

2023-2028年中国休闲食品连锁行业市场深度评估 及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国休闲食品连锁行业市场深度评估及投资战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/chain/865331.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

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 2018-2022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

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

第二节 休闲食品消费者需求分析

第三节 休闲食品消费者认知情况

第四节 休闲食品安全问题消费者分析

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、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 好想你健康食品股份有限公司(好想你)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 上海天喔食品(集团)有限公司(天喔一佳)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 良品铺子股份有限公司(良品铺子)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 杭州姚太太食品有限公司(姚太太)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 湖北唐十八食品开发科技有限公司(非常食客)

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七章 2023-2028年中国休闲食品连锁经营前景分析

第一节 2023-2028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 2023-2028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 2023-2028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 2023-2028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

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

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

图表目录：

图表1 休闲食品行业主要商业模式

图表2 2018-2022年中国休闲食品市场零售量与零售额统计

图表3 2018-2022年中国休闲食品市场零售量与零售额统计

图表4 2018-2022年中国糕饼市场零售量与零售额情况

图表5 2018-2022年中国糕点市场零售量与零售额情况

图表6 2018-2022年中国蛋糕零售量统计

图表7 2018-2022年中国饼干市场零售量与零售额情况

图表8 2018-2022年中国薯条/薯片市场零售量与零售额情况

图表9 2018-2022年中国干果市场零售量与零售额情况

图表10 2018-2022年中国坚果市场零售量与零售额情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/chain/865331.html>