

2016-2022年中国干果坚果 市场深度调查分析及投资风险评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国干果坚果市场深度调查分析及投资风险评估报告》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.abaogao.com/b/shipin/H47750H3WR.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

坚果，闭果的一个分类，果皮坚硬，内含1粒或者多粒种子。如板栗，花生，核桃等的果实。坚果是植物的精华部分，一般都营养丰富，含蛋白质、油脂、矿物质、维生素较高，对人体生长发育、增强体质、预防疾病有极好的功效。

干果坚果在我国食品行业的地位日益重要，不但市场规模日益增加，而且品种和类别也大幅度增多。一方面随着市场的日趋丰富，干果坚果逐渐成为百姓日常生活的必需消费品，消费者对干果坚果的数量和品质的需求不断增长；另一方面由于旅游行业的兴旺发展，使人们有机会品尝到更多的不同地域的干果坚果，从而促进了干果坚果品种和口味的不断改进和创新。

干果坚果行业在国民经济中的占比 年份 GDP总值（亿元） 干果坚果的市场规模（亿元）
占比（%） 2011 484124 390 0. 081 2012 534123 442 0. 083 2013 588019 500 0.
085 2014 636139 556 0. 087 2015 676708 644 0. 095 资料来源：公开资料整理

《2016-2022年中国干果坚果市场深度调查分析及投资风险评估报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了干果坚果行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国干果坚果做了重点企业经营状况分析，并分析了中国干果坚果行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 干果坚果行业发展综述 1

1.1 干果坚果行业定义及分类 1

1.1.1 行业概念及定义 1

1.1.2 行业主要产品分类 1

1.1.3 行业在国民经济中的地位 2

1.1.4 行业发展特征 2

(1) 快速消费品行业 2

(2) 质量安全关注行业	3
(3) 原材料依赖型产业	3
(4) 规模经济的典型特征	3
1.2 干果坚果行业统计标准	4
1.2.1 行业统计部门和统计口径	4
1.2.2 行业主要统计方法介绍	4
1.2.3 行业涵盖数据种类介绍	4
1.3 干果坚果行业产业链分析	7
1.3.1 行业产业链简介	7
1.3.2 行业下游产业链相关行业分析	10
1.3.3 行业产业链上游相关行业分析	11

第二章 干果坚果行业市场环境分析 17

2.1 干果坚果行业经济环境分析	17
2.1.1 国际宏观经济环境分析	17
2.1.2 国内宏观经济环境分析	36
2.1.3 行业宏观经济环境分析	41
2.2 干果坚果行业贸易环境分析	42
2.2.1 行业贸易环境发展现状	42
2.2.2 行业贸易环境发展趋势	43
2.3 干果坚果行业融资环境分析	44
2.3.1 主要货币数据分析	44
2.3.2 货币政策未来走向	45
2.4 干果坚果行业政策环境分析	48
2.4.1 行业相关政策动向	48
2.4.2 行业相关发展规划	51
2.5 干果坚果行业社会环境分析	52
2.5.1 产业社会环境	52
2.5.2 社会环境对行业的影响	61

第三章 2013-2015年食品行业发展分析 63

3.1 中国食品行业发展综合状况	63
------------------	----

3.1.1 中国食品行业发展总析	63
3.1.2 国内食品工业发展的突出特点	64
3.1.3 中国食品产业发展面临新形势	66
3.1.4 我国食品工业区域结构得到改善	69
3.2 2013-2015年中国食品行业发展分析	71
3.2.1 2013年中国食品工业经济运行状况	71
3.2.2 2014年我国食品工业经济运行状况	74
3.2.3 2015年我国食品工业运行分析	79
3.3 2013-2015年中国食品行业信息化发展分析	81
3.3.1 中国食品行业信息化总体状况	81
3.3.2 我国食品行业信息化需求特点	83
3.3.3 中国食品行业信息化发展不平衡	84
3.3.4 PLM在食品业信息化中的应用探析	84
3.4 我国食品行业发展思路	89
3.4.1 食品工业发展的建议	89
3.4.2 食品行业发展的政策措施	91
3.4.3 食品工业发展基本思路与方向	92
3.4.4 中国食品工业的发展战略分析	94
3.4.5 中国食品行业诚信体系建设的建议	95
3.4.6 中小食品企业经营创新思路	96
第四章 2013-2015年休闲食品行业发展分析	98
4.1 中国休闲食品行业发展状况分析	98
4.1.1 中国休闲食品行业发展总体概况	98
(1) 休闲食品行业的发展规模	98
(2) 休闲食品行业市场现状	99
(3) 休闲食品行业的消费群体	102
(4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势	103
4.1.2 中国休闲食品行业发展主要特点	107
(1) 竞争激烈——品牌是关键	107
(2) 生产趋于专业化和标准化	107
(3) 中高端市场成为争夺焦点	108

(4) 行业同质化现象严重	108
4.2 休闲食品行业经济指标分析	109
4.2.1 行业经济指标分析	109
4.2.2 不同性质企业经济指标分析	109
第五章 中国干果坚果行业发展现状分析	110
5.1 中国干果坚果行业发展状况分析	110
5.1.1 中国干果坚果行业发展阶段	110
5.1.2 中国干果坚果行业发展总体概况	111
5.1.3 中国干果坚果行业发展特点分析	112
5.1.4 中国干果坚果行业商业模式分析	113
5.2 干果坚果行业发展现状	115
5.2.1 2013-2015年中国干果坚果行业市场规模	115
5.2.2 2013-2015年中国干果坚果行业发展分析	115
5.2.3 2013-2015年中国干果坚果企业发展分析	116
5.3 干果坚果市场情况分析	118
5.3.1 中国干果坚果市场总体概况	118
5.3.2 中国干果坚果产品市场发展分析	118
5.4 中国干果坚果市场价格走势分析	119
5.4.1 干果坚果市场定价机制组成	119
5.4.2 干果坚果市场价格影响因素	119
5.4.3 干果坚果产品价格走势分析	120
5.4.4 2016-2022年干果坚果产品价格走势预测	120
第六章 中国干果坚果市场供需形势分析	122
6.1 干果坚果行业生产分析	122
6.1.1 产品及原材料进口、自有比例	122
6.1.2 国内产品及原材料生产基地分布	122
6.2 中国干果坚果行业供需分析	123
6.2.1 2014-2015年中国干果坚果行业供给情况	123
(1) 中国干果坚果产量分析	123
(2) 中国干果坚果总产值分析	124

6.2.2 2014-2015年中国干果坚果行业需求情况	125
(1) 中国干果坚果销售产值分析	125
(2) 中国干果坚果销售收入分析	125
6.2.3 2014-2015年中国干果坚果行业供需平衡分析	126
6.3 干果坚果产品市场应用及需求预测	126
6.3.1 干果坚果产品应用市场总体需求分析	126
6.3.2 干果坚果产品应用市场需求总规模	126
第七章 干果坚果进出口结构及面临的机遇与挑战	127
7.1 干果坚果行业进出口市场分析	127
7.1.1 干果坚果行业进出口综述	127
(1) 中国干果坚果进出口的特点分析	127
(2) 中国干果坚果进出口政策与国际化经营	127
7.1.2 干果坚果行业出口市场分析	128
7.1.3 干果坚果行业进口市场分析	128
7.2 中国干果坚果出口面临的挑战及对策	129
7.2.1 中国干果坚果出口面临的挑战	129
7.2.2 中国干果坚果行业未来出口展望	129
7.2.3 中国干果坚果产品出口对策	130
第八章 干果坚果行业区域市场分析	132
8.1 华南地区市场分析	132
8.1.1 广东干果坚果市场分析	132
(1) 广东干果坚果市场销售情况	132
(2) 广东干果坚果市场价格监测	132
(3) 广东干果坚果市场竞争分析	134
(4) 广东干果坚果市场发展前景	135
8.1.2 广西干果坚果市场分析	135
(1) 广西干果坚果市场销售情况	135
(2) 广西干果坚果市场价格监测	136
(3) 广西干果坚果市场竞争分析	137
(4) 广西干果坚果市场发展前景	138

8.1.3 海南干果坚果市场分析	138
(1) 海南干果坚果市场销售情况	138
(2) 海南干果坚果市场价格监测	139
(3) 海南干果坚果市场竞争分析	140
(4) 海南干果坚果市场发展前景	141
8.2 华东地区市场分析	142
8.2.1 上海市干果坚果市场分析	142
(1) 上海市干果坚果市场销售情况	142
(2) 上海市干果坚果市场价格监测	143
(3) 上海市干果坚果市场竞争分析	144
8.2.2 江苏省干果坚果市场分析	144
(1) 江苏省干果坚果市场销售情况	144
(2) 江苏省干果坚果市场价格监测	145
(3) 江苏省干果坚果市场竞争分析	146
(4) 江苏省干果坚果市场发展前景	147
8.2.3 浙江省干果坚果市场分析	148
(1) 浙江省干果坚果市场销售情况	148
(2) 浙江省干果坚果市场价格监测	149
(3) 浙江省干果坚果市场竞争分析	150
(4) 浙江省干果坚果市场发展前景	151
8.2.4 山东省干果坚果市场分析	151
(1) 山东省干果坚果市场销售情况	151
(2) 山东省干果坚果市场价格监测	152
(3) 山东省干果坚果市场竞争分析	153
(4) 山东省干果坚果市场发展前景	157
8.3 西南地区市场分析	158
8.3.1 四川省干果坚果市场分析	158
8.3.2 贵州省干果坚果市场分析	159
8.3.3 云南省干果坚果市场分析	160

第九章 中国干果坚果上游供应市场分析 161

9.1 干果坚果行业原料市场——板栗 161

9.1.1 原料市场——产量规模分析	161
9.1.2 原料市场——价格走势分析	162
9.1.3 原料市场——市场趋势分析	162
9.2 干果坚果行业原料市场——核桃	164
9.2.1 原料市场——产量规模分析	164
9.2.2 原料市场——价格走势分析	165
9.2.3 原料市场——市场趋势分析	165
9.3 干果坚果行业原料市场——腰果	167
9.3.1 原料市场——产量规模分析	167
9.3.2 原料市场——价格走势分析	169
9.3.3 原料市场——市场趋势分析	169

第十章 中国干果坚果行业细分产品分析 170

10.1 干果坚果行业细分产品——榛子	170
10.1.1 细分产品——应用特点分析	170
10.1.2 细分产品——应用案例分析	171
10.1.6 细分产品——应用前景预测	172
10.2 干果坚果行业细分产品——糖果	172
10.2.1 细分产品——应用特点分析	172
10.2.2 细分产品——生产工艺流程	176
10.2.3 细分产品——注意问题分析	176

第十一章 中国干果坚果行业下游市场分析 179

11.1 干果坚果行业下游消费者——按性别分析	179
11.1.1 消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	179
11.1.2 男性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	180
11.1.3 女性消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	181
11.1.4 不同性别消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	181
11.2 干果坚果行业下游市场——按年龄分析	181
11.2.1 16-20岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	181
11.2.2 21-25岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	182
11.2.3 26-30岁消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品	183

11.2.4 不同年龄消费者最喜欢吃哪种口味的坚果产品 183

第十二章 干果坚果行业发展前景分析预测 184

12.1 2016-2022年干果坚果市场发展前景 184

12.1.1 2016-2022年干果坚果市场发展潜力 184

12.1.2 2016-2022年干果坚果市场发展前景展望 185

12.1.3 2016-2022年干果坚果食品行业发展前景分析 185

12.2 2016-2022年中国干果坚果行业供需预测 186

12.2.1 2016-2022年中国干果坚果行业供给预测 186

12.2.2 2016-2022年中国干果坚果行业产量预测 186

12.2.3 2016-2022年中国干果坚果市场销量预测 187

12.2.4 2016-2022年中国干果坚果行业需求预测 187

第十三章 干果坚果行业投资价值分析评估 189

13.1 干果坚果行业投资特性分析 189

13.1.1 干果坚果行业进入壁垒分析 189

13.1.2 干果坚果行业盈利模式分析 190

13.1.3 干果坚果行业盈利因素分析 190

13.2 2016-2022年干果坚果行业发展的影响因素 191

13.2.1 有利因素 191

13.2.2 不利因素 191

13.3 2016-2022年干果坚果行业投资价值评估分析 192

13.3.1 行业投资效益分析 192

13.3.2 投资回报率比较高的投资方向 192

13.3.3 新进入者应注意的障碍因素 193

第十四章 干果坚果行业投资机会与风险防范 194

14.1 干果坚果行业投融资情况 194

14.1.1 行业资金渠道分析 194

14.1.2 固定资产投资分析 194

14.1.3 兼并重组情况分析 195

14.1.4 干果坚果行业投资现状分析 196

14.2 2016-2022年干果坚果行业投资机会	196
14.2.1 产业链投资机会	196
14.2.2 细分市场投资机会	197
14.2.3 重点区域投资机会	197
14.2.4 干果坚果行业投资机遇	197
14.3 2016-2022年干果坚果行业投资风险及防范	198
14.3.1 政策风险及防范	198
14.3.2 技术风险及防范	199
14.3.3 供求风险及防范	199
14.3.4 宏观经济波动风险及防范	199
14.3.5 产品结构风险及防范	200
14.3.6 其他风险及防范	200
14.4 中国干果坚果行业投资建议	200
14.4.1 干果坚果行业未来发展方向	200
14.4.2 投资建议	201
第十五章 干果坚果行业重点企业经营分析	203
15.1 干果坚果企业发展总体状况分析	203
15.1.1 干果坚果企业规模分析	203
15.1.2 干果坚果行业销售收入分析	203
15.1.3 干果坚果行业销售利润分析	204
15.2 干果坚果行业领先企业个案分析	204
15.2.1 佛山南兴果仁制品有限公司（天虹品牌）经营情况分析	204
（1）企业发展简况分析	204
（2）主要经济指标分析	204
（3）企业盈利能力分析	205
（4）企业运营能力分析	205
（5）企业偿债能力分析	205
（6）企业发展能力分析	206
（7）企业产品结构及新产品动向	206
（8）企业销售渠道与网络	207
（9）企业经营状况优劣势分析	208

(10) 企业投资兼并与重组分析	209
(11) 企业最新发展动向分析	210
15.2.2 广州市粒上皇干果连锁公司（粒上皇品牌）经营情况分析	210
(1) 企业发展简况分析	210
(2) 主要经济指标分析	210
(3) 企业盈利能力分析	211
(4) 企业运营能力分析	211
(5) 企业偿债能力分析	211
(6) 企业发展能力分析	211
(7) 企业产品结构及新产品动向	212
(8) 企业销售渠道与网络	212
(9) 企业经营状况优劣势分析	212
(10) 企业投资兼并与重组分析	212
(11) 企业最新发展动向分析	213
15.2.3 湖北良品铺子食品有限公司（良品铺子品牌）经营情况分析	213
(1) 企业发展简况分析	213
(2) 主要经济指标分析	214
(3) 企业盈利能力分析	214
(4) 企业运营能力分析	215
(5) 企业偿债能力分析	215
(6) 企业发展能力分析	215
(7) 企业产品结构及新产品动向	215
(8) 企业销售渠道与网络	216
(9) 企业经营状况优劣势分析	216
(10) 企业投资兼并与重组分析	217
(11) 企业最新发展动向分析	217
15.2.4 上海来伊份股份有限公司（来伊份品牌）经营情况分析	217
(1) 企业发展简况分析	217
(2) 主要经济指标分析	219
(3) 企业盈利能力分析	219
(4) 企业运营能力分析	220
(5) 企业偿债能力分析	220

(6) 企业发展能力分析	220
(7) 企业产品结构及新产品动向	220
(8) 企业销售渠道与网络	221
(9) 企业发展战略分析	221
(10) 企业经营状况优劣势分析	221
(11) 企业投资兼并与重组分析	224
(12) 企业最新发展动向分析	224
15.2.5 安徽三只松鼠电子商务有限公司（三只松鼠品牌）经营情况分析	224
(1) 企业发展简况分析	224
(2) 企业产销能力分析	225
(3) 企业盈利能力分析	225
(4) 企业运营能力分析	226
(5) 企业偿债能力分析	226
(6) 企业发展能力分析	226
(7) 企业产品结构及新产品动向	227
(8) 企业销售渠道与网络	228
(9) 企业经营状况优劣势分析	228
(10) 企业最新发展动向分析	229
15.2.6 乌鲁木齐市西域华新网络有限公司（西域美农品牌）经营情况分析	229
(1) 企业发展简况分析	229
(2) 企业产销能力分析	229
(3) 企业盈利能力分析	229
(4) 企业运营能力分析	230
(5) 企业偿债能力分析	230
(6) 企业发展能力分析	230
(7) 企业产品结构及新产品动向	231
(8) 企业销售渠道与网络	231
15.2.7 新农哥食品有限公司（新农哥品牌）经营情况分析	231
(1) 企业发展简况分析	231
(2) 企业产销能力分析	231
(3) 企业盈利能力分析	232
(4) 企业运营能力分析	232

- (5) 企业偿债能力分析 232
- (6) 企业发展能力分析 233
- (7) 企业产品结构及新产品动向 233
- (8) 企业销售渠道与网络 234

第十六章 干果坚果市场营销策略分析 235

- 16.1 食品工业营销状况 235
 - 16.1.1 现代食品营销特点 235
 - 16.1.2 食品行业看好网络营销 236
 - 16.1.3 食品企业开展网络营销的四大策略 237
 - 16.1.4 高端食品的成功营销之道 237
 - 16.1.5 中国食品行业的公益营销火热 241
 - 16.1.6 食品企业营销主打健康牌 242
- 16.2 绿色食品营销 243
 - 16.2.1 我国绿色食品营销环境分析 243
 - 16.2.2 我国绿色食品市场营销的现状 244
 - 16.2.3 绿色食品营销渠道定位与选择 244
 - 16.2.4 构建绿色食品营销渠道的对策 246
 - 16.2.5 绿色食品市场营销建议 247
 - 16.2.6 绿色食品营销需要实施品牌战略 251
 - 16.2.7 绿色食品的“绿色营销”策略 252
- 16.3 中国干果坚果营销渠道分析 254
 - 16.3.1 干果坚果销售额结构分析 254
 - 16.3.2 主要销售渠道 262
- 16.4 中国干果坚果消费人群分析 263
- 16.5 中国干果坚果营销策略分析 263
 - 16.5.1 市场细分分析 263
 - 16.5.2 市场定位分析 264
 - 16.5.3 产品策略分析 267
 - 16.5.4 价格策略分析 272
 - 16.5.5 渠道策略分析 274
 - 16.5.6 促销策略分析 275

第十七章 干果坚果企业发展策略分析	276
17.1 干果坚果行业面临的困境	276
17.1.1 干果坚果行业发展需要关注的突出问题	276
17.1.2 中国干果坚果工业的薄弱环节	277
17.1.3 干果坚果工业面临的挑战	277
17.2 干果坚果企业面临的困境及对策	278
17.2.1 重点干果坚果企业面临的困境及对策	278
17.2.2 中小干果坚果企业发展困境及策略分析	279
(1) 中小干果坚果企业面临的困境	279
(2) 中小干果坚果企业对策探讨	279
17.3 中国干果坚果行业存在的问题及对策	280
17.3.1 中国干果坚果行业存在的问题	280
(1) 中国干果坚果面临成长困境	280
(2) 中国干果坚果需要强势品牌	282
17.3.2 干果坚果行业发展的建议对策	283
(1) 把握国家投资的契机	283
(2) 竞争性战略联盟的实施	283
(3) 企业自身应对策略	284
17.3.3 市场的重点客户战略实施	287
(1) 实施重点客户战略的必要性	287
(2) 合理确立重点客户	288
(3) 重点客户战略管理	289
(4) 重点客户管理功能	289
第十八章 干果坚果行业研究结论及建议	292
18.1 报告研究结论	292
18.2 建议	292
ZY CSX 221	

图表目录：

图表：干果坚果行业在国民经济中的占比

图表：2011-2015年上半年我国化肥行业经营数据

图表：我国GDP发展运行情况

图表：2015年上半年我国食品产业区域分布格局（个，亿元）

图表：2009-2015年我国休闲食品零售市场规模情况

图表：2009-2015年我国休闲食品连锁经营市场规模

图表：2015年休闲食品不同性质企业零售市场规模份额

图表：2011-2015年中国干果坚果行业市场规模情况

图表：2008-2015年中国干果坚果产品价格指数走势

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/H47750H3WR.html>