

2023-2029年中国干果坚果 行业前景展望与行业竞争对手分析报告

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

《2023-2029年中国干果坚果行业前景展望与行业竞争对手分析报告》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/202304/354086.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

每周食用两次以上坚果能够降低人们患致命心脏病的风险，这是美国医生健康研究项目的两万名男性医生消费坚果的特点进行调查后的准确结果。还指出：每周至少吃两次，每次一盎司坚果的人死于突发性心脏病的几率要比根本不吃坚果的人低47%。

截至到2017年，三只松鼠的线上销售额已经高达57.8亿，百草味和良品铺子的销售额也均超过了20亿。

海关总署的进口数量显示以夏威夷果为代表的新品类坚果的销售火爆，2017年中国共进口巴旦木16188.68吨，同比增长近60%；共进口夏威夷果19626.6吨，同比增长同样近50%。

2017年我国干果坚果行业总产值达到691亿元，同比增长20.8%，预计到2020年我国干果坚果行业总产值将达到934亿元。

目前中国坚果零食产品的口味较为单一，以炭烧、盐焗、甜味等口味为主，大部分品牌的口味选择空间都不大。并且大多数坚果产业的投入都是同质的，众多品牌把各自坚果的焦点都集中在好吃、健康等，并没能在发展的同时寻求与众不同的突破。而随着消费者的消费升级，多样化、组合型坚果产品成为更多人的消费诉求。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国干果坚果行业前景展望与行业竞争对手分析报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 干果坚果行业相关概述

第一节 干果坚果行业定义

第二节 干果坚果发展历程

第二章 中国干果坚果行业运行环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 2022年中国干果坚果行业社会环境分析

第三节 2022年干果坚果技术环境

第三章 全球干果坚果行业发展分析

第一节 2022-2023年全球干果坚果市场分析

一、全球干果坚果市场分析

二、全球干果坚果市场需求分析

第二节 2022-2023年全球部分地区干果坚果市场发展分析

第四章 中国干果坚果行业发展现状分析

第一节 2022-2023年干果坚果行业发展现状

一、干果坚果行业发展概况

二、干果坚果行业生产状况分析

第二节 2022-2023年干果坚果企业发展分析

第三节 2022-2023年干果坚果行业经济运行分析

第四节 2022-2023年干果坚果市场发展分析

第五节 干果坚果行业面临的挑战及发展建议

第五章 中国干果坚果消费市场分析

第一节 2022-2023年干果坚果客户特征分析

第二节 2022-2023年干果坚果客户对干果坚果选择的调查

第三节 2022-2023年干果坚果行业影响客户选购因素分析

一、价格因素

二、质量因素

三、品牌的影响

第四节 2022-2023年干果坚果市场客户费渠道分析

第六章 中国干果坚果行业市场营销战略分析

第一节 干果坚果企业营销分析

一、干果坚果市场营销现状

二、干果坚果品牌成功因素分析

三、干果坚果企业营销战略研究

第二节 干果坚果营销渠道分析

一、干果坚果销售渠道构成

二、干果坚果营销渠道策略分析

第三节 干果坚果行业营销策略分析

第七章 2018-2022年中国干果坚果行业数据监测

第一节 2018-2022年行业偿债能力分析

第二节 2018-2022年行业盈利能力分析

第三节 2018-2022年行业发展能力分析

第四节 2018-2022年行业企业数量及变化趋势

第八章 中国干果坚果行业发展分析

第一节 2022-2023年干果坚果行业发展现状

第二节 2022-2023年干果坚果市场供需分析

第九章 中国干果坚果行业发展分析

第一节 2022-2023年干果坚果市场发展分析

一、干果坚果发展分析

二、干果坚果市场发展有利因素分析

三、干果坚果市场消费特点分析

第二节 2022-2023年干果坚果行业存在的问题及对策

第十章 中国干果坚果行业竞争格局分析

第一节 2022-2023年干果坚果行业竞争结构分析

一、干果坚果种类品牌竞争

二、干果坚果技术创新竞争

三、干果坚果销售渠道竞争

第二节 2022-2023年干果坚果区域市场格局分析

第十一章 中国干果坚果主要企业分析

第一节 三只松鼠

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第二节 百草味

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第三节 良品铺子

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第四节 洽洽食品

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第五节 来伊份

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第六节 粒上皇

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第七节 西域美农

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第十二章 中国干果坚果行业发展前景分析

第一节 2023-2029年干果坚果市场发展前景分析

一、2023-2029年干果坚果市场发展潜力分析

二、2023-2029年干果坚果市场发展前景分析

第二节 2023-2029年干果坚果产品市场发展前景分析

第十三章 中国干果坚果行业发展趋势分析

第一节 对干果坚果市场发展预测

第二节 2023-2029年干果坚果市场发展趋势

第十四章 中国干果坚果行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、干果坚果价格策略分析

二、干果坚果渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国干果坚果品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、干果坚果实施品牌战略的意义

三、干果坚果企业品牌的现状分析

四、我国干果坚果企业的品牌战略

五、干果坚果品牌战略管理的策略

第四节 干果坚果企业经营管理策略

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/354086.html>