

2012-2016年休闲食品行业投资策略及深度研究咨 询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年休闲食品行业投资策略及深度研究咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/122750.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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 69
 - 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 328
 - 第一节 我国休闲食品行业前景与机遇分析 328
 - 一、我国休闲食品行业发展前景 328
 - 二、我国休闲食品发展机遇分析 330
 - 三、2012年休闲食品的发展机遇分析 332
 - 第二节 2012-2016年中国休闲食品市场趋势分析 334
 - 一、口味创新必然趋势 334
 - 二、产品包装的发展趋势 334
 - 三、营销模式的发展趋势 335
 - 四、竞争策略的发展趋势 336
 - 五、市场结构的变化趋势 337
- 第十六章 未来休闲食品行业发展预测 339
 - 第一节 未来休闲食品需求与消费预测 339
 - 一、2012-2016年休闲食品产品消费预测 339
 - 二、2012-2016年休闲食品行业销售收入预测 341
 - 第二节 2012-2016年中国休闲食品行业供需预测 342
 - 一、2011-2012年中国休闲食品供给预测 342
 - 二、2012-2016年中国休闲食品需求预测 342
 - 三、2012-2016年中国休闲食品产品价格预测 342

第十七章 中国休闲食品行业整体运行指标分析 343

第一节 2011年中国休闲食品行业总体规模分析 343

一、企业数量结构分析 343

二、行业生产规模分析 343

第二节 2011年中国休闲食品行业产销分析 343

一、行业产成品情况总体分析 343

二、行业产品销售收入总体分析 346

第三节 2011年年中国休闲食品行业财务指标总体分析 346

一、行业盈利能力分析 346

二、行业营运能力分析 349

三、行业发展能力分析 352

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 355

第一节 经济发展环境分析 355

一、2012年我国宏观经济形势分析 355

二、2012-2016年投资趋势及其影响预测 362

第二节 休闲食品政策环境分析 364

一、休闲食品历史政策环境分析 364

二、休闲食品市场环境分析 364

第三节 技术发展环境分析 365

一、国内休闲食品技术现状 365

二、2012-2016年休闲食品技术发展趋势分析 366

第十九章 休闲食品行业投资策略分析 369

第一节 行业发展特征 369

一、行业的周期性 369

二、行业的区域性 369

三、行业的上下游 369

四、行业经营模式 369

第二节 行业投资形势分析 372

一、行业发展格局 372

二、行业进入壁垒 374

三、行业SWOT分析 376

第三节 休闲食品行业投资效益分析 384

一、2011-2012年休闲食品行业投资状况分析 384

二、2011年休闲食品行业投资状况分析 385

三、2011年休闲食品行业投资效益分析	385
四、2012-2016年休闲食品行业投资趋势预测	386
五、2012-2016年休闲食品行业的投资方向	387
第四节 影响休闲食品行业发展的主要因素	389
一、2012-2016年影响休闲食品行业运行的有利因素分析	389
二、2012-2016年影响休闲食品行业运行的稳定因素分析	392
三、2012-2016年影响休闲食品行业运行的不利因素分析	393
四、2012-2016年我国休闲食品行业发展面临的挑战分析	395
五、2012-2016年我国休闲食品行业发展面临的机遇分析	396
第五节 休闲食品行业投资风险	397
一、2012-2016年休闲食品行业市场风险	397
二、2012-2016年休闲食品行业政策风险	397
三、2012-2016年休闲食品行业经营风险	398
四、2012-2016年休闲食品行业技术风险	398
五、2012-2016年休闲食品行业同业竞争风险	399
第二十章 休闲食品行业投资战略研究	400
第一节 休闲食品行业发展战略研究	400
一、战略综合规划	400
二、产品战略规划	400
三、营销品牌战略	401
四、竞争战略规划	401
第二节 对我国休闲食品品牌的战略思考	402
一、企业品牌的重要性	402
二、休闲食品实施品牌战略的意义	403
三、休闲食品企业品牌的现状分析	404
四、我国休闲食品企业的品牌战略	406
五、休闲食品品牌战略管理的策略	407
第三节 休闲食品行业投资战略研究	409
一、2012年食品行业投资战略	409
二、2012年休闲食品行业投资战略	411
三、2012-2016年休闲食品行业投资战略	416
四、2012-2016年细分行业投资战略	419
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年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 72
- 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 73
- 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 74
- 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 75
- 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 76
- 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 77
- 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 78
- 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 79
- 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 80
- 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 81
- 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：我国休闲食品市场增长图 328
- 图表：各区域独特休闲食品品类 330
- 图表：2011年中国休闲食品销售收入总体情况 346
- 略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/122750.html>