，小包装、便于携带和食用的休闲食品更是大受欢迎。

伴随着人均可支配收入的提高、人们消费结构的升级，人们越来越注重生活品质，大量城市人口的增加为休闲食品行业的发展提供更为广阔的市场空间。休闲食品是具有旺盛生命力的产品，有着广阔的市场和巨大的发展潜力。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国休闲食品行业运营趋势及发展前景报告》共十章。介绍了休闲食品行业相关概述、中国休闲食品产业运行环境、分析了中国休闲食品行业的现状、中国休闲食品行业竞争格局、对中国休闲食品行业做了重点企业经营状况分析及中国休闲食品产业发展前景与投资预测。

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。

第一章 休闲食品行业现状分析 18

第一节 休闲食品行业定义及分类 18

一、定义 18

二、分类 18

（一）烘焙类休闲食品 18

（二）炒货类休闲食品 18

（三）糖果类休闲食品 19

（四）膨化类休闲食品 19

（五）其它种类休闲食品 19

第二节 休闲食品行业特征分析 20

一、行业的周期性 20

二、行业的区域性 20

三、行业的上下游 20

四、行业经营模式 20

五、行业的季节性 21

第三节 休闲食品行业发展概况 21

一、休闲食品品类发展特点分析 21

二、休闲食品行业发展情况分析 22

三、连锁经营促休闲食品业发展 23

四、中国休闲食品专卖店研究 24

第四节 休闲食品行业市场现状 26

一、市场规模 26

二、市场概述 26

（一）休闲食品市场发展特点分析 26

（二）休闲食品市场发展现状分析 27

（三）休闲食品市场消费变化情况 27

（四）休闲食品渠道发展的多元化 28

（五）休闲食品区域板块效应明显 29

（六）休闲食品品牌个性化驱动 30

三、存在的问题 30

(一) 经营者面临的问题分析	30
(二) 食品源头监管存在缺陷	31
(三) 销售人员存在问题分析	31
(四) 法律监管存在问题分析	31
第五节 休闲食品行业进出口状况	31
第二章 2013-2014年中国休闲食品行业发展环境分析	33
第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析	33
一、中国GDP增长情况分析	33
二、工业经济发展形势分析	34
三、社会固定资产投资分析	36
四、全社会消费品零售总额	37
五、城乡居民收入增长分析	39
六、居民消费价格变化分析	40
七、对外贸易发展形势分析	41
第二节 2014年中国休闲食品发展政策环境分析	42
一、行业管理体制及主管部门	42
二、休闲食品业主要标准规范	42
三、休闲食品业相关产业政策	43
(一) 《食品添加剂使用标准》	43
(二) 焙烤业实施标准化管理	44
(三) 糕点产品市场准入制度	45
(四) 焙烤行业其它法规政策	45
第三节 中国休闲食品发展社会环境分析	46
一、人口环境分析	46
二、教育环境分析	48
三、文化环境分析	49
四、科技环境分析	49
五、生态环境分析	51
六、中国城镇化率	52
第三章 中国休闲食品行业数据监测分析	53
第一节 中国休闲食品行业发展概况	53
第二节 中国休闲食品行业规模分析	55

一、企业数量增长分析	55
二、资产规模增长分析	55
三、销售规模增长分析	56
四、利润规模增长分析	56
第三节 中国休闲食品行业结构分析	57
一、企业数量结构分析	57
二、资产规模结构分析	58
三、销售规模结构分析	59
四、利润规模结构分析	60
第四节 中国休闲食品行业成本费用分析	61
一、销售成本分析	61
二、主要费用分析	62
第五节 中国休闲食品行业运营能力分析	62
第四章 休闲食品行业投资特性	65
第一节 产业政策及其影响	65
第二节 行业产品结构分析	66
第三节 行业集中度分析	67
一、资产集中度分析	67
二、销售集中度分析	68
三、利润集中度分析	68
第四节 产业赢利能力分析	69
第五节 产业偿债能力分析	71
第六节 产业成长能力分析	71
第五章 休闲食品行业产销量分析	73
第一节 2013-2014年休闲食品行业供给情况分析	73
第二节 中国休闲食品零售销售情况分析	73
一、休闲食品零售市场销售模式	73
二、中国休闲食品零售规模分析	74
第三节 中国休闲食品连锁经营销售情况分析	75
一、休闲食品连锁经营市场规模	75
二、休闲食品连锁门店数量规模	75
第六章 2014年中国主要休闲食品产业现状分析	76

第一节 炒货类休闲食品产业发展情况分析 76

一、中国炒货类休闲食品产业发展情况分析 76

（一）炒货类休闲食品产业链 76

（二）炒货类休闲食品主要产品 77

（三）炒货类休闲食品发展现状 78

（四）行业技术水平现状分析 79

二、炒货类休闲食品行业经营模式 80

（一）采购模式 80

（二）生产模式 80

（三）销售模式 80

（四）物流模式 81

三、炒货类休闲食品细分市场现状 82

（一）葵瓜子市场现状分析 82

1、向日葵种植面积 82

2、向日葵产量情况 82

3、葵瓜子市场现状 82

（二）花生市场现状分析 83

1、花生种植面积 83

2、花生产量分析 83

3、花生市场现状 84

（三）豆类市场现状分析 85

1、豆类种植面积 85

2、中国豆类产量 85

3、豆类市场现状 85

（四）南瓜子市场现状分析 87

（五）高档坚果类市场现状 87

四、干果及坚果市场零售规模分析 88

（一）干果市场零售规模 88

（二）坚果市场零售规模 88

五、炒货类休闲食品发展趋势分析 89

（一）消费市场发展趋势 89

（二）行业地位发展趋势 89

(三) 品牌发展趋势分析 89

(四) 消费结构发展趋势 90

第二节 烘焙类休闲食品行业发展情况分析 90

一、烘焙食品行业发展情况分析 90

(一) 行业发展概况分析 90

(二) 企业数量增长分析 92

(三) 资产规模增长分析 92

(四) 销售规模增长分析 93

(五) 利润规模增长分析 94

二、烘焙类休闲食品市场发展现状 95

(一) 品牌发展情况分析 95

(二) 市场竞争现状分析 96

(三) 行业技术水平现状 97

三、中国饼干市场发展情况分析 97

(一) 饼干行业发展状况 97

(二) 饼干产品生产分析 97

(三) 饼干市场零售规模 98

(四) 饼干品牌渗透率 98

(五) 未来发展趋势分析 99

四、蛋糕市场情况分析 101

(一) 蛋糕生产状况分析 101

(二) 蛋糕零售数量分析 102

(三) 蛋糕零售金额分析 102

(四) 蛋糕行业竞争态势 102

五、面包市场情况分析 104

(一) 面包生产状况分析 104

(二) 面包行业竞争态势 104

六、月饼点心市场情况分析 105

(一) 月饼点心生产状况 105

(二) 糕饼市场零售规模 105

(三) 糕点市场零售规模 106

(四) 月饼点心竞争态势 106

(五) 月饼点心品牌发展	107
七、烘焙类休闲食品未来市场展望	108
(一) 烘焙类休闲食品发展机遇	108
(二) 烘焙类休闲食品面临挑战	109
(三) 烘焙类休闲食品发展策略	110
第三节 糖果与巧克力行业发展情况分析	110
一、糖果与巧克力行业发展情况	110
(一) 行业发展概况分析	110
(二) 企业数量增长分析	112
(三) 资产规模增长分析	112
(四) 销售规模增长分析	113
(五) 利润规模增长分析	114
二、中国糖果行业发展情况分析	115
(一) 中国糖果标准分类	115
(二) 中国糖果产量分析	118
(三) 糖果行业细分市场现状	119
(四) 糖果行业消费市场现状	120
(五) 糖果市场消费层次分析	121
(六) 糖果行业品牌发展现状	122
(七) 糖果市场品牌渗透率	124
三、中国巧克力制品市场分析	124
(一) 巧克力市场生产分析	124
(二) 巧克力市场消费概况	125
(三) 巧克力行业品牌情况	126
(四) 巧克力的品牌渗透率	126
(五) 模注巧克力制品开发	127
(六) 巧克力市场竞争格局	129
(七) 巧克力消费需求方向	129
第四节 果脯蜜饯类休闲食品发展情况分析	130
一、中国水果种植业发展情况分析	130
(一) 果树种植情况分析	130
(二) 主要产品生产情况	131

(三) 区域发展情况分析	131
二、蜜饯行业发展情况分析	132
(一) 行业发展概况分析	132
(二) 企业数量增长分析	133
(三) 资产规模增长分析	133
(四) 销售规模增长分析	134
(五) 利润规模增长分析	135
三、果脯蜜饯休闲食品行业发展情况	136
(一) 中国果脯蜜饯发展历史	136
(二) 果脯蜜饯市场现状分析	137
(三) 果脯蜜饯市场品牌状况	137
四、果脯蜜饯休闲食品的发展趋势分析	138
(一) 产品发展趋势分析	138
(二) 品类发展趋势分析	138
(三) 技术发展趋势分析	138
(四) 包装发展趋势分析	139
(五) 添加剂发展趋势分析	139
(六) 口感外形发展趋势分析	139
第五节 膨化休闲食品市场发展情况分析	140
一、膨化休闲食品加工业发展情况分析	140
(一) 行业技术发展情况	140
(二) 产品法律法规分析	143
(三) 产品主要类别分析	143
二、膨化休闲食品市场发展现状分析	144
(一) 需求因素分析	144
(二) 市场零售规模	144
(三) 市场格局分析	145
(四) 品牌渗透率分析	145
三、薯类膨化休闲食品发展情况分析	146
(一) 薯类种植与生产情况	146
(二) 薯类休闲食品市场概况	146
(三) 薯类休闲食品市场规模	147

(四) 薯片市场竞争格局分析	147
四、膨化休闲食品行业发展趋势分析	148
(一) 市场前景展望分析	148
(二) 行业技术发展趋势	148
(三) 食品安全发展趋势	148
(四) 品牌文化发展趋势	148
第六节 中国口香糖市场发展情况分析	149
一、中国口香糖市场发展现状分析	149
(一) 口香糖市场零售量	149
(二) 口香糖市场零售额	149
(三) 中国口香糖品牌发展	150
(四) 中国口香糖消费整体状况分析	150
二、中国口香糖细分市场发展分析	151
(一) 中国无糖口香糖市场销售规模	151
(二) 中国含糖口香糖市场销售规模	151
(三) 中国泡泡糖市场销售规模	152
三、中国口香糖市场营销终端分析	152
(一) 各类口香糖终端的基本特点	152
(二) 各类口香糖终端的分布格局	154
(三) 口香糖市场主要销售模式	155
四、中国口香糖竞争现状分析	156
(一) 中国口香糖市场竞争激烈	156
(二) 中国木糖醇市场竞争现状	156
(三) 爽口片市场竞争现状分析	158
(四) 外资企业在中国市场情况	159
五、未来口香糖重点产品分析	160
(一) 戒烟口香糖	160
(二) 无糖口香糖	160
(三) 环保口香糖	161
(四) 无胶基口香糖	162
第七节 其他休闲食品市场发展情况分析	162
一、中国果冻行业发展现状分析	162

(一) 果冻市场品牌渗透率	162
(二) 果冻休闲食品细分市场	163
(三) 果冻休闲食品分销渠道	164
(四) 果冻休闲食品市场竞争	164
(五) 果冻行业进入壁垒分析	164
二、肉类休闲食品市场现状分析	165
(一) 中国畜牧产品肉类产量	165
(二) 肉类休闲食品市场概况	165
(三) 肉类休闲食品安全问题	167
三、绿色休闲食品市场现状分析	168
(一) 绿色休闲食品基本情况	168
(二) 绿色休闲食品类别分析	169
(三) 绿色休闲食品市场规模	171
(四) 绿色休闲食品行业利润	171
第七章 休闲食品行业市场竞争格局	172
第一节 市场竞争现状分析	172
一、国内外休闲食品竞争分析	172
二、主要休闲食品零售业态竞争	172
三、休闲食品零售区域竞争分析	172
四、休闲食品企业竞争主要因素	173
第二节 2013-2014年中国休闲食品企业市场占有率分析	173
一、2013-2014年中国休闲食品行业上市企业市场占有率情况	173
二、2013-2014年中国休闲食品行业非上市企业市场占有率情况	174
第三节 部分产品市场竞争情况分析	174
一、糖果休闲食品市场竞争现状	174
二、坚果炒货市场竞争现状分析	176
三、果冻休闲食品市场竞争现状	177
四、休闲饼干市场竞争状况分析	177
第八章 中国休闲食品市场消费调查	179
第一节 休闲食品消费者基本情况分析	179
一、消费者购买休闲食品频率	179
二、不同年龄的消费者偏好	179

三、休闲食品消费家庭结构 180

第二节 休闲食品消费者需求分析 180

一、消费者产品偏好分析 180

二、消费者购买目的分析 181

三、消费者考虑因素研究 181

四、消费者价格偏好分析 182

第三节 休闲食品消费者认知情况 183

一、消费者购买休闲食品途径分析 183

二、消费者对休闲食品认知渠道分析 183

三、消费者对休闲食品品牌认知情况 184

第四节 休闲食品安全问题消费者调查 184

一、休闲食品质量问题认知情况分析 184

二、休闲食品安全问题解决途径选择 184

三、休闲食品消费者信心情况分析 185

第九章 休闲食品行业主要企业分析 186

第一节 好想你枣业股份有限公司 186

一、企业发展基本情况 186

二、企业主要产品分析 187

三、企业产品质量分析 188

四、企业经营情况分析 189

五、企业产销情况分析 195

六、企业销售网络分布 195

七、企业竞争优势分析 196

第二节 黑牛食品股份有限公司 198

一、企业发展基本情况 198

二、企业主要产品分析 199

三、企业产品质量分析 200

四、企业经营情况分析 201

五、企业产销情况分析 203

六、企业销售网络分布 204

七、企业竞争优势分析 204

第三节 洽洽食品股份有限公司 206

一、企业发展基本情况	206
二、企业主要产品分析	206
三、企业产品质量分析	207
四、企业经营情况分析	208
五、企业产销情况分析	209
六、企业竞争优势分析	210
第四节 箭牌糖果（中国）有限公司	211
一、企业发展基本情况	211
二、企业主要产品分析	211
三、企业主要经济指标	212
四、企业经营效益分析	212
五、企业成本费用分析	213
六、企业销售网络分布	213
七、企业竞争优势分析	214
第五节 玛氏食品（中国）有限公司	214
一、企业发展基本情况	214
二、企业主要产品分析	215
三、企业主要经济指标	215
四、企业经营效益分析	216
五、企业成本费用分析	216
六、企业竞争优势分析	217
第六节 好丽友食品有限公司	217
一、企业发展基本情况	217
二、企业主要产品分析	218
三、企业主要经济指标	218
四、企业经营效益分析	219
五、企业成本费用分析	219
六、企业竞争优势分析	220
第七节 东莞徐记食品有限公司	221
一、企业发展基本情况	221
二、企业主要产品分析	221
三、企业主要经济指标	224

四、企业经营效益分析	224
五、企业成本费用分析	224
第八节 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司	225
一、企业发展基本情况	225
二、企业主要产品分析	226
三、企业主要经济指标	227
四、企业经营效益分析	228
五、企业成本费用分析	228
第九节 百事食品（中国）有限公司	229
一、企业发展基本情况	229
二、企业主要产品分析	230
三、企业产品质量分析	230
四、企业主要经济指标	231
五、企业经营效益分析	231
六、企业成本费用分析	232
七、企业食品发展分析	233
第十节 好当家集团有限公司	234
一、企业发展基本情况	234
二、企业主要产品分析	235
三、企业主要经济指标	235
四、企业经营效益分析	236
五、企业成本费用分析	236
六、企业销售网络分布	237
七、企业竞争优势分析	237
第十一节 湖北达利食品有限公司	238
一、企业发展基本情况	238
二、企业主要产品分析	239
三、企业主要经济指标	239
四、企业经营效益分析	240
五、企业成本费用分析	240
六、企业竞争优势分析	240
第十二节 上好佳(中国)有限公司	241

一、企业发展基本情况	241
二、企业主要产品分析	241
三、企业主要经济指标	242
四、企业经营效益分析	243
五、企业成本费用分析	243
六、企业销售网络分布	244
七、企业竞争优势分析	244
第十三节 贵州中意食品有限责任公司	245
一、企业发展基本情况	245
二、企业主要产品分析	246
三、企业主要经济指标	247
四、企业经营效益分析	247
五、企业成本费用分析	248
六、企业竞争优势分析	249
第十四节 成都福马食品有限公司	250
一、企业发展基本情况	250
二、企业主要产品分析	250
三、企业主要经济指标	251
四、企业经营效益分析	251
五、企业成本费用分析	252
六、企业竞争优势分析	252
第十章 休闲食品行业发展预测	254
第一节 2014-2018年中国休闲食品行业发展趋势	254
一、休闲食品行业发展趋势分析	254
二、休闲食品市场发展趋势分析	258
三、休闲食品产品发展趋势分析	259
四、休闲食品行业竞争趋势分析	260
第二节 2014-2018年中国休闲食品行业市场前景	261
一、2014-2018年中国休闲食品供给预测	261
二、2014-2018年中国休闲食品行业销售收入预测	261
第三节 休闲食品行业SWOT分析	262
一、优势分析	262

- 二、劣势分析 264
- 三、机会分析 264
- 四、威胁分析 265
- 五、中国休闲食品行业SWOT分析图 265

第四节 投资分析 266

- 一、行业投资现状 266
- 二、投资政策分析 267
 - (一) 休闲食品产业发展方向和重点 268
 - (二) 休闲食品产业布局 269
 - (三) 休闲食品发展目标 270
- 三、投资潜力分析 271
- 四、投资效益分析 272
- 五、投资风险分析 272
 - (一) 市场风险 272
 - (二) 政策风险 272
 - (三) 经营风险 273
 - (四) 技术风险 274
 - (五) 竞争风险 274
- 六、投资策略分析 274
 - (一) 休闲食品市场策略分析 274
 - (二) 休闲食品营销策略分析 275
 - (三) 提高企业竞争力的策略 276

图表目录：

- 图表 1 休闲食品行业产业链示意图 20
- 图表 2 休闲食品行业主要商业模式 21
- 图表 3 2013-2014年中国休闲食品行业销售收入变化趋势图 26
- 图表 4 2013-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 34
- 图表 5 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 34
- 图表 6 2013-2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图 35
- 图表 7 2013-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 37
- 图表 8 2013-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 38
- 图表 9 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 38

图表 10 2013-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 39

图表 11 2013-2014年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 40

图表 12 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 41

图表 13 2013-2014年中国进出口总额增长趋势图 42

图表 14 中国休闲食品行业相关标准 43

图表 15 中国焙烤行业其它法规政策分析 46

图表 16 2013-2014年中国人口总量增长趋势图 47

图表 17 2014年中国人口数量及其构成情况统计 47

图表 18 2013-2014年中国各级各类学校招生人数统计 49

图表 19 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 52

图表 20 2013-2014年中国休闲食品行业经济指标统计 54

图表 21 2013-2014年中国休闲食品企业数量变化趋势图 55

图表 22 2013-2014年中国休闲食品行业资产总额统计 55

图表 23 2013-2014年中国休闲食品行业资产变化趋势图 56

图表 24 2013-2014年中国休闲食品行业销售收入统计 56

图表 25 2013-2014年中国休闲食品行业利润总额统计 57

图表 26 2013-2014年中国休闲食品行业利润变化趋势图 57

图表 27 2012-2014年不同所有制休闲食品企业数量统计 58

图表 28 2014年不同所有制休闲食品企业数量所占份额 58

图表 29 2012-2014年不同所有制休闲食品企业资产总额统计 58

图表 30 2014年不同性质的休闲食品企业资产总额所占份额 59

图表 31 2012-2014年不同所有制休闲食品企业销售收入统计 59

图表 32 2014年不同性质的休闲食品企业销售收入所占份额 60

图表 33 2012-2014年不同所有制休闲食品企业利润总额统计 60

图表 34 2014年不同性质的休闲食品企业利润总额所占份额 61

图表 35 2013-2014年中国休闲食品行业销售成本统计 61

图表 36 2013-2014年中国休闲食品行业销售成本趋势图 62

图表 37 2013-2014年中国休闲食品行业费用统计 62

图表 38 2013-2014年中国休闲食品行业应收账款周转率情况 63

图表 39 2013-2014年中国休闲食品行业流动资产周转率情况 63

图表 40 2013-2014年中国休闲食品行业总资产周转率情况 64

图表 41 2014年中国主要休闲食品市场零售量及零售额情况 66

图表 42 2014年中国焙烤食品制造行业资产区域结构图 67

图表 43 2014年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业资产区域结构图 67

图表 44 2014年中国焙烤食品制造行业销售收入区域结构图 68

图表 45 2014年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业销售收入区域结构图 68

图表 46 2014年中国焙烤食品制造行业利润区域结构图 69

图表 47 2014年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业利润区域结构图 69

图表 48 2013-2014年中国休闲食品行业毛利率情况 70

图表 49 2013-2014年中国休闲食品行业成本费用利润率情况 70

图表 50 2013-2014年中国休闲食品行业销售利润率情况 70

图表 51 2013-2014年中国休闲食品行业资产利润率情况 71

图表 52 2013-2014年中国休闲食品行业资产负债率情况 71

图表 53 2010-2014年中国休闲食品行业成长能力指标统计 72

图表 54 2013-2014年中国休闲食品行业产成品变化趋势图 73

图表 55 中国休闲食品市场零售量与零售额统计 74

图表 56 2013-2014年中国休闲食品连锁经营零售市场规模变化趋势图 75

图表 57 炒货类休闲食品产业链示意图 76

图表 58 炒货类休闲市场主要产品类别情况 77

图表 59 中国瓜子工业化生产设备演进历史 79

图表 60 中国向日葵种植面积统计 82

图表 61 中国向日葵产量统计 82

图表 62 2013-2014年中国花生播种面积统计 83

图表 63 2013-2014年中国花生产量统计 84

图表 64 中国豆类种植面积统计 85

图表 65 中国豆类产量统计 85

图表 66 2013-2014年中国干果市场零售量与零售额情况 88

图表 67 2013-2014年中国坚果市场零售量与零售额情况 88

图表 68 2013-2014年中国烘焙食品行业经济指标统计 91

图表 69 2013-2014年中国烘焙食品企业数量变化趋势图 92

图表 70 2013-2014年中国烘焙食品行业资产总额统计 92

图表 71 2013-2014年中国烘焙食品行业资产变化趋势图 93

图表 72 2013-2014年中国烘焙食品行业销售收入统计 93

图表 73 2013-2014年中国烘焙食品行业销售收入变化趋势图 94

图表 74 2013-2014年中国烘焙食品行业利润总额统计 94

图表 75 2013-2014年中国烘焙食品行业利润变化趋势图 95

图表 76 2013-2014年中国饼干产量变化趋势图 98

图表 77 2013-2014年中国饼干市场零售量与零售额情况 98

图表 78 2014年中国饼干/威化/派品牌市场渗透率情况 99

图表 79 2013-2014年中国蛋糕零售量统计 102

图表 80 2013-2014年中国蛋糕零售额统计 102

图表 81 2013-2014年中国糕饼市场零售量与零售额情况 106

图表 82 2013-2014年中国糕点市场零售量与零售额情况 106

图表 83 中国部分月饼品牌情况 107

图表 84 2013-2014年中国糖果及巧克力行业经济指标统计 111

图表 85 2013-2014年中国糖果及巧克力企业数量变化趋势图 112

图表 86 2013-2014年中国糖果及巧克力行业资产总额统计 112

图表 87 2013-2014年中国糖果及巧克力行业资产变化趋势图 113

图表 88 2013-2014年中国糖果及巧克力行业销售收入统计 113

图表 89 2013-2014年中国糖果及巧克力行业销售收入变化趋势图 114

图表 90 2013-2014年中国糖果及巧克力行业利润总额统计 114

图表 91 2013-2014年中国糖果及巧克力行业利润变化趋势图 115

图表 92 中国糖果的分类 116

图表 93 2013-2014年中国糖果产量统计 118

图表 94 糖果行业品牌分布情况 123

图表 95 2014年中国糖果品牌市场渗透率情况 124

图表 96 中国市场十大巧克力品牌情况 126

图表 97 2014年中国巧克力品牌市场渗透率情况 127

图表 98 中国果园种植面积统计 130

图表 99 中国水果及主要品种产量统计 131

图表 100 中国水果主要产区分布情况 131

图表 101 2013-2014年中国蜜饯制作行业经济指标统计 132

图表 102 2013-2014年中国蜜饯制作企业数量变化趋势图 133

图表 103 2013-2014年中国蜜饯制作行业资产总额统计 134

图表 104 2013-2014年中国蜜饯制作行业资产变化趋势图 134

图表 105 2013-2014年中国蜜饯制作行业销售收入统计 134

图表 106 2013-2014年中国蜜饯制作行业销售收入变化趋势图 135

图表 107 2013-2014年中国蜜饯制作行业利润总额统计 135

图表 108 2013-2014年中国蜜饯制作行业利润变化趋势图 136

图表 109 果脯蜜饯行业主要品牌情况 137

图表 110 2013-2014年中国膨化食品市场零售量与零售额情况 145

图表 111 2013-2014年中国膨化食品分类型市场零售额占比情况 145

图表 112 2014年中国膨化食品品牌市场渗透率情况 146

图表 113 中国薯类种植面积与产量统计 146

图表 114 2013-2014年中国薯条/薯片市场零售量与零售额情况 147

图表 115 2013-2014年中国口香糖市场零售量统计 149

图表 116 2013-2014年中国口香糖市场零售额变统计 149

图表 117 中国口香糖十大品牌情况 150

图表 118 2013-2014年中国无糖口香糖市场零售量及零售额情况 151

图表 119 2013-2014年中国含糖口香糖市场零售量及零售额情况 152

图表 120 2013-2014年中国泡泡糖市场零售量及零售额情况 152

图表 121 糖果购买场所分布情况 154

图表 122 中国主要口香糖品牌情况 156

图表 123 2014年中国果冻品牌市场渗透率情况 163

图表 124 2013-2014年中国主要畜产品中肉类产量统计 165

图表 125 2013-2014年中国绿色休闲食品市场规模增长趋势图 171

图表 126 2013-2014年中国休闲食品行业部分上市企业市场占有率情况表 173

图表 127 2013-2014年中国休闲食品行业主要非上市企业市场占有率情况表 174

图表 128 消费者购买休闲食品频率分析 179

图表 129 休闲食品消费人群年龄结构情况 179

图表 130 休闲食品消费家庭结构分析 180

图表 131 最常购买休闲食品消费调查情况 181

图表 132 消费者购买休闲食品的目的分析 181

图表 133 消费者选择休闲食品主要考虑因素分析 182

图表 134 消费者最常购买的休闲食品单价分析 182

图表 135 消费者购买休闲食品途径分析 183

图表 136 消费者对休闲食品的认知渠道分析 183

图表 137 好想你枣业股份有限公司休闲食品产品情况表 187

图表 138 好想你枣业股份有限公司蜜饯大礼包产品图 187

图表 139 2014年好想你枣业股份有限公司分产品情况表 194

图表 140 2014年好想你枣业股份有限公司业务结构情况 194

图表 141 2014年好想你枣业股份有限公司分地区情况表 195

图表 142 2011-2014年好想你枣业股份有限公司经营情况表 195

图表 143 2013-2014年好想你枣业股份有限公司红枣行业产销情况表 195

图表 144 好想你枣业股份有限公司销售网络图 196

图表 145 黑牛食品股份有限公司组织结构图 199

图表 146 黑牛食品股份有限公司主要产品情况表 200

图表 147 黑牛食品股份有限公司产品示意图 200

图表 148 2014年黑牛食品股份有限公司分产品情况表 202

图表 149 2014年黑牛食品股份有限公司业务结构情况 203

图表 150 2014年黑牛食品股份有限公司分地区情况表 203

图表 151 2011-2014年黑牛食品股份有限公司经营情况表 203

图表 152 2013-2014年黑牛食品股份有限公司食品饮料产销情况表 204

图表 153 黑牛食品股份有限公司销售网络图 204

图表 154 洽洽食品股份有限公司主要产品情况表 207

图表 155 洽洽食品股份有限公司产品示意图 207

图表 156 2014年洽洽食品股份有限公司分产品情况表 208

图表 157 2014年洽洽食品股份有限公司业务结构情况 209

图表 158 2014年洽洽食品股份有限公司分地区情况表 209

图表 159 2011-2014年洽洽食品股份有限公司经营情况表 209

图表 160 2013-2014年洽洽食品股份有限公司休闲食品产销情况表 210

图表 161 箭牌糖果（中国）有限公司产品情况表 212

图表 162 箭牌糖果（中国）有限公司资产及负债统计 212

图表 163 箭牌糖果（中国）有限公司收入及利润情况 212

图表 164 箭牌糖果（中国）有限公司资产负债率情况 212

图表 165 箭牌糖果（中国）有限公司盈利能力指标 213

图表 166 箭牌糖果（中国）有限公司成本费用情况 213

图表 167 箭牌糖果（中国）有限公司营销网络图 213

图表 168 玛氏食品（中国）有限公司基本情况 215

图表 169 玛氏食品(中国)有限公司产品情况表 215

图表 170 玛氏食品（中国）有限公司资产及负债统计	216
图表 171 玛氏食品（中国）有限公司收入及利润情况	216
图表 172 玛氏食品（中国）有限公司资产负债率情况	216
图表 173 玛氏食品（中国）有限公司盈利能力指标	216
图表 174 玛氏食品（中国）有限公司成本费用情况	217
图表 175 好丽友食品有限公司基本情况	218
图表 176 好丽友食品有限公司产品情况表	218
图表 177 好丽友食品有限公司口香糖产品示意图	218
图表 178 好丽友食品有限公司资产及负债统计	219
图表 179 好丽友食品有限公司收入及利润情况	219
图表 180 好丽友食品有限公司资产负债率情况	219
图表 181 好丽友食品有限公司盈利能力指标	219
图表 182 好丽友食品有限公司成本费用情况	220
图表 183 好丽友食品有限公司成本费用结构图	220
图表 184 东莞徐记食品有限公司基本情况	221
图表 185 东莞徐记食品有限公司主要产品情况表	222
图表 186 东莞徐记食品有限公司资产及负债统计	224
图表 187 东莞徐记食品有限公司收入及利润情况	224
图表 188 东莞徐记食品有限公司资产负债率情况	224
图表 189 东莞徐记食品有限公司盈利能力指标	224
图表 190 东莞徐记食品有限公司成本费用情况	225
图表 191 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司基本情况	226
图表 192 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司休闲食品产品示意图	227
图表 193 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司资产及负债统计	228
图表 194 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司收入及利润情况	228
图表 195 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司资产负债率情况	228
图表 196 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司盈利能力指标	228
图表 197 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司成本费用情况	229
图表 198 百事食品（中国）有限公司基本情况	229
图表 199 百事食品(中国)有限公司休闲食品产品示意图	230
图表 200 百事食品（中国）有限公司资产及负债统计	231
图表 201 百事食品（中国）有限公司收入及利润情况	231

图表 202 百事食品（中国）有限公司资产负债率情况 232

图表 203 百事食品（中国）有限公司盈利能力指标 232

图表 204 百事食品（中国）有限公司成本费用情况 232

图表 205 百事食品（中国）有限公司成本费用结构图 233

图表 206 好当家集团有限公司基本情况 235

图表 207 好当家集团有限公司产品情况表 235

图表 208 好当家集团有限公司资产及负债统计 236

图表 209 好当家集团有限公司收入及利润情况 236

图表 210 好当家集团有限公司资产负债率情况 236

图表 211 好当家集团有限公司盈利能力指标 236

图表 212 好当家集团有限公司成本费用情况 237

图表 213 好当家集团有限公司成本费用结构图 237

图表 214 湖北达利食品有限公司基本情况 238

图表 215 湖北达利食品有限公司产品情况表 239

图表 216 湖北达利食品有限公司资产及负债统计 239

图表 217 湖北达利食品有限公司收入及利润情况 239

图表 218 湖北达利食品有限公司资产负债率情况 240

图表 219 湖北达利食品有限公司盈利能力指标 240

图表 220 湖北达利食品有限公司成本费用情况 240

图表 221 上好佳(中国)有限公司产品情况表 242

图表 222 上好佳(中国)有限公司资产及负债统计 242

图表 223 上好佳(中国)有限公司收入及利润情况 242

图表 224 上好佳(中国)有限公司资产负债率情况 243

图表 225 上好佳(中国)有限公司盈利能力指标 243

图表 226 上好佳(中国)有限公司成本费用情况 243

图表 227 上好佳(中国)有限公司成本费用结构图 244

图表 228 贵州中意食品有限责任公司基本情况 246

图表 229 贵州中意食品有限责任公司休闲食品产品情况表 246

图表 230 贵州中意食品有限责任公司休闲食品产品示意图 247

图表 231 贵州中意食品有限责任公司资产及负债统计 247

图表 232 贵州中意食品有限责任公司收入及利润情况 247

图表 233 贵州中意食品有限责任公司资产负债率情况 248

图表 234 贵州中意食品有限责任公司盈利能力指标 248
图表 235 贵州中意食品有限责任公司成本费用情况 248
图表 236 贵州中意食品有限责任公司成本费用结构图 249
图表 237 成都福马食品有限公司基本情况 250
图表 238 成都福马食品有限公司福马派产品示意图 251
图表 239 成都福马食品有限公司收入及利润情况 251
图表 240 成都福马食品有限公司盈利能力指标 251
图表 241 成都福马食品有限公司成本费用情况 252
图表 242 成都福马食品有限公司成本费用结构图 252
图表 243 2014-2018年中国休闲食品行业销售收入预测趋势图 261
图表 244 中国休闲食品行业SWOT分析图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249614.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。