

2014-2019年中国休闲食品 行业监测与投资机遇研究报告

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

《2014-2019年中国休闲食品行业监测与投资机遇研究报告》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/201405/106025.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

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个世纪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。

【 目 录 】

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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019年我国休闲食品市场竞争趋势	198
三、2014-2019年休闲食品行业竞争格局展望	199
四、2014-2019年休闲食品行业竞争策略分析	200
五、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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 2014-2019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、2014-2019年休闲食品产品消费预测 339
- 二、2014-2019年休闲食品行业销售收入预测 341

第二节 2014-2019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、2014-2019年中国休闲食品需求预测 342
- 三、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019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、2014-2019年休闲食品行业投资趋势预测 386

五、2014-2019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、2014-2019年影响休闲食品行业运行的有利因素分析 389

二、2014-2019年影响休闲食品行业运行的稳定因素分析	392
三、2014-2019年影响休闲食品行业运行的不利因素分析	393
四、2014-2019年我国休闲食品行业发展面临的挑战分析	395
五、2014-2019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、2014-2019年休闲食品行业市场风险	397
二、2014-2019年休闲食品行业政策风险	397
三、2014-2019年休闲食品行业经营风险	398
四、2014-2019年休闲食品行业技术风险	398
五、2014-2019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、2014-2019年休闲食品行业投资战略	416
四、2014-2019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：<http://www.cction.com/report/201405/106025.html>