

2016-2020年中国休闲食品 市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2020年中国休闲食品市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1511/728029CZWO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2020年中国休闲食品市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十三章。报告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。您若想对休闲食品产业有个系统的了解或者想投资休闲食品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

食品工业是一个古老而永恒的产业，目前我国食品制造工业的生产水平已经得到了快速地提高，产业结构不断优化，产品品种也日益丰富。2014年1-12月，全国规模以上食品工业企业（含烟草）累计完成主营业务收入108,933.0亿元，同比增长8.0%；实现利润总额7,581.4亿元，同比增长1.2%。

而随着我国经济水平的发展和人民生活水平的提高，居民人均食品购买能力及支出逐年提高，人们不再满足于过去的“吃饱”甚至是“吃好”，更在正常的三餐之外寻求能够满足食欲、丰富营养、提高生活质量的休闲食品。

2014年我国休闲食品行业产值已经接近万亿元，年增长率超过15%，是食品行业中增速最快的子行业之一。然而我国居民人均休闲食品年消费量仅有25克左右，远低于西方发达国家高于3公斤的数据。

近几年来我国国民生产总值增速逐渐放缓，但居民收入增速不减。2014年全年全国居民人均可支配收入为20167元，扣除价格因素后实际增长8.0%。居民收入的快速上涨为休闲食品行业的发展奠定了基础，未来还需在食品安全、产品创新等方面取得更大的进步。

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 食品药品监督机构
- 1.1.2 食品安全法修订
- 1.1.3 加大粮食生产补贴力度
- 1.1.4 食品安全国家标准整合

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 未来发展趋势

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 物价走势情况

1.3.4 社会消费规模

1.3.5 居民恩格尔系数

1.3.6 行业薪酬情况

第二章 2013-2015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 发展态势

2.1.2 发展特点

2.1.3 发展优势

2.2 2013-2015年中国食品工业运行分析

2.2.1 行业发展规模

2.2.2 主要产品产量

2.2.3 区域发展格局

2.2.4 行业投资情况

2.3 2013-2015年中国食品制造业财务数据分析

2.3.1 行业规模分析

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

2.4 中国食品工业发展面临的挑战及发展策略

2.4.1 产业化程度低

2.4.2 运用高新技术

2.4.3 培养专业人才

2.4.4 创新产品生产

2.4.5 转变经营模式

2.4.6 建立现代化商业制度

第三章 2013-2015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 行业发展历程
 - 3.1.2 行业发展阶段
 - 3.1.3 行业发展特点
 - 3.1.4 行业发展重点
- 3.2 2013-2015年休闲食品行业发展规模
 - 3.2.1 行业产值规模
 - 3.2.2 市场需求分析
 - 3.2.3 市场消费规模
 - 3.2.4 经济发展指标
 - 3.2.5 子行业产值规模
- 3.3 2013-2015年休闲食品市场竞争格局
 - 3.3.1 市场格局概述
 - 3.3.2 细分市场份额
 - 3.3.3 区域格局分析
 - 3.3.4 品牌竞争格局
 - 3.3.5 中外企业竞争优势
- 3.4 2013-2015年县域休闲食品市场发展分析
 - 3.4.1 市场发展背景
 - 3.4.2 市场消费特征
 - 3.4.3 品牌消费意识
 - 3.4.4 渠道销售选择
- 3.5 休闲食品包装问题分析
 - 3.5.1 食品包装的功能
 - 3.5.2 小微包装趋势
 - 3.5.3 休闲食品包装设计
 - 3.5.4 食品包装的发展趋势
- 3.6 中国休闲食品行业发展对策分析
 - 3.6.1 不断追求产品创新
 - 3.6.2 保障休闲食品质量
 - 3.6.3 充分利用科学技术
 - 3.6.4 提高经营管理能力
 - 3.6.5 运用市场营销手段

第四章 2013-2015年焙烤类休闲食品发展分析

4.1 2013-2015年焙烤食品发展分析

4.1.1 行业相关定义

4.1.2 行业发展态势

4.1.3 市场规模分析

4.1.4 行业营销模式

4.1.5 行业发展措施

4.1.6 行业发展预测

4.1.7 发展趋势预测

4.2 2011-2015年中国糕点、面包制造行业财务状况

4.2.1 行业经济规模分析

4.2.2 盈利能力指标分析

4.2.3 营运能力指标分析

4.2.4 偿债能力指标分析

4.3 糕点食品

4.3.1 中外行业对比

4.3.2 中式糕点发展分析

4.3.3 行业运行状况

4.3.4 市场竞争主体

4.3.5 企业发展困境

4.3.6 体验营销策略

4.4 面包食品

4.4.1 行业发展特点

4.4.2 行业经营模式

4.4.3 行业竞争格局

4.4.4 行业影响因素

4.4.5 行业进入壁垒

4.4.6 未来发展趋势

4.5 饼干食品

4.5.1 行业简介及标准

4.5.2 行业经济运行状况

4.5.3 市场消费分析

4.5.4 品牌影响力分析

4.5.5 细分领域分析

4.5.6 行业发展困境

4.5.7 行业发展策略

4.5.8 市场潜力分析

4.6 膨化食品

4.6.1 市场发展态势

4.6.2 市场消费状况

4.6.3 细分产品格局

4.6.4 最新法律法规

4.6.5 品牌影响力分析

4.6.6 相关设备需求

第五章 2013-2015年坚果炒货类休闲食品发展分析

5.1 2013-2015年坚果炒货行业发展分析

5.1.1 行业发展概述

5.1.2 行业市场规模

5.1.3 产业集群发展

5.1.4 产品消费趋势

5.1.5 市场发展趋势

5.2 坚果类产品

5.2.1 全球市场规模

5.2.2 消费行为选择

5.2.3 进出口状况分析

5.2.4 区域发展状况

5.2.5 坚果贸易加工基地

5.2.6 加强品牌营销策略

5.3 炒货类产品

5.3.1 消费者行为分析

5.3.2 花生市场竞争格局

5.3.3 花生市场营销策略

5.3.4 瓜子市场营销策略

5.3.5 炒货机市场格局

第六章 2013-2015年糖果类休闲食品发展分析

6.1 2013-2015年糖果行业发展分析

6.1.1 行业发展阶段

6.1.2 行业发展现状

6.1.3 产品产量规模

6.1.4 区域格局分析

6.1.5 企业营销策略

6.2 2011-2015年中国糖果、巧克力制造行业财务状况

6.2.1 行业经济规模分析

6.2.2 盈利能力指标分析

6.2.3 营运能力指标分析

6.2.4 偿债能力指标分析

6.3 传统糖果

6.3.1 市场竞争格局

6.3.2 热点产品分析

6.3.3 行业发展需转型

6.3.4 行业发展趋势

6.4 巧克力

6.4.1 市场现状分析

6.4.2 原材料减产成因

6.4.3 价格上涨趋势

6.4.4 品牌影响力

6.4.5 市场竞争格局

6.4.6 市场发展前景

6.5 口香糖

6.5.1 消费行为分析

6.5.2 市场竞争格局

6.5.3 品牌影响力

6.5.4 市场消费潜力

6.5.5 口香糖污染问题

第七章 2013-2015年果冻及果脯食品市场分析

7.1 果脯蜜饯

7.1.1 行业发展概况

7.1.2 蜜饯产品流派

7.1.3 重点品牌介绍

7.1.4 消费行为分析

7.2 2011-2015年蜜饯制造行业财务状况

7.2.1 行业经济规模分析

7.2.2 盈利能力指标分析

7.2.3 营运能力指标分析

7.2.4 偿债能力指标分析

7.3 果冻

7.3.1 行业发展综述

7.3.2 行业现状分析

7.3.3 行业相关标准

7.3.4 行业发展规模

7.3.5 市场竞争状况

7.3.6 行业问题及对策

7.3.7 行业发展趋势

7.4 红枣制品

7.4.1 行业发展综述

7.4.2 市场规模分析

7.4.3 行业产业链分析

7.4.4 市场发展预测

第八章 2013-2015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 细分产品分析

8.1.3 市场规模分析

8.1.4 海苔市场概况

8.1.5 区域市场分析

8.2 进口休闲食品

8.2.1 市场规模分析

8.2.2 市场需求分析

- 8.2.3 市场贸易现状
- 8.2.4 质量安全状况
- 8.2.5 热门零售品种
- 8.2.6 市场定位分析
- 8.2.7 销售渠道分析
- 8.2.8 市场发展前景

8.3 儿童休闲食品

- 8.3.1 行业标准缺失
- 8.3.2 市场整治状况
- 8.3.3 行业存在的问题
- 8.3.4 行业改进措施

第九章 2013-2015年中国休闲食品电商市场分析

9.1 2013-2015年中国食品电商市场分析

- 9.1.1 食品网购规模
- 9.1.2 消费人群特征
- 9.1.3 商业模式分类
- 9.1.4 市场竞争主体
- 9.1.5 加强市场监管
- 9.1.6 市场规模预测

9.2 2012-2015年中国休闲食品电商市场分析

- 9.2.1 市场规模分析
- 9.2.2 电商发展意义
- 9.2.3 投资并购动态
- 9.2.4 市场拓展方向

9.3 重点电商平台休闲食品市场分析

- 9.3.1 淘宝网
- 9.3.2 一号店
- 9.3.3 京东商城

9.4 典型案例分析

- 9.4.1 三只松鼠纯电商发展
- 9.4.2 良品铺子O2O模式
- 9.4.3 棒棒娃打造信息化电商

9.4.4 西米网的失败经验

第十章 2013-2015年中国休闲食品消费行为及营销分析

10.1 休闲食品消费行为分析

10.1.1 休闲食品消费概况

10.1.2 细分产品消费分析

10.1.3 消费者属性分析

10.1.4 消费者选择因素

10.2 休闲食品广告投投放情况分析

10.2.1 广告投放总体规模

10.2.2 广告投放类型分析

10.2.3 电视广告投放情况

10.2.4 细分领域广告投放

10.3 休闲食品市场营销策略

10.3.1 前期市场调研

10.3.2 规划优质产品线

10.3.3 市场拓展策略

10.3.4 旺季营销策略

10.3.5 加强创新升级

10.4 休闲食品品牌推广策略

10.4.1 品牌规划模式

10.4.2 差异化策略

10.4.3 品牌发展战略

10.4.4 品牌传播渠道

10.4.5 品牌营销形式

第十一章 2013-2015年中国休闲食品经营模式分析

11.1 行业主要运营模式简析

11.1.1 主要经营模式介绍

11.1.2 连锁经营模式

11.1.3 量贩式零食店

11.1.4 发展自有品牌

11.2 休闲食品市场渠道分析

11.2.1 市场零售业态

11.2.2 连锁专卖店

11.2.3 市场网购渠道

11.2.4 销售渠道下沉

11.2.5 渠道品牌分析

11.3 休闲食品连锁经营模式分析

11.3.1 连锁经营市场规模

11.3.2 连锁加盟的方式

11.3.3 重点企业分析

11.3.4 连锁经营的优势

第十二章 2013-2015年中国休闲食品行业重点企业分析

12.1 雀巢公司 (Nestle)

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 企业经营状况

12.1.3 业务发展情况

12.1.4 中国市场战略

12.1.5 模块组合营销

12.2 亿滋国际 (Mondel z International, Inc)

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 企业经营状况

12.2.3 企业业绩分析

12.2.4 产品调整动态

12.2.5 饼干销量下滑

12.3 好时食品集团

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 企业经营状况

12.3.3 收购本土企业

12.3.4 设立研发中心

12.4 中国旺旺控股有限公司

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 企业经营状况

12.4.3 产品创新策略

12.4.4 销售渠道拓展

12.4.5 多元化产品策略

12.5 康师傅控股有限公司

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 企业经营情况

12.5.3 主营业务下滑

12.5.4 市场领先地位

12.5.5 建立长沙工厂

12.6 洽洽食品股份有限公司

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 未来前景展望

12.7 好想你枣业股份有限公司

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 未来前景展望

12.8 广东喜之郎集团有限公司

12.8.1 企业发展概况

12.8.2 企业发展历程

12.8.3 企业发展规模

12.8.4 多元产品品牌

12.8.5 产品品质管理

第十三章 2016-2020年中国休闲食品投资分析及行业前景预测

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 农村市场投资前景

13.1.5 进口食品投资前景

- 13.1.6 绿色食品前景看好
- 13.2 休闲食品行业投资风险
 - 13.2.1 市场竞争风险
 - 13.2.2 行业发展风险
 - 13.2.3 企业经营风险
- 13.3 休闲食品行业投资机会
 - 13.3.1 行业发展机会
 - 13.3.2 突破细分市场
 - 13.3.3 进口零食投资建议
- 13.4 休闲食品行业未来发展趋势分析
 - 13.4.1 未来发展思路
 - 13.4.2 行业发展格局
 - 13.4.3 未来发展趋势
 - 13.4.4 产品发展趋势
 - 13.4.5 行业消费趋势
 - 13.4.6 行业发展路径
- 13.5 2016-2020年中国休闲食品行业前景预测
 - 13.5.1 2016-2020年中国休闲食品行业发展规模预测分析
 - 13.5.2 2016-2020年中国糕点、面包制造业预测分析
 - 13.5.3 2016-2020年中国饼干及其他焙烤食品制造业预测分析
 - 13.5.4 2016-2020年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业预测分析

附录：

附录：中华人民共和国食品安全法

图表目录

- 图表1 2010-2014年国内生产总值及其增速
- 图表2 2010-2014年粮食产量
- 图表3 2010-2014年全部工业增加值及其增速
- 图表4 2014-2015年规模以上工业增加值同比增速
- 图表5 2010-2014年全社会固定资产投资
- 图表6 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速
- 图表7 2014-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表8 2001-2014年中国人口数量规模

图表9 2014年年末中国人口结构

图表10 2009-2013年农村居民人均纯收入

图表11 2009-2013年城镇居民人均可支配收入

图表12 2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入及其占比

图表13 2014年居民消费价格月度涨跌幅度

图表14 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表15 2014-2015年全国居民消费价格涨跌幅度

图表16 2010-2014年社会消费品零售总额

图表17 2001-2013年中国居民家庭恩格尔系数

图表18 2008-2013年食品行业薪酬涨幅

图表19 2013年食品行业各层级薪酬涨幅

图表20 2013年食品工业增加值月度增速

图表21 2014年食品工业月度增加值增速

图表22 2014年食品工业主要产品产量

图表23 2014年分地区食品工业经济效益

图表24 2013年食品工业固定资产投资规模

图表25 2014年食品工业固定资产投资规模

图表26 2011-2015年食品制造业销售收入

图表27 2011-2014年食品制造业销售收入增长趋势图

图表28 2011-2015年食品制造业利润总额

图表29 2011-2014年食品制造业利润总额增长趋势图

图表30 2011-2015年食品制造业资产总额

图表31 2011-2014年食品制造业总资产增长趋势图

图表32 2011-2015年食品制造业亏损面

图表33 2011-2015年食品制造业亏损企业亏损总额

图表34 2011-2014年食品制造业销售毛利率趋势图

图表35 2011-2015年食品制造业成本费用率

图表36 2011-2014年食品制造业成本费用利润率趋势图

图表37 2011-2014年食品制造业销售利润率趋势图

图表38 2011-2014年食品制造业应收账款周转率对比图

图表39 2011-2014年食品制造业流动资产周转率对比图

图表40 2011-2014年食品制造业总资产周转率对比图

图表41 2011-2014年食品制造业资产负债率对比图

图表42 2011-2015年食品制造业利息保障倍数对比图

图表43 休闲食品行业发展历程

图表44 中国休闲食品行业所处发展阶段

图表45 休闲食品区域效应明显

图表46 我国休闲食品八大类

图表47 我国人均食品消费支出

图表48 主要休闲食品子行业占食品行业业务收入占比

图表49 各地区主要休闲食品品类及品牌

图表50 面包生产工艺流程

图表51 2011-2013年中国焙烤食品制造总体运行情况

图表52 2011-2013年中国焙烤食品规模以上企业数量

图表53 2015年焙烤食品行业前五省区销售收入排名

图表54 2011-2015年糕点、面包制造业销售收入

图表55 2011-2014年糕点、面包制造业销售收入增长趋势图

图表56 2011-2015年糕点、面包制造业利润总额

图表57 2011-2014年糕点、面包制造业利润总额增长趋势图

图表58 2011-2015年糕点、面包制造业资产总额

图表59 2011-2014年糕点、面包制造业总资产增长趋势图

图表60 2011-2015年糕点、面包制造业亏损面

图表61 2011-2015年糕点、面包制造业亏损企业亏损总额

图表62 2011-2014年糕点、面包制造业销售毛利率趋势图

图表63 2011-2015年糕点、面包制造业成本费用率

图表64 2011-2014年糕点、面包制造业成本费用利润率趋势图

图表65 2011-2014年糕点、面包制造业销售利润率趋势图

图表66 2011-2014年糕点、面包制造业应收账款周转率对比图

图表67 2011-2014年糕点、面包制造业流动资产周转率对比图

图表68 2011-2014年糕点、面包制造业总资产周转率对比图

图表69 2011-2014年糕点、面包制造业资产负债率对比图

图表70 2011-2015年糕点、面包制造业利息保障倍数对比图

图表71 2011-2013年中国糕点、面包制造行业规模以上企业数量变动趋势

图表72 2011-2013年中国糕点、面包制造行业总资产及营收概况

图表73 2011-2013年我国糕点、面包制造行业三费概况

图表74 2011-2013年我国糕点、面包行业效益变化

图表75 2012年全球饼干进口金额强20强（按国家）

图表76 2011-2013年中国饼干及其他焙烤食品制造行业规模以上企业数量变动趋势

图表77 2011-2013年中国饼干及其他焙烤食品制造行业总资产及营收

图表78 2011-2013年我国饼干及其他焙烤食品行业三费概况

图表79 2011-2013年我国饼干及其他焙烤食品行业效益变化

图表80 2007-2013年中国饼干市场消费量

图表81 2016-2020年我国饼干消费量增长预测

图表82 2014年饼干/威化行业品牌影响力排名

图表83 2013年饼干/威化行业品牌影响力细分指标

图表84 2014年膨化食品行业品牌排行榜

图表85 2013年膨化食品行业品牌排行细分指标

图表86 2013年我国干果及坚果进口量

图表87 2014年全国进口鲜、干水果及坚果量值

图表88 2015年中国水果和坚果加工出口交货值统计

图表89 瓜子、花生产品品牌记忆度

图表90 消费者对花生、瓜子两类产品的品牌忠诚度

图表91 消费者在花生、瓜子两类产品上的平均花费

图表92 2006-2014年中国糖果产量及增长率统计

图表93 2011-2015年糖果、巧克力制造业销售收入

图表94 2011-2014年糖果、巧克力制造业销售收入增长趋势图

图表95 2011-2015年糖果、巧克力制造业利润总额

图表96 2011-2014年糖果、巧克力制造业利润总额增长趋势图

图表97 2011-2015年糖果、巧克力制造业资产总额

图表98 2011-2014年糖果、巧克力制造业总资产增长趋势图

图表99 2011-2015年糖果、巧克力制造业亏损面

图表100 2011-2015年糖果、巧克力制造业亏损企业亏损总额

图表101 2011-2014年糖果、巧克力制造业销售毛利率趋势图

图表102 2011-2015年糖果、巧克力制造业成本费用率

图表103 2011-2014年糖果、巧克力制造业成本费用利润率趋势图

图表104 2011-2014年糖果、巧克力制造业销售利润率趋势图

图表105 2011-2014年糖果、巧克力制造业应收账款周转率对比图

图表106 2011-2014年糖果、巧克力制造业流动资产周转率对比图

图表107 2011-2014年糖果、巧克力制造业总资产周转率对比图

图表108 2011-2014年糖果、巧克力制造业资产负债率对比图

图表109 2011-2015年糖果、巧克力制造业利息保障倍数对比图

图表110 2014年巧克力行业品牌排行榜

图表111 2013年C-BPI巧克力行业细分指标

图表112 口香糖在不同群体中渗透率

图表113 消费者口香糖消费频次

图表114 2014年口香糖行业品牌排行榜

图表115 2013年口香糖行业细分指标

图表116 2015年蜜饯果脯产品品牌排行榜

图表117 消费品对果脯蜜饯产品的品牌选择

图表118 消费者对果脯蜜产品的选择

图表119 2011-2015年蜜饯制作业销售收入

图表120 2011-2014年蜜饯制作业销售收入增长趋势图

图表121 2011-2015年蜜饯制作业利润总额

图表122 2011-2014年蜜饯制作业利润总额增长趋势图

图表123 2011-2015年蜜饯制作业资产总额

图表124 2011-2014年蜜饯制作业总资产增长趋势图

图表125 2011-2015年蜜饯制作业亏损面

图表126 2011-2015年蜜饯制作业亏损企业亏损总额

图表127 2011-2014年蜜饯制作业销售毛利率趋势图

图表128 2011-2015年蜜饯制作业成本费用率

图表129 2011-2014年蜜饯制作业成本费用利润率趋势图

图表130 2011-2014年蜜饯制作业销售利润率趋势图

图表131 2011-2014年蜜饯制作业应收账款周转率对比图

图表132 2011-2014年蜜饯制作业流动资产周转率对比图

图表133 2011-2014年蜜饯制作业总资产周转率对比图

图表134 2011-2014年蜜饯制作业资产负债率对比图

图表135 2011-2015年蜜饯制作业利息保障倍数对比图

图表136 果冻品牌市场份额

图表137 我国红枣产量

图表138 2015-2017年中国红枣加工业产值预测

图表139 2015-2017年我国红枣产量预测

图表140 2015-2017年中国枣产品市场不同产品销售额构成预测

图表141 2005-2014年我国进口食品贸易额

图表142 2014年我国进口食品来源地情况

图表143 2014年我国进口食品种类情况

图表144 2014年我国进口食品口岸情况

图表145 2010-2014年我国检出不合格进口食品批次情况

图表146 2014年我国检出不合格进口食品种类情况

图表147 2014年我国检出不合格进口食品来源地情况

图表148 2014年我国检出不合格进口食品不合格原因情况

图表149 2009-2013年中国食品电商交易金额

图表150 2013年各类别食品网购占比

图表151 2013年各类别食品网购增速

图表152 食品电商消费者需求点分析

图表153 食品网购人群性别类比

图表154 食品网购人群年龄类比

图表155 食品网购消费人群职业分析

图表156 食品网购消费人群家庭属性分析

图表157 食品电商模式分类

图表158 2016-2020年食品电商交易规模预测

图表159 2014年淘宝网零食品牌销售排名

图表160 2014年双十一淘宝网零食品牌销售排名

图表161 2015年淘宝网零食品牌销售排名

图表162 “三只松鼠”核心战略

图表163 棒棒娃电商云ERP系统流程

图表164 棒棒娃电商CRM客户关系管理系统

图表165 京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况

图表166 休闲食品热衷消费家庭属性（家庭结构）

图表167 休闲食品热衷消费家庭属性（收入）

图表168 2014-2015年食品行业全媒体广告投放规模

图表169 2014-2015年中国全媒体广告市场投放规模

图表170 2015年食品行业广告投放分媒体类型占比

图表171 2012-2015年各行业电视广告投放规模增速

图表172 2010-2014年食品行业电视广告投放规模及增速

图表173 2010-2015年食品行业各频道投放量占比

图表174 2012-2015年食品行业各子类电视广告投放占比

图表175 2015年食品行业电视广告投放TOP20品牌

图表176 2015年食品行业各子小类广告投放规模

图表177 中国休闲食品行业三种运营模式比较分析

图表178 休闲食品零售业态市场份额与发展速度对比

图表179 2005-2015年休闲食品零售连锁经营模式市场规模

图表180 2005-2015年我国休闲食品连锁门店数量

图表181 国内主要休闲食品连锁企业对比

图表182 2012-2013年雀巢综合收益表

图表183 2012-2013年雀巢分部资料

图表184 2012-2013年雀巢收入分地区资料

图表185 2013-2014年雀巢综合收益表

图表186 2013-2014年雀巢收入分地区资料

图表187 2014-2015年雀巢销售收入分产品、地区资料

图表188 2011-2013年亿滋国际综合收益表

图表189 2011-2013年亿滋国际分部资料

图表190 2011-2013年亿滋国际收入分地区资料

图表191 2012-2014年亿滋国际综合收益表

图表192 2012-2014年亿滋国际分部资料

图表193 2012-2014年亿滋国际分部资料

图表194 2014-2015年亿滋国际综合收益表

图表195 2014-2015年亿滋国际分部资料

图表196 2014-2015年亿滋国际收入分地区资料

图表197 2011-2013年好时食品集团综合收益表

图表198 2012-2014年好时食品集团综合收益表

图表199 2012-2014年好时食品集团收入分地区资料

图表200	2014-2015年好时食品集团综合收益表
图表201	2014-2015年好时食品集团分部资料
图表202	2012-2013年中国旺旺合并综合收益表
图表203	2012-2013年中国旺旺分产品收入情况
图表204	2013-2014年中国旺旺合并综合收益表
图表205	2013-2014年中国旺旺分产品收入情况
图表206	旺旺集团推出的主要产品
图表207	旺旺集团全国销售网络
图表208	旺旺集团经销模式
图表209	旺旺集团通路深耕策略
图表210	2012-2013年康师傅综合收益表
图表211	2012-2013年康师傅不同产品销售情况表
图表212	2013-2014年康师傅综合收益表
图表213	2013-2014康师傅不同产品销售情况表
图表214	2014-2015年康师傅综合收益表
图表215	2014-2015年康师傅不同产品销售情况表
图表216	2013-2015年洽洽食品股份有限公司总资产和净资产
图表217	2013-2014年洽洽食品股份有限公司营业收入和净利润
图表218	2015年洽洽食品股份有限公司营业收入和净利润
图表219	2013-2014年洽洽食品股份有限公司现金流量
图表220	2015年洽洽食品股份有限公司现金流量
图表221	2014年洽洽食品股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
图表222	2013-2014年洽洽食品股份有限公司成长能力
图表223	2015年洽洽食品股份有限公司成长能力
图表224	2013-2014年洽洽食品股份有限公司短期偿债能力
图表225	2015年洽洽食品股份有限公司短期偿债能力
图表226	2013-2014年洽洽食品股份有限公司长期偿债能力
图表227	2015年洽洽食品股份有限公司长期偿债能力
图表228	2013-2014年洽洽食品股份有限公司运营能力
图表229	2015年洽洽食品股份有限公司运营能力
图表230	2013-2014年洽洽食品股份有限公司盈利能力
图表231	2015年洽洽食品股份有限公司盈利能力

图表232	2013-2015年洽洽食品股份有限公司总资产和净资产
图表233	2013-2014年洽洽食品股份有限公司营业收入和净利润
图表234	2015年洽洽食品股份有限公司营业收入和净利润
图表235	2013-2014年洽洽食品股份有限公司现金流量
图表236	2015年洽洽食品股份有限公司现金流量
图表237	2014年洽洽食品股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
图表238	2013-2014年洽洽食品股份有限公司成长能力
图表239	2015年洽洽食品股份有限公司成长能力
图表240	2013-2014年洽洽食品股份有限公司短期偿债能力
图表241	2015年洽洽食品股份有限公司短期偿债能力
图表242	2013-2014年洽洽食品股份有限公司长期偿债能力
图表243	2015年洽洽食品股份有限公司长期偿债能力
图表244	2013-2014年洽洽食品股份有限公司运营能力
图表245	2015年洽洽食品股份有限公司运营能力
图表246	2013-2014年洽洽食品股份有限公司盈利能力
图表247	2015年洽洽食品股份有限公司盈利能力
图表248	企业依靠品牌创新突破市场的成功案例
图表249	2016-2020年中国糕点、面包制造业销售收入预测
图表250	2016-2020年中国糕点、面包制造业利润总额预测
图表251	2016-2020年中国饼干及其他焙烤食品制造业销售收入预测
图表252	2016-2020年中国饼干及其他焙烤食品制造业利润总额预测
图表253	2016-2020年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业销售收入预测
图表254	2016-2020年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业利润总额预测
图表255	2016-2020年中国糖果产量预测

本研究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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1511/728029CZWO.html>