

2018-2024年中国休闲食品 行业市场运营态势与投资策略研究分析报告

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

《2018-2024年中国休闲食品行业市场运营态势与投资策略研究分析报告》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.abaogao.com/b/shipin/Z22719IF12.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

报告目录：第1章：中国休闲食品行业发展综述1.1 休闲食品行业范围界定1.1.1 行业概念及定义1.1.2 行业主要产品大类1.1.3 行业在国民经济中的地位1.2 中国休闲食品行业发展状况分析1.2.1 中国休闲食品行业发展总体概况（1）休闲食品行业的发展规模（2）休闲食品行业市场现状（3）休闲食品行业的消费群体（4）休闲食品行业面临的挑战及发展趋势1.2.2 中国休闲食品行业发展主要特点（1）竞争激烈——品牌是关键（2）生产趋于专业化和标准化（3）中高端市场成为争夺焦点（4）行业同质化现象严重1.2.3 休闲食品行业经营情况分析（1）行业经营效益分析（2）行业盈利能力分析（3）行业运营能力分析（4）行业偿债能力分析（5）行业发展能力分析1.3 休闲食品行业供需平衡分析1.3.1 总体供给情况分析（1）总产值分析（2）产成品分析1.3.2 各地区供给情况分析（1）总产值排名前10个地区分析（2）产成品排名前10个地区分析1.3.3 总体需求情况分析（1）销售产值分析（2）销售收入分析1.3.4 各地区需求情况分析（1）销售产值排名前10个地区分析（2）销售收入排名前10个地区分析1.3.5 全国休闲食品行业产销率分析1.4 中国休闲食品行业进出口分析1.4.1 休闲食品行业进出口状况综述1.4.2 休闲食品行业出口市场分析（1）2015年行业出口分析（2）2016年行业出口分析1.4.3 休闲食品行业进口市场分析（1）2015年行业进口分析（2）2016年行业进口分析1.4.4 休闲食品行业进出口前景及建议（1）休闲食品行业影响因素分析（2）休闲食品行业进口前景及建议1.5 中国休闲食品行业市场环境分析1.5.1 休闲食品行业经济环境分析（1）国际宏观经济环境分析（2）国内宏观经济发展与休闲食品行业的关联性分析1）国内生产总值状况2）社会消费品零售总额3）国内居民收入状况4）GDP增长率与行业产值增长率分析5）居民收入增长情况与行业销售收入增长分析（3）2017年中国经济展望与数据1.5.2 休闲食品行业政策环境分析（1）行业相关政策（2）行业发展规划1.5.3 休闲食品行业贸易环境分析（1）行业产品贸易环境现状1）出口退税政策对休闲食品出口的影响2）技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响3）人民币汇率变化对休闲食品出口的影响（2）行业贸易环境发展趋势1.5.4 休闲食品行业市场消费环境分析（1）休闲食品消费特征分析1）“主食类”休闲食品已融入人们的日常生活2）口香糖和干果类食品日渐成为消费主流3）果脯等市场反应一般，消费潜力有待挖掘（2）休闲食品消费群体结构分析1）消费群体年龄结构2）消费群体性别结构（3）休闲食品消费趋势分析 第2章：中国焙烤食品行业市场分析2.1 焙烤食品行业市场发展概述2.1.1 焙烤食品行业市场发展现状（1）焙烤食品行业的分类（2）焙烤食品行业市场主体分析（3）焙烤食品行业发展现状2.1.2 焙烤食品行业经营状况分析（1）规模指标分析（2）盈利能力分析（3）运营能力分析（4）偿债能力分析（5）发展能力分析2.2 膨化食品市场分析2.2.1 谷物膨化食品市场分析2.2.2 薯类膨化食品市场分析（1）薯片市场发展状况分析（2）薯片的

营销战略1) 强化产品消费群体定位2) 推出个性化外包装产品3) 突出薯片品牌文化理念 (3)

) 薯片电商渠道扩展2.2.3 膨化食品主要品牌竞争情况 (1) 百事向上整体获取原料采购优势 (2) 上好佳改善终端策略, 提高终端拦截率 (3) 福建达利食品策划品牌形象, 制定广告策略2.2.4 膨化食品主要消费群体分析 (1) 膨化食品消费者性别分析 (2) 膨化食品消费者婚姻状况分析 (3) 膨化食品消费者家庭人口分析2.3 饼干产品市场分析2.3.1 饼干产品市场发展情况 (1) 生产规模 (2) 销售规模2.3.2 饼干产品行业经营状况分析 (1) 行业经营效益分析 (2) 行业盈利能力分析 (3) 行业运营能力分析 (4) 行业偿债能力分析 (5) 行业发展能力分析2.3.3 饼干产品主要品牌竞争情况 (1) 外资企业品牌主导中高端 (2) 民营企业竞争实力增强2.3.4 饼干产品主要消费群体分析2.4 糕点产品市场分析2.4.1 糕点产品市场发展情况2.4.2 糕点产品行业市场竞争情况 (1) 竞争对手分析 (2) 购买者分析 (3) 替代品分析 (4) 潜在进者分析 (5) 供应商分析2.4.3 糕点产品主要消费群体分析 (1) 主要消费群体 (2) 消费群体特征 (3) 手稿蛋糕消费对象特征2.5 面包产品市场分析2.5.1 面包产品市场发展情况 (1) 行业整体发展态势良好 (2) 加工、生产、服务趋于专业化、标准化 (3) 中高端市场成为争夺焦点2.5.2 面包产品主要品牌竞争情况 (1) 品牌及其影响 (2) 商业模式分析 (3) 关键成功因素2.5.3 面包产品主要消费群体分析2.6 焙烤食品行业市场需求前景预测2.6.1 焙烤食品行业市场发展趋势分析2.6.2 焙烤食品行业市场前景预测分析 第3章：中国糖果行业市场分析3.1 糖果行业市场发展概述3.1.1 糖果行业市场发展现状 (1) 糖果市场规模 (2) 糖果市场竞争3.1.2 糖果行业市场经营状况分析 (1) 行业经营效益分析 (2) 行业盈利能力分析 (3) 行业运营能力分析 (4) 行业偿债能力分析 (5) 行业发展能力分析3.1.3 糖果行业产业链上游市场分析 (1) 甜味剂行业发展状况分析1) 糖精生产有所减少2) 糖精出口量减少3) 三氯蔗糖产能稳步增加 (2) 明胶行业发展状况分析 (3) 多糖醇行业发展状况分析 (4) 糖果添加剂行业发展状况分析1) 中草药提取物行业发展分析2) 香精香料行业发展分析3) 其它糖果添加剂市场发展分析3.2 传统型糖果产品市场分析3.2.1 硬糖产品市场分析 (1) 硬糖产品市场发展情况 (2) 硬糖产品主要品牌竞争情况3.2.2 奶糖产品市场分析 (1) 奶糖产品市场发展情况 (2) 奶糖产品主要品牌竞争情况1) 国内奶糖品牌2) 大白兔奶糖的市场竞争3.2.3 巧克力产品市场分析 (1) 巧克力产品市场发展情况 (2) 巧克力产品主要品牌竞争情况1) 第一阵营2) 第二阵营3) 第三阵营3.2.4 酥糖产品市场分析 (1) 酥糖产品市场发展情况 (2) 酥糖产品主要品牌竞争情况3.3 功能性糖果产品市场分析3.3.1 维生素糖果产品市场分析 (1) 维生素糖果产品市场发展情况 (2) 维生素糖果产品主要品牌竞争情况3.3.2 功能性清咽润喉糖市场分析 (1) 功能性清咽润喉糖市场发展情况 (2) 功能性清咽润喉糖主要品牌竞争情况3.3.3 无糖糖果产品市场分析 (1) 无糖糖果产品市场发展情况 (2) 无糖糖果产品主要品牌竞争情况3.4 胶基糖果 (口香糖) 产品市场分析3.4.1 胶基糖果 (口香糖) 产品市场现状分析3.4.2 胶基糖果 (口香糖) 产品主要

品牌竞争情况3.4.3 胶基糖果（口香糖）产品主要消费群体分析3.5 糖果行业市场发展趋势及前景预测3.5.1 糖果行业市场消费特点及趋势分析3.5.2 糖果行业市场发展前景预测 第4章：中国干果行业市场分析4.1 干果行业市场发展概述4.1.1 干果行业市场发展现状（1）行业规模越来越大（2）行业集中度低（3）品牌溢价能力差（4）行业格局已具雏形，但集群效应没有出现4.1.2 干果行业市场价格走势分析4.1.3 干果行业主要品牌竞争情况4.1.4 干果行业主要消费群体分析4.2 干果行业细分产品市场分析4.2.1 瓜子产品市场分析（1）瓜子生产市场分析（2）瓜子消费市场分析1）消费者产品品牌的喜好2）消费者产品品类的喜好3）消费者产品口味的喜好4）消费者购买瓜子关注的主要因素4.2.2 花生产品市场分析（1）花生产品市场供需状况1）种植面积波动增长2）花生产量总体不断提高3）花生单产水平稳步提高（2）花生价格走势分析1）坐标轴左侧折线图由上到下分别为农历2015、农历2016、农历2014（3）我国花生生产的竞争特点分析1）有利因素2）不利因素（4）中国花生产业未来发展趋势与对策（5）花生休闲产品市场竞争分析4.2.3 杏仁产品市场分析（1）杏仁产品市场供给情况（2）杏仁产品市场生产状况4.2.4 核桃产品市场分析（1）核桃产品市场需求分析（2）核桃产品生产市场分析（3）核桃价格市场分析1）坐标轴最左端由上到下分别是农历2014、农历2015、农历20164.2.5 开心果产品市场分析（1）开心果产量分析（2）开心果市场需求量分析4.3 特色干果市场需求分析4.3.1 新疆干果市场分析（1）新疆干果销售市场（2）新疆干果价格市场分析4.3.2 山东花生市场分析4.4 干果行业市场需求前景预测4.4.1 干果行业市场消费特点及趋势分析（1）干果行业市场消费特点1）原味、咸味和甜味是消费者最喜欢的干果口味2）消费者最喜欢哪种包装的干果产品3）好的干果产品需要具备的核心条件4）吃干果产品主要能满足消费者哪种需求（2）干果行业市场发展趋势4.4.2 干果行业市场发展前景预测 第5章：中国果冻及果脯蜜饯行业市场分析5.1 果冻行业市场分析5.1.1 果冻产品市场发展现状5.1.2 果冻产品主要品牌竞争情况5.1.3 果冻产品主要消费群体分析5.1.4 果冻产品市场发展趋势及前景预测（1）果冻产品市场消费特点及趋势分析1）果冻产品市场消费特点2）果冻产品市场消费趋势（2）果冻产品市场发展前景预测5.2 果脯蜜饯行业市场分析5.2.1 果脯蜜饯产品市场发展现状（1）果脯蜜饯产品市场需求分析（2）果脯蜜饯产品市场规模分析（3）果脯蜜饯产品市场竞争格局分析5.2.2 果脯蜜饯产品上游产业供应链分析（1）水果行业发展现状1）苹果市场发展情况2）柑橘市场发展情况（2）制糖行业的发展现状1）行业经营效益分析2）行业盈利能力分析3）行业运营能力分析4）行业偿债能力分析5）行业发展能力分析（3）包装行业的发展现状1）行业经营效益分析2）行业盈利能力分析3）行业运营能力分析4）行业偿债能力分析5）行业发展能力分析5.2.3 果脯蜜饯产品区域市场分析（1）北京果脯蜜饯市场分析1）北京果脯蜜饯市场发展现状2）北京果脯蜜饯市场发展历程3）北京果脯蜜饯市场产品结构4）北京果脯蜜饯市场品牌格局（2）江西酸枣糕市场分析1）江西省酸枣糕生产状况2）江西省酸枣糕市场领先企业（3）

山东红枣市场分析1) 山东红枣生产状况2) 山东省红枣市场领先企业5.2.4 果脯蜜饯产品消费市场调研分析 (1) 果脯蜜饯产品市场品牌影响力情况 (2) 果脯蜜饯产品消费者消费品牌分析 (3) 果脯蜜饯产品消费类别分析 (4) 果脯蜜饯产品市场消费价格分析 (5) 果脯蜜饯产品市场消费者消费金额分析 (6) 果脯蜜饯产品市场消费者消费季节分析 (7) 果脯蜜饯产品消费影响因素分析5.2.5 果脯蜜饯产品市场发展趋势 (1) 果脯蜜饯市场面临的问题 (2) 果脯蜜饯市场发展趋势 第6章：中国熟食行业市场分析6.1 熟食行业市场发展状况分析6.1.1 熟食行业市场发展现状分析6.1.2 熟食行业上游产业供应链分析 (1) 畜牧养殖业现状 (2) 肉类产品供应状况 (3) 畜牧养殖业与熟食行业6.2 熟食连锁经营市场状况分析6.2.1 熟食连锁经营市场发展整体情况6.2.2 熟食连锁经营市场规模分析6.2.3 熟食连锁经营市场竞争格局分析6.3 地区特色熟食产业发展状况分析6.3.1 重庆熟食产品市场分析 (1) 重庆市场本土企业 (2) 重庆市场外来企业6.3.2 湖南熟食产品市场分析 (1) 湖南熟食产品市场规模 (2) 湖南熟食产品市场特点6.3.3 新疆牛肉干产品市场分析6.3.4 内蒙风干牛肉干产品市场分析 (1) 内蒙风干牛肉干产品市场 (2) 内蒙风干牛肉干产品市场存在的问题6.3.5 北京熟食产品市场分析 (1) 北京熟食市场主要消费产品 (2) 北京熟食市场主要品牌 (3) 消费者消费熟食原因 (4) 北京熟食市场消费频率 (5) 北京熟食市场消费价位及金额 (6) 北京熟食市场主要消费季节6.4 熟食行业市场发展趋势及前景预测6.4.1 熟食行业市场消费特点及趋势分析6.4.2 熟食行业市场发展前景预测 第7章：中国休闲食品行业企业竞争力分析7.1 国际休闲食品企业在华竞争力分析7.1.1 国际企业在华竞争力分析7.1.2 典型企业在华经营状况——好丽友 (1) 好丽友在华销售收入增长情况 (2) 好丽友在华产品市场情况7.2 中国休闲食品企业竞争力分析7.2.1 中国焙烤食品行业集中度分析 (1) 行业区域集中度分析 (2) 行业区域集中度变化情况7.2.2 中国糖果企业竞争力分析 (1) 行业区域集中度分析 (2) 行业区域集中度变化情况7.2.3 中国果脯蜜饯行业集中度分析 (1) 行业区域集中度分析 (2) 行业区域集中度变化情况7.2.4 中国休闲食品行业五力竞争模型 (1) 休闲食品行业上游议价能力分析 (2) 休闲食品行业下游议价能力分析 (3) 休闲食品行业替代者威胁分析 (4) 休闲食品行业潜在进入者威胁分析 (5) 休闲食品行业竞争状况总结7.3 中国休闲食品企业发展趋势分析7.3.1 中国休闲食品企业面临的问题 (1) 产品同质化严重 (2) 产品缺乏创意 (3) 营销网络不健全 (4) 产品研发后劲不足 (5) 食品安全问题7.3.2 中国休闲食品企业发展趋势 (1) 口味及品类创新为必然趋势1) 口味发展趋势2) 品类发展方向 (2) 产品包装发展趋势 (3) 营销模式发展趋势1) 品牌战略2) 渠道模式创新3) 多方整合推广策略 (4) 竞争策略发展趋势7.4 中国休闲食品行业领先企业经营分析7.4.1 中国旺旺控股有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营情况分析1) 主要经济指标2) 盈利能力3) 运营能力4) 偿债能力5) 发展能力 (5) 企业经营状况优劣势分析7.4.2 上好佳 (中国) 有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析 (2) 企业主营业务与产品 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析

7.4.3 百事食品(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析 (5) 企业最新发展动向分析

7.4.4 福建福马食品集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业综合信息情况 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.5 福建达利食品集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业生产能力分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业研发情况分析 (6) 企业经营状况优劣势分析 (7) 企业最新发展动态

7.4.6 玛氏食品(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营领域分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析

7.4.7 不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业生产能力分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.8 金冠(中国)食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业综合信息情况 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.9 福建雅客食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析 (5) 企业最新发展动向分析

7.4.10 天喔食品(集团)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业组织结构 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.11 招远必泰食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析

7.4.12 南京喜之郎食品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业生产能力分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.13 福建东方食品集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业生产能力分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.14 江西煌上煌集团食品股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 公司研发支出情况 (4) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (5) 企业销售渠道与网络 (6) 企业经营状况优劣势分析

7.4.15 周黑鸭国际控股有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析 2) 企业盈利能力分析 3) 企业运营能力分析 4) 企业偿债能力分析 5) 企业发展能力分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析

图表目录 图表1：休闲食品从产品属性分类 图表2：2010年以来休闲食品行业销售收入及占GDP比重(单位：亿元，%) 图表3：中国休闲食品行业市场特征 图表4：2013年以来休闲食品行业经营效益分析(单位：家，万元，%) 图表5：2013年以来中

国休闲食品行业盈利能力分析（单位：%）图表6：2013年以来中国休闲食品行业运营能力分析（单位：次）图表7：2013年以来中国休闲食品行业偿债能力分析（单位：%、倍）图表8：2013年以来中国休闲食品行业发展能力分析（单位：%）图表9：2008年以来休闲食品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元、%）图表10：2011年以来休闲食品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元、%）图表11：休闲食品行业工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元）图表12：休闲食品行业工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）图表13：休闲食品行业产成品居前的10个地区统计表（单位：万元）图表14：休闲食品行业产成品居前的10个地区比重图（单位：%）图表15：2008年以来休闲食品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元、%）图表16：2011年以来休闲食品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元、%）图表17：休闲食品行业销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元）图表18：休闲食品行业销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）图表19：休闲食品行业销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元）图表20：休闲食品行业销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）图表21：2008年以来全国休闲食品行业产销率变化趋势图（单位：%）图表22：2014-2016年中国休闲食品行业进出口状况表（单位：万美元、%）图表23：2014-2016年中国休闲食品行业进出口图（单位：亿美元）图表24：2016年中国休闲食品行业按金额排名出口产品（单位：万吨、亿美元）图表25：2016年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）图表26：2016年中国休闲食品行业出口产品（单位：万吨、亿美元）图表27：2016年休闲食品行业出口产品结构（单位：%）图表28：2016年中国休闲食品行业按金额排名进口产品（单位：万吨、亿美元）图表29：2016年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）图表30：2016年中国休闲食品行业按金额排名进口产品（单位：万吨、亿美元）图表31：2016年休闲食品行业进口产品结构（单位：%）图表32：休闲食品行业出口不利因素分析图表33：休闲食品行业出口有利因素分析图表34：2007-2017年世界经济增长情况及预测（单位：%）图表35：2006-2016年中国GDP增长趋势分析（单位：万亿元、%）图表36：2011-2016年我国社会消费品零售总额增长情况（单位：万亿元）图表37：2015-2016年我国社会消费品零售总额分月增长情况（单位：%）图表38：2011-2016年我国居民人均可支配收入及其增长情况（单位：元、%）图表39：全国居民人均消费支出构成（单位：%）图表40：2008年以来中国GDP情况以及休闲食品产值增长情况（单位：%）图表41：2008年以来居民收入增长情况与休闲食品行业销售收入增长率比较图（单位：%）图表42：2014-2017年主要经济指标增长及预测（单位：%）图表43：中国休闲食品行业相关政策图表44：中国休闲食品行业发展规划图表45：技术贸易壁垒对休闲食品出口的影响图表46：人民币汇率变化对休闲食品出口的影响图表47：中国休闲食品贸易环境发展趋势图表48：京沪穗三城市家庭休闲食品总体消费状况（单位：%）图表49：中国休闲食品消费趋势分析图表50：2013年以来中国烘焙食品行业经营效益分析

(单位：家，万元，%) 图表51：2013年以来中国烘焙食品行业盈利能力分析(单位：%) 图表52：2013年以来中国烘焙食品行业运营能力分析(单位：次) 图表53：2013年以来中国烘焙食品行业偿债能力分析(单位：%，倍) 图表54：2013年以来中国烘焙食品行业发展能力分析(单位：%) 图表55：膨化食品品牌渗透率男女差别(单位：%) 图表56：膨化食品品牌渗透率婚姻状况差别(单位：%) 图表57：2008-2016年中国饼干产量走势图(单位：万吨) 图表58：2011-2016年我国饼干销售收入变化情况(单位：亿元，%) 图表59：2013年以来饼干产品行业经营效益分析(单位：家，万元，%) 图表60：2013年以来中国饼干产品行业盈利能力分析(单位：%) 图表61：2013年以来中国饼干产品行业运营能力分析(单位：次) 图表62：2013年以来中国饼干产品行业偿债能力分析(单位：%，倍) 图表63：2013年以来中国饼干产品行业发展能力分析(单位：%) 图表64：中国糕点产品市场发展特点分析 图表65：面包产品主要品牌及其影响 图表66：Bread Talk商业模式分析 图表67：焙烤食品行业市场发展趋势分析 图表68：焙烤食品行业市场前景预测分析 图表69：2009年以来我国糖果市场规模及增长速度(单位：亿元，%) 图表70：国内主要糖果品牌及产品种类 图表71：2013年以来糖果行业经营效益分析(单位：家，万元，%) 图表72：2013年以来中国糖果行业盈利能力分析(单位：%) 图表73：2013年以来中国糖果行业运营能力分析(单位：次) 图表74：2013年以来中国糖果行业偿债能力分析(单位：%，倍) 图表75：2013年以来中国糖果行业发展能力分析(单位：%) 图表76：2008-2016年中国明胶行业市场规模(单位：万吨) 图表77：巧克力产品第一阵营主要品牌竞争情况 图表78：巧克力产品第二阵营主要品牌竞争情况 图表79：巧克力产品第三阵营主要品牌竞争情况 图表80：胶基糖果(口香糖)产品主要消费群体分析 图表81：2009-2016年中国糖果产量及同比增长情况(单位：万吨，%) 图表82：2016年全国各省市糖果产量占比情况(单位：%) 图表83：2016年开心果批发价格(单位：元/公斤) 图表84：我国瓜子产品品牌提名率(单位：%) 图表85：我国瓜子产品种类消费率(单位：%) 图表86：消费者最喜欢的瓜子口味占比(单位：%) 图表87：消费者购买瓜子主要关注的因素分析(单位：%) 图表88：2000年以来我国花生种植面积(单位：千公顷) 图表89：2000年以来我国花生产量(单位：万吨) 图表90：2013年以来我国花生主产区产量(单位：百万吨) 图表91：1996年以来我国花生单产(单位：吨/公顷) 图表92：2014-2016年我国花生价格走势(单位：元/千克) 图表93：我国花生生产的竞争有利因素分析 图表94：我国花生生产的竞争不利因素分析 图表95：中国花生产业未来发展趋势与对策 图表96：1992年以来我国核桃产量(单位：吨) 图表97：2014-2016年我国核桃价格走势(单位：元/千克) 图表98：2008-2016年我国开心果产量及增长情况(单位：万吨，%) 图表99：2008-2016年我国开心果需求量及增长情况(单位：万吨，%) 图表100：消费者喜欢干果口味分析(单位：%) 图表101：消费者喜欢干果包装分析(单位：%) 图表102：消费者购买干果关注的主要因素分析(单位：%)

图表103：干果产品满足消费者哪方面需求分析（单位：%）图表104：主要果冻产品品牌市场占有率分析（单位：%）图表105：果冻产品市场消费趋势图表106：果脯蜜饯产品市场竞争格局分析图表107：2008-2016年我国苹果产量增长情况（单位：万吨，%）图表108：2015-2016年我国苹果各月出口数量（单位：万吨）图表109：2015-2016年我国苹果各月出口金额（单位：千万美元）图表110：2015-2016年我国苹果出口分洲出口表（单位：万吨，万美元，美元/吨，%）图表111：不同品种类型增/减产情况和特点图表112：不同成熟期柑橘类型的产量增减情况图表113：不同产区柑橘类型的产量增减情况图表114：柑橘产量减少原因分析图表115：2013年以来制糖行业经营效益分析（单位：家，万元）图表116：2013年以来中国制糖行业盈利能力分析（单位：%）图表117：2013年以来中国制糖行业运营能力分析（单位：次）图表118：2013年以来中国制糖行业偿债能力分析（单位：% ，倍）图表119：2013年以来中国制糖行业发展能力分析（单位：%）图表120：2013年以来包装行业经营效益分析（单位：家，万元）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/Z22719IF12.html>