

# 2020-2026年中国休闲食品 连锁行业前景展望与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2020-2026年中国休闲食品连锁行业前景展望与市场前景预测报告》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/202002/153392.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。

我国休闲食品连锁经营市场从消费人群看，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连锁经营行业的发展提供更为广阔的市场空间。休闲食品连锁经营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。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国休闲食品连锁行业前景展望与市场前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 休闲食品分类与行业特征

第一节 休闲食品的定义与分类

一、休闲食品的定义

二、烘焙类休闲食品

三、炒货类休闲食品

四、糖果类休闲食品

五、膨化类休闲食品

## 六、其它类休闲食品

### 第二节 休闲食品行业特征分析

#### 一、行业经营模式

#### 二、行业的周期性

#### 三、行业的区域性

#### 四、行业的季节性

## 第二章 中国休闲食品零售市场分析

### 第一节 休闲食品行业发展现状

#### 一、休闲食品行业发展现状

#### 二、休闲食品市场主要特点

#### 三、休闲食品主流消费人群

#### 四、休闲食品渠道的多元化

#### 五、休闲食品零售业态竞争

### 第二节 2015-2019年休闲食品零售规模

#### 一、休闲食品市场零售量分析

#### 二、休闲食品市场零售额分析

#### 三、休闲食品主要产品零售规模

##### （一）糕饼零售规模分析

##### （二）糕点零售规模分析

##### （三）蛋糕零售规模分析

##### （四）饼干零售规模分析

##### （五）薯条/薯片零售规模

##### （六）干果零售规模分析

##### （七）坚果零售规模分析

### 第三节 休闲食品零售市场销售模式

#### 一、超市卖场零售模式

#### 二、个体经营零售模式

#### 三、连锁专卖零售模式

## 第三章 中国休闲食品连锁加盟市场分析

### 第一节 连锁经营的相关概述

一、连锁经营的定义

二、连锁经营的发展

三、连锁经营的优势

四、连锁经营的特点

## 第二节 休闲食品连锁经营类型

一、特许加盟

二、直营连锁

三、自愿加盟

## 第三节 休闲食品连锁加盟条件

一、品牌知名度较高

二、直营店成功率高

三、独特性与竞争性

四、产品具有普及性

五、内部管理控制强

## 第四节 休闲食品连锁经营现状

一、休闲食品连锁经营现状

二、休闲食品连锁经营优势

三、休闲食品连锁经营规模

四、休闲食品连锁门店数量

# 第四章 休闲食品连锁门店选址与扩张策略

## 第一节 休闲食品连锁门店选址策略

一、连锁门店市场区域选择

（一）从市场的需求角度分析

（二）从市场的供给角度分析

二、连锁门店开发商圈调查

（一）商圈调查的内容

（二）商圈调查步骤

三、连锁门店店址选择的原则

（一）便利原则

（二）最大效益原则

（三）发展原则

#### 四、连锁门店店址选择的策略

#### 五、连锁门店店址选择的技巧

（一）根据经验选址的技巧

（二）根据地段选址的技巧

（三）根据区域选址的技巧

#### 第二节 休闲食品连锁店的CIS设计

##### 一、连锁门店CIS设计概述

（一）CIS的基本含义

（二）CIS的发展历程

##### 二、连锁企业理念识别设计

（一）设定连锁企业远景

（二）经营宗旨设计

（三）经营方针设计

（四）经营价值观的设计

（五）企业精神的表达与提炼

##### 三、连锁企业行为识别设计

（一）连锁企业内部行为设计

（二）连锁企业对外识别活动

##### 四、连锁企业视觉识别设计

（一）连锁企业视觉设计的基本原则

（二）连锁企业视觉设计的基本程序

（三）连锁企业视觉识别系统的执行

#### 第三节 休闲食品连锁店的扩张策略

##### 一、经营模式扩张策略

（一）直营连锁

（二）特许连锁

（三）自愿连锁

##### 二、区域扩张策略

（一）跳跃式

（二）渗透式

（三）综合式

##### 三、资本扩张策略

- (一) 自建分店模式
- (二) 企业并购模式
- (三) 租赁物业模式

## 第五章 中国休闲食品消费者调研分析

### 第一节 休闲食品消费者基本情况分析

- 一、消费者购买休闲食品频率
- 二、不同年龄的消费者偏好
- 三、休闲食品消费家庭结构

### 第二节 休闲食品消费者需求分析

- 一、消费者产品偏好分析
- 二、消费者购买目的分析
- 三、消费者考虑因素研究
- 四、消费者价格偏好分析

### 第三节 休闲食品消费者认知情况

- 一、消费者购买休闲食品途径分析
- 二、消费者对休闲食品认知渠道分析
- 三、消费者对休闲食品品牌认知情况

### 第四节 休闲食品安全问题消费者调查

- 一、休闲食品质量问题认知情况
- 二、休闲食品安全问题解决途径
- 三、休闲食品消费者信心分析

## 第六章 中国休闲食品连锁品牌竞争力分析

### 第一节 上海来伊份股份有限公司（来伊份）

- 一、企业发展基本情况
- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业门店数量情况
- 五、品牌加盟流程分析

### 第二节 好想你枣业股份有限公司(好想你)

- 一、企业发展基本情况

- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业门店数量情况
- 五、品牌加盟条件分析

### 第三节 上海天喔食品(集团)有限公司（天喔一佳）

- 一、企业发展基本情况
- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分布
- 五、企业竞争优势分析

### 第四节 湖北良品铺子食品有限公司（良品铺子）

- 一、企业发展基本情况
- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业门店数量情况
- 五、品牌加盟条件分析

### 第五节 杭州姚太太食品有限公司（姚太太）

- 一、企业发展基本情况
- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业门店数量情况
- 五、品牌加盟优势分析

### 第六节 湖北唐十八食品开发科技有限公司（非常食客）

- 一、企业发展基本情况
- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业门店数量情况
- 四、品牌加盟优势分析

### 第七节 浙江百纳生元投资管理有限公司（公主驾到）

- 一、企业发展基本情况
- 二、休闲食品产品品种
- 三、企业管理模式分析
- 四、企业门店数量情况



## 五、品牌加盟条件分析

### 第八节 宁波博全商贸有限公司（老婆大人）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、休闲食品产品品种

#### 三、企业门店数量情况

#### 四、品牌选址要求分析

### 第九节 上海至臻食品有限公司（零食多）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、休闲食品产品品种

#### 三、企业产品原料分析

#### 四、企业门店数量情况

#### 五、品牌加盟优势分析

### 第十节 广东糖朝世家股份有限公司（糖朝世家）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、休闲食品产品品种

#### 三、企业门店经营情况

#### 四、品牌加盟条件分析

### 第十一节 上海麦农食品销售管理有限公司（伊味儿）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、休闲食品产品品种

#### 三、企业门店数量情况

#### 四、品牌加盟条件分析

### 第十二节 上海百味林实业有限公司（百味林）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、休闲食品产品品种

#### 三、企业销售网络分析

#### 四、企业门店数量情况

#### 五、品牌加盟优势分析

### 第十三节 上海越近食品销售管理有限公司（怡佳仁）

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、休闲食品产品品种

#### 三、企业门店数量情况

#### 四、品牌加盟条件分析

#### 第十四节 味之牛厨实业有限公司（牛厨零食）

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、休闲食品产品品种

##### 三、企业门店数量情况

##### 四、品牌加盟流程分析

### 第七章 2020-2026年中国休闲食品连锁经营前景分析

#### 第一节 2020-2026年中国休闲食品连锁经营前景分析

##### 一、休闲食品行业发展趋势分析

##### 二、休闲食品连锁经营规模预测

##### 三、休闲食品连锁经营前景预测

#### 第二节 2020-2026年中国休闲食品连锁投资前景分析

##### 一、休闲食品连锁经营投资壁垒

##### 二、休闲食品连锁经营SWOT分析

##### 三、休闲食品连锁经营投资效益

#### 第三节 2020-2026年中国休闲食品连锁投资风险分析

##### 一、市场竞争风险

##### 二、成本上升风险

##### 三、食品安全风险

##### 四、市场拓展风险

#### 第四节 2020-2026年中国休闲食品连锁投资策略及建议

##### 一、休闲食品连锁市场策略分析

##### 二、休闲食品连锁营销策略分析

##### 三、提高休闲食品连锁企业竞争力的策略

### 第八章 休闲食品连锁企业投资战略与客户策略

#### 第一节 休闲食品连锁企业发展战略规划意义

##### 一、企业转型升级的需要

##### 二、企业强做大做的需要

##### 三、企业可持续发展需要

#### 第二节 休闲食品连锁企业战略规划制定依据

## 一、行业主要法律法规及政策

### （一）国家产业政策

### （二）主要法律法规

## 二、行业发展规律

## 三、企业资源与能力

## 四、可预期的战略定位

## 第三节 休闲食品连锁企业战略规划策略分析

### 一、战略综合规划

### 二、技术开发战略

### 三、区域战略规划

### 四、产业战略规划

### 五、营销品牌战略

### 六、竞争战略规划

## 第四节 休闲食品连锁企业重点客户战略实施

### 一、重点客户战略的必要性分析

### 二、重点客户的鉴别与确定分析

### 三、重点客户的开发与培育分析

### 四、重点客户战略要需解决的问题

### 五、重点客户的市场营销策略分析

## 图表目录

### 图表1 休闲食品行业主要商业模式

### 图表2 2015-2019年中国休闲食品市场零售量与零售额统计

### 图表3 2015-2019年中国休闲食品市场零售量与零售额统计

### 图表4 2015-2019年中国糕饼市场零售量与零售额情况

### 图表5 2015-2019年中国糕点市场零售量与零售额情况

### 图表6 2015-2019年中国蛋糕零售量统计

### 图表7 2015-2019年中国饼干市场零售量与零售额情况

### 图表8 2015-2019年中国薯条/薯片市场零售量与零售额情况

### 图表9 2015-2019年中国干果市场零售量与零售额情况

### 图表10 2015-2019年中国坚果市场零售量与零售额情况

### 图表11 2015-2019年中国休闲食品连锁经营零售市场规模变化趋势图

图表12 2015-2019年中国休闲食品连锁门店数变化趋势图

图表13 连锁行业市场分类图

图表14 连锁企业商圈调查的内容统计表

图表15 连锁企业商业圈的划分点统计表

图表16 连锁企业商业圈划分需标出地貌统计表

图表17 连锁企业商业圈调查抽样地点统计表

图表18 连锁企业的人本文化体现统计表

图表19 连锁企业视觉识别设计要素图

图表20 连锁企业的视觉设计原则统计表

图表21 消费者购买休闲食品频率分析

图表22 休闲食品消费人群年龄结构情况

图表23 休闲食品消费家庭结构分析

图表24 最常购买休闲食品消费调查情况

图表25 消费者购买休闲食品的目的分析

图表26 消费者选择休闲食品主要考虑因素分析

图表27 消费者最常购买的休闲食品单价分析

图表28 消费者购买休闲食品途径分析

图表29 消费者对休闲食品的认知渠道分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153392.html>