

2024-2030年中国干果坚果市场深度评估与前景规划建议报告

产品名称	2024-2030年中国干果坚果市场深度评估与前景规划建议报告
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

2024-2030年中国干果坚果市场深度评估与前景规划建议报告

【全新修订】：2024年3月

【出版机构】：中智信投研究网

【内容部分有删减·详细可参中智信投研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾滢滢 李雪

免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员

内容简介：

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2

(3) 原材料依赖型产业2

(4) 规模经济的典型特征3

1.2干果坚果行业统计标准3

1.2.1行业统计部门和统计口径3

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4

1.3.1行业产业链简介4

1.3.2行业下游产业链相关行业分析4

1.3.3行业产业链上游相关行业分析5

第二章干果坚果行业市场环境分析6

2.1干果坚果行业经济环境分析6

2.1.1国际宏观经济环境分析6

2.1.2国内宏观经济环境分析11

2.1.3行业宏观经济环境分析18

2.2干果坚果行业贸易环境分析19

2.2.1行业贸易环境发展现状19

2.2.2行业贸易环境发展趋势20

2.3干果坚果行业***环境分析20

2.3.1主要货币数据分析20

2.3.2货币政策未来走向21

2.4干果坚果行业政策环境分析24

2.4.1行业相关政策动向24

2.4.2行业相关发展规划24

2.5干果坚果行业社会环境分析26

2.5.1产业社会环境26

2.5.2社会环境对行业的影响30

第三章2020-2023年食品行业发展分析31

3.1中国食品行业发展综合状况31

3.1.1中国食品行业发展总析31

3.1.2国内食品工业发展的突出特点35

3.1.3中国食品产业发展面临新形势35

3.1.4我国食品工业区域结构得到改善36

3.2 2020-2023年中国食品行业发展分析36

3.2.1 2019年中国食品工业经济运行状况36

3.2.2 2022年我国食品工业经济运行状况42

3.2.3 2022年我国食品工业运行分析43

3.3 2020-2023年中国食品行业信息化发展分析44

3.3.1中国食品行业信息化总体状况44

3.3.2我国食品行业信息化需求特点45

3.3.3中国食品行业信息化发展不平衡46

3.3.4plm在食品业信息化中的应用探析47

3.4我国食品行业发展思路50

3.4.1食品工业发展的建议50

3.4.2食品行业发展的政策措施52

3.4.3食品工业发展基本思路与方向52

3.4.4中国食品工业的发展战略分析57

3.4.5中国食品行业诚信体系建设的建议57

3.4.6中小食品企业经营创新思路58

第四章2017-2022年休闲食品行业发展分析60

4.1中国休闲食品行业发展状况分析60

4.1.1中国休闲食品行业发展总体概况60

(1) 休闲食品行业的发展规模60

(2) 休闲食品行业市场现状61

(3) 休闲食品行业的消费群体61

(4) 休闲食品行业面临的挑战及发展趋势61

4.1.2中国休闲食品行业发展主要特点64

(1) 竞争激烈——品牌是关键64

(2) 生产趋于化和标准化64

(3) 中高端市场成为争夺焦点64

(4) 行业同质化现象严重65

4.2休闲食品行业经济指标分析66

4.2.1行业经济指标分析66

4.2.2不同性质企业经济指标分析66

第五章中国干果坚果行业发展现状分析67

- 5.1中国干果坚果行业发展状况分析67
 - 5.1.1中国干果坚果行业发展阶段67
 - 5.1.2中国干果坚果行业发展总体概况67
 - 5.1.3中国干果坚果行业发展特点分析68
 - 5.1.4中国干果坚果行业商业模式分析68
- 5.2干果坚果行业发展现状71
 - 5.2.1 2020-2023年中国干果坚果行业市场规模71
 - 5.2.2 2020-2023年中国干果坚果行业发展分析71
 - 5.2.3 2020-2023年中国干果坚果企业发展分析72
- 5.3干果坚果市场情况分析73
 - 5.3.1中国干果坚果市场总体概况73
 - 5.3.2中国干果坚果产品市场发展分析73
- 5.4中国干果坚果市场价格走势分析73
 - 5.4.1干果坚果市场定价机制组成73
 - 5.4.2干果坚果市场价格影响因素74
 - 5.4.3干果坚果产品价格走势分析74
 - 5.4.4 2024-2030年干果坚果产品价格走势预测75

第六章中国干果坚果市场供需形势分析77

- 6.1干果坚果行业生产分析77
 - 6.1.1产品及原材料进口、自有比例77
 - 6.1.2国内产品及原材料生产基地分布77
- 6.2中国干果坚果行业供需分析78
 - 6.2.1 2020-2023年中国干果坚果行业供给情况78
 - (1) 中国干果坚果产量分析78
 - (2) 中国干果坚果总产值分析79

6.2.2 2020-2023年中国干果坚果行业需求情况80

(1) 中国干果坚果销售产值分析80

(2) 中国干果坚果销售收入分析80

6.2.3 2020-2023年中国干果坚果行业供需平衡分析81

6.3 干果坚果产品市场应用及需求预测81

6.3.1 干果坚果产品应用市场总体需求分析81

6.3.2 干果坚果产品应用市场需求总规模82

第七章 干果坚果进出口结构及面临的机遇与挑战83

7.1 干果坚果行业进出口市场分析83

7.1.1 干果坚果行业进出口综述83

(1) 中国干果坚果进出口的特点分析83

(2) 中国干果坚果进出口政策与国际化经营83

7.1.2 干果坚果行业出口市场分析84

7.1.3 干果坚果行业进口市场分析84

7.2 中国干果坚果出口面临的挑战及对策85

7.2.1 中国干果坚果出口面临的挑战85

7.2.2 中国干果坚果行业未来出口展望85

7.2.3 中国干果坚果产品出口对策85

第八章 干果坚果行业区域市场分析87

8.1 华南地区市场分析87

8.1.1 广东干果坚果市场分析87

(1) 广东干果坚果市场销售情况87

(2) 广东干果坚果市场价格监测87

(3) 广东干果坚果市场竞争分析87

(4) 广东干果坚果市场发展前景88

8.1.2广西干果坚果市场分析89

(1) 广西干果坚果市场销售情况89

(2) 广西干果坚果市场价格监测89

(3) 广西干果坚果市场竞争分析89

(4) 广西干果坚果市场发展前景90

8.1.3海南干果坚果市场分析91

(1) 海南干果坚果市场销售情况91

(2) 海南干果坚果市场价格监测91

(3) 海南干果坚果市场竞争分析91

(4) 海南干果坚果市场发展前景92

8.2华东地区市场分析93

8.2.1上海市干果坚果市场分析93

(1) 上海市干果坚果市场销售情况93

(2) 上海市干果坚果市场价格监测93

(3) 上海市干果坚果市场竞争分析93

8.2.2江苏省干果坚果市场分析94

(1) 江苏省干果坚果市场销售情况94

(2) 江苏省干果坚果市场价格监测95

(3) 江苏省干果坚果市场竞争分析95

(4) 江苏省干果坚果市场发展前景95

8.2.3浙江省干果坚果市场分析96

(1) 浙江省干果坚果市场销售情况96

(2) 浙江省干果坚果市场价格监测96

(3) 浙江省干果坚果市场竞争分析96

(4) 浙江省干果坚果市场发展前景97

8.2.4山东省干果坚果市场分析97

(1) 山东省干果坚果市场销售情况97

(2) 山东省干果坚果市场价格监测97

(3) 山东省干果坚果市场竞争分析98

(4) 山东省干果坚果市场发展前景98

8.3西南地区市场分析99

8.3.1四川省干果坚果市场分析99

8.3.2贵州省干果坚果市场分析100

8.3.3云南省干果坚果市场分析101

第九章中国干果坚果上游供应市场分析106

9.1干果坚果行业原料市场——板栗106

9.1.1原料市场——产量规模分析106

9.1.2原料市场——价格走势分析106

9.1.3原料市场——市场趋势分析107

9.2干果坚果行业原料市场——核桃107

9.2.1原料市场——产量规模分析107

9.2.2原料市场——价格走势分析109

9.2.3原料市场——市场趋势分析109

9.3干果坚果行业原料市场——腰果110

9.3.1原料市场——产量规模分析110

9.3.2原料市场——价格走势分析110

9.3.3原料市场——市场趋势分析110

第十章中国干果坚果行业细分产品分析112

10.1干果坚果行业细分产品——榛子112

10.1.1 细分产品——应用特点分析112

10.1.2 细分产品——应用案例分析112

10.1.6 细分产品——应用前景预测113

10.2 干果坚果行业细分产品——糖果113

10.2.1 细分产品——应用特点分析113

10.2.2 细分产品——生产工艺流程114

10.2.3 细分产品——注意问题分析117

第十一章 中国干果坚果行业下游市场分析119

11.1 干果坚果行业下游消费者——按性别分析119

11.1.1 消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品119

11.1.2 男性消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品119

12.1.3 女性消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品120

12.1.4 不同性别消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品120

11.2 干果坚果行业下游市场——按年龄分析121

12.2.1 16-20岁消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品121

12.2.2 21-25岁消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品122

12.2.3 26-30岁消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品122

12.2.4 不同年龄消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品123

第十二章 干果坚果行业发展前景分析预测124

12.1 2024-2030年干果坚果市场发展前景124

12.1.1 2024-2030年干果坚果市场发展潜力124

12.1.2 2024-2030年干果坚果市场发展前景展望124

12.1.3 2024-2030年干果坚果食品行业发展前景分析124

12.2 2024-2030年中国干果坚果行业供需预测126

- 12.2.1 2024-2030年中国干果坚果行业供给预测126
- 12.2.2 2024-2030年中国干果坚果行业产量预测127
- 12.2.3 2024-2030年中国干果坚果市场销量预测128
- 12.2.4 2024-2030年中国干果坚果行业需求预测129

第十三章干果坚果行业投资价值分析评估130

- 13.1干果坚果行业投资特性分析130
 - 13.1.1干果坚果行业进入壁垒分析130
 - 13.1.2干果坚果行业盈利模式分析131
 - 13.1.3干果坚果行业盈利因素分析132
- 13.2 2024-2030年干果坚果行业发展的影响因素132
 - 13.2.1有利因素132
 - 13.2.2不利因素133
- 13.3 2024-2030年干果坚果行业投资价值评估分析133
 - 13.3.1行业投资效益分析133
 - 13.3.2投资回报率比较高的投资方向134
 - 13.3.3新进入者应注意的障碍因素134

第十四章干果坚果行业投资机会与风险防范136

- 14.1干果坚果行业投***情况136
 - 14.1.1行业资金渠道分析136
 - 14.1.2固定资产投资分析136
 - 14.1.3兼并重组情况分析138
 - 14.1.4干果坚果行业投资现状分析139
- 14.2 2024-2030年干果坚果行业投资机会139
 - 14.2.1产业链投资机会139

14.2.2细分市场投资机会140

14.2.3重点区域投资机会141

14.2.4干果坚果行业投资机遇141

14.3 2024-2030年干果坚果行业投资风险及防范142

14.3.1政策风险及防范142

14.3.2技术风险及防范143

14.3.3供求风险及防范145

14.3.4宏观经济波动风险及防范145

14.3.5产品结构风险及防范146

14.3.6其他风险及防范147

14.4中国干果坚果行业投资建议147

14.4.1干果坚果行业未来发展方向147

14.4.2研究院专家投资建议148

第十五章干果坚果行业重点企业经营分析151

15.1干果坚果企业发展总体状况分析151

15.1.1干果坚果企业规模分析151

15.1.2干果坚果行业销售收入分析152

15.1.3干果坚果行业销售利润分析153

15.2干果坚果行业企业个案分析153

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153

（1）企业发展简况分析153

（2）主要经济指标分析153

（3）企业盈利能力分析154

（4）企业运营能力分析154

（5）企业偿债能力分析155

(6) 企业发展能力分析156

(7) 企业产品结构及新产品动向156

(8) 企业销售渠道与网络157

(9) 企业经营状况优劣势分析158

(10) 企业投资兼并与重组分析159

(11) 企业新发展动向分析159

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159

(1) 企业发展简况分析159

(2) 主要经济指标分析159

(3) 企业盈利能力分析159

(4) 企业运营能力分析160

(5) 企业偿债能力分析161

(6) 企业发展能力分析162

(7) 企业产品结构及新产品动向162

(8) 企业销售渠道与网络162

(9) 企业经营状况优劣势分析162

(10) 企业投资兼并与重组分析162

(11) 企业新发展动向分析163

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163

(1) 企业发展简况分析163

(2) 主要经济指标分析163

(3) 企业盈利能力分析164

(4) 企业运营能力分析164

(5) 企业偿债能力分析165

(6) 企业发展能力分析166

(7) 企业产品结构及新产品动向167

(8) 企业销售渠道与网络167

(9) 企业经营状况优劣势分析167

(10) 企业投资兼并与重组分析167

(11) 企业新发展动向分析167

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167

(1) 企业发展简况分析168

(2) 主要经济指标分析168

(3) 企业盈利能力分析168

(4) 企业运营能力分析169

(5) 企业偿债能力分析170

(6) 企业发展能力分析171

(7) 企业产品结构及新产品动向171

(8) 企业销售渠道与网络171

(9) 企业发展战略分析171

(10) 企业经营状况优劣势分析172

(11) 企业投资兼并与重组分析172

(12) 企业新发展动向分析172

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172

(1) 企业发展简况分析172

(2) 企业产销能力分析173

(3) 企业盈利能力分析174

(4) 企业运营能力分析175

(5) 企业偿债能力分析176

(6) 企业发展能力分析177

(7) 企业产品结构及新产品动向177

(8) 企业销售渠道与网络178

(9) 企业经营状况优劣势分析178

(10) 企业新发展动向分析179

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179

(1) 企业发展简况分析179

(2) 企业产销能力分析179

(3) 企业盈利能力分析180

(4) 企业运营能力分析180

(5) 企业偿债能力分析181

(6) 企业发展能力分析182

(7) 企业产品结构及新产品动向183

(8) 企业销售渠道与网络183

15.2.7 新农哥食品有限公司(新农哥品牌)经营情况分析183

(1) 企业发展简况分析183

(2) 企业产销能力分析184

(3) 企业盈利能力分析184

(4) 企业运营能力分析185

(5) 企业偿债能力分析186

(6) 企业发展能力分析187

(7) 企业产品结构及新产品动向187

(8) 企业销售渠道与网络187

第十六章 干果坚果市场营销策略分析188

16.1 食品工业营销状况188

16.1.1 现代食品营销特点188

16.1.2 食品行业看好网络营销189

16.1.3 食品企业开展网络营销的四大策略190

16.1.4 高端食品的成功营销之道191

16.1.5中国食品行业的公益营销火热192

16.1.6食品企业营销主打健康牌193

16.2营销194

16.2.1我国营销环境分析194

16.2.2我国市场营销的现状196

16.2.3营销渠道定位与选择198

16.2.4构建营销渠道的对策200

16.2.5市场营销建议202

16.2.6营销需要实施品牌战略204

16.2.7的“绿色营销”策略205

16.3中国干果坚果营销渠道分析206

16.3.1干果坚果销售额结构分析206

16.3.2主要销售渠道207

16.4中国干果坚果消费人群分析207

16.5中国干果坚果营销策略分析208

16.5.1市场细分分析208

16.5.2市场定位分析209

16.5.3产品策略分析209

16.5.4价格策略分析209

16.5.5渠道策略分析209

16.5.6促销策略分析210

第十七章干果坚果企业发展策略分析211

17.1干果坚果行业面临的困境211

17.1.1干果坚果行业发展需要关注的突出问题211

17.1.2中国干果坚果工业的薄弱环节211

17.1.3干果坚果工业面临的挑战211

17.2干果坚果企业面临的困境及对策212

17.2.1重点干果坚果企业面临的困境及对策212

17.2.2中小干果坚果企业发展困境及策略分析213

(1) 中小干果坚果企业面临的困境213

(2) 中小干果坚果企业对策探讨213

17.3中国干果坚果行业存在的问题及对策214

17.3.1中国干果坚果行业存在的问题214

(1) 中国干果坚果面临成长困境214

(2) 中国干果坚果需要强势品牌215

17.3.2干果坚果行业发展的建议对策216

(1) 把握国家投资的契机216

(2) 竞争性战略联盟的实施217

(3) 企业自身应对策略217

17.3.3市场的重点客户战略实施218

(1) 实施重点客户战略的必要性218

(2) 合理确立重点客户220

(3) 重点客户战略管理220

(4) 重点客户管理功能221

第十八章干果坚果行业研究结论及建议224

18.1报告研究结论224

18.2 专家投资建议224

图表目录

图表：2022年七国集团gdp增长率6

图表：2022年金砖国家及部分亚洲经济体gdp同比增长率7

图表：2022年全球及主要经济体制造业和服务业pmi8

图表：2022年全球及主要经济体制造业pmi新订单和出口新订单指数9

图表：2020-2023年gdp增长速度分析12

图表：2020-2023年国内生产总值增长速度（累计同比）12

图表：2020-2023年规模以上工业增加值增速（月度同比）13

图表：2020-2023年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）13

图表：2020-2023年固定资产投资到位资金同比增速14

图表：2020-2023年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）15

图表：2020-2023年居民消费价格上涨情况（月度同比）16

图表：2020-2023年农村居民人均收入实际增速（累计同比）17

图表：2020-2023年城镇居民人均可支配收入实际增速（累计同比）17

图表：2022年食品工业固定资产投资情况19

图表：2012-2022年中国人口及其自然增长率变化情况26

图表：2018-2022年学校招生人数分析27

图表：2018-2022年研究与试验发展（r&d）经费支出28

图表：2022年食品工业增加值季度增长速度37

图表：2022年全国食品工业产值表37

图表：2022年全国食品工业主要产品产量39

图表：2022年按季度分的食品工业利润额40

图表：2022年食品工业经济效益指标41

图表：2022年全国食品工业主要经济指标结构表41

图表：2022年全国食品行业月度主营业务收入及同比44

图表：2018-2022年中国休闲食品行业的发展规模分析60

图表：2023年1-12月中国休闲食品行业主要经济指标分析66

图表：2023年1-12月中国休闲食品行业不同性质企业经济指标分析66

图表：干果坚果行业发展历程67

图表：2020-2023年中国干果坚果行业市场规模分析71

图表：2022年我国干果及坚果进口情况77

图表：2020-2023年中国干果坚果行业产量分析78

图表：2020-2023年中国干果坚果行业总产值分析79

图表：2020-2023年中国干果坚果行业销售产值分析80

图表：2020-2023年中国干果坚果行业销售收入分析80

图表：2020-2023年中国干果坚果行业供需平衡分析81

图表：2020-2023年中国干果坚果产品应用市场需求总规模82

图表：2020-2023年广东干果坚果行业市场销售收入分析87

图表：2020-2023年广西干果坚果行业市场销售收入分析89

图表：2020-2023年海南干果坚果行业市场销售收入分析91

图表：2020-2023年上海干果坚果行业市场销售收入分析93

图表：2020-2023年江苏干果坚果行业市场销售收入分析94

图表：2020-2023年浙江干果坚果行业市场销售收入分析96

图表：2020-2023年山东干果坚果行业市场销售收入分析97

图表：2020-2023年四川干果坚果行业市场销售收入分析99

图表：2020-2023年贵州干果坚果行业市场销售收入分析100

图表：2020-2023年云南干果坚果行业市场销售收入分析101

图表：消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品119

图表：男性消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品120

图表：女性消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品120

图表：不同性别消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品121

图表：16-20岁消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品121

图表：21-25岁消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品122

图表：26-30岁消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品122

图表：不同年龄消费者喜欢吃哪种口味的坚果产品123

图表：2017-2022年我国干果坚果市场供给量126

图表：2024-2030年中国干果坚果行业产量预测127

图表：2017-2022年我国干果坚果市场销量128

图表：2024-2030年中国干果坚果行业需求预测129

图表：2020-2023年我国干果类企业数量151

图表：2020-2023年我国休闲食品销售收入152

图表：2020-2023年我国休闲食品销售利润153

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业盈利能力分析154

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业运营能力分析154

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业偿债能力分析155

图表：佛山南兴果仁制品有限公司企业发展能力分析156

图表：佛山南兴果仁制品有限公司销售渠道157

图表：佛山南兴果仁制品有限公司销售网络158

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业盈利能力分析159

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业运营能力分析160

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业偿债能力分析161

图表：广州市粒上皇干果连锁公司企业发展能力分析162

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业盈利能力分析164

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业运营能力分析164

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业偿债能力分析165

图表：湖北良品铺子食品有限公司企业发展能力分析166

图表：上海来伊份股份有限公司企业盈利能力分析168

图表：上海来伊份股份有限公司企业运营能力分析169

图表：上海来伊份股份有限公司企业偿债能力分析170

图表：上海来伊份股份有限公司企业发展能力分析171

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业盈利能力分析174

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业运营能力分析175

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业偿债能力分析176

图表：安徽三只松鼠电子商务有限公司企业发展能力分析177

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业产销能力分析179

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业盈利能力分析180

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业运营能力分析180

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业偿债能力分析181

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业发展能力分析182

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司产品结构183

图表：乌鲁木齐市西域华新网络有限公司企业销售渠道与网络183

图表：新农哥食品有限公司企业盈利能力分析184

图表：新农哥食品有限公司企业运营能力分析185

图表：新农哥食品有限公司企业偿债能力分析186

图表：新农哥食品有限公司企业发展能力分析187

图表：消费阶层与供应对照图200

图表：洽洽食品股份有限公司干果坚果销售额结构分析206

图表：我国干果坚果主要销售渠道207

图表：中国干果坚果消费主体统计调查207