



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

休闲零食：线上红利消失的趋势下，竞争转向下沉市场和品类升级 头豹词条报告系列



郑紫炯 · 头豹分析师

2024-03-29 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/食品制造业/糖果、巧克力及蜜饯制造

消费品制造/食品饮料

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>休闲零食是居民在正餐之外，在闲暇、休息时食用...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>休闲零食产品众多，行业不断细分，根据制作方式可...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>休闲零食市场竞争激烈，品牌划分明显，消费者群体...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>休闲零食行业目前已达到 4个 阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>休闲零食行业规模暂无评级报告</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>休闲零食行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>中国休闲零食整体行业分散，集中度较低，竞争激...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 近年来休闲零食食品产品种类愈加丰富，健康化趋势愈发明显，居民对食品类消费持续提升和对零食的需求场景增加使休闲零食市场销量持续增长，消费增长由数量驱动转为品质升级驱动，高端零食销量持续增长，提升休闲零食整体均价，量价齐升推动休闲零食市场规模的扩大，根据预测，2017年-2022年市场规模从11,306.43亿元增长到16,715.84亿元，CAGR达到8.13%，未来随着对下沉市场的精耕和新业态新模式的拓展，预测2027年中国休闲零食市场规模将达到23,859.88亿元。

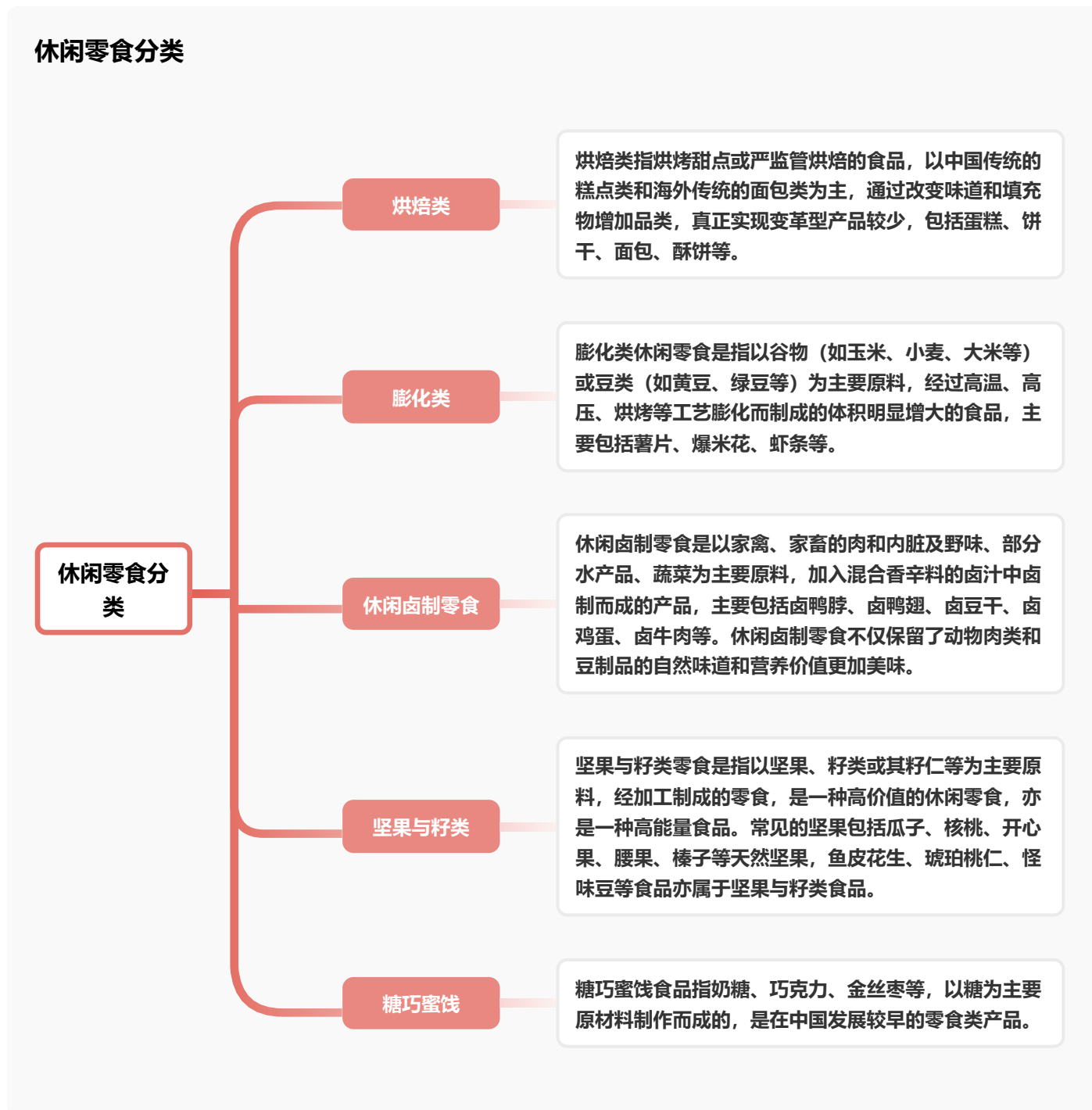
休闲零食行业定义^[1]

休闲零食是居民在正餐之外，在闲暇、休息时食用的食品，其充饥性需求较弱、强化消费场景化、满足更多维度需求（包括重视健康和更多功能延伸、融入更多情绪价值）。休闲零食行业包括制造谷物类休闲食品（烘焙、膨化类、油炸类）、糖果巧克力、坚果炒货、休闲豆制品等产品，产品众多。与传统零食对比，休闲零食目标人群更加明确，包装更加精美，零食更加健康化。

[1] 1: <https://www.cfaa.c...> 2: 中国食品添加剂和配料...

休闲零食行业分类^[2]

休闲零食产品众多，行业不断细分，根据制作方式可细分为：烘焙类、膨化类、休闲卤制食品、坚果炒货、糖巧蜜饯类。



[2] 1: <https://www.csnc.c...>

2: 坚果炒货网

休闲零食行业特征^[3]

休闲零食市场竞争激烈，品牌划分明显，消费者群体广泛，市场需求量大，风味多样化，目前开始进入新零售时代，居民生活水平的提高和健康意识的提高和不断细分的人群需求、消费场景使得休闲零食行业呈现产品种类愈发丰富，健康化趋势愈发明显，其用户主要为“一二线城市的年轻的女孩和宝妈”。

1 产品种类丰富

需求的多样化、消费场景的多样化决定了产品和品类的多样化

随着休闲零食市场的不断扩大和消费者需求和消费场景的多样化，休闲零食行业的竞争亦变得愈发激烈，为了在竞争中获得优势，休闲零食品牌不断根据市场变化和消费者需求，开发新产品，提高产品质量，以保持竞争优势，因此休闲零食产品种类丰富。

2 健康化趋势明显

低热量、低脂肪、低糖是休闲零食的全新趋势

随着居民健康意识的提高，居民亦开始注重休闲零食的健康问题，逐渐淘汰高热量、高糖、高盐、高脂肪的食品，转向低热量、低糖、低盐、高纤维、健康蛋白质的食品，品牌开始研发各类新型健康零食，如卤制品抛弃传统的化学卤料，采用天然草本入味，草本香辛料卤制，古法慢卤工艺，好吃不上火，具有众多营养价值的坚果类零食亦开始成为主流。

3 用户群体多为年轻精致女孩及宝妈

消费者以一二线城市的90后女孩和80后宝妈为主体

休闲零食消费人群中，年龄分布较广，23-44岁宝妈为全品类零食品牌的忠实粉丝，90后的年轻人最热爱甜品面包，女性用户更倾向于购买零食，因为她们更有可能把零食作为零食或小吃来享受，一二线已婚群体消费者扛起休闲零食大旗，占比超7成，收入水平较为多样，但收入在中等水平或以上的人群可能更倾向于购买高品质的休闲零食。不同地区的休闲零食用户可能有不同的偏好，例如南方的用户可能更倾向于购买辣味零食，而北方的用户可能更喜欢甜味零食，对零食的营养成分、食用禁忌、选购技巧等零食相关的知识有一定的了解，会通过网店、社交媒体等渠道获取此类信息。

[3] 1: <https://baijiahao.b...>

2: <https://mp.weixin...>

3: <https://mp.weixin...>

4: 铭财 浙江省中小餐饮行...

休闲零食发展历程^[4]

从70年代至今50年时间，休闲零食行业已经历经4个阶段，从20世纪70年代开始由大白兔、统一、旺旺引领的大零售时代，到2000年后的由洽洽、香飘飘引领的品牌连锁时代，到2010年后三只松鼠、良品铺子引领的线上电商时代，时至今日，新零售时代开启，品牌开始向全渠道、品类细分发展，行业内格局基本成型，行业进入存量时代。

萌芽期 · 1970~2000

1972年，周恩来总理将大白兔奶糖作为国礼送给时任美国总统尼克松。1993年喜之郎仅凭40万元的原始积累进入果冻产业，5年后即实现了领域垄断。1990年统一集团进入大陆市场，凭借超前营销，统一旗下休闲食品界风行一时。

20世纪70年代后，以国产糖果、饼干、代可可脂类产品主导市场。改革开放后，海外品牌进入中国市场，进口零食与国产零食二分天下，以膨化食品、糖果等占主导地位。**此阶段休闲零食种类及品牌较少，多数采用“大规模生产+大规模零售”的模式占领市场。**

启动期 · 2000~2010

2001年，休闲食品连锁品牌来伊份诞生，主要经营当时还未兴盛的炒货生意，2001年洽洽食品成立，2003年百草味成立，2004年，成立不久的香飘飘独占速溶杯装奶茶市场，一路向“环绕地球两圈”的销量目标高歌猛进。

各类新品类休闲零食开始出现，品牌向着连锁化迅速发展，消费升级，充饥性需求减弱，场景化消费、多维度需求待满足，商超为休闲零食主要渠道。

高速发展期 · 2010~2017

2010年百草味入驻淘宝，2012年三只松鼠为代表的零食电商陆续成立，依靠性价比快速抢占市场，2014年，旺旺、统一、康师傅的市值集体登顶。

消费者对网购逐渐认可，食品电商快速发展，**电商时代开启，伴随着三只松鼠等食品电商的崛起及快速发展，大量资本流入，此时流量为王，电商的红利使休闲零食高速发展。**

成熟期 · 2017~2024

元气森林带领食品饮料行业集体进入0糖0脂低卡时代，三只松鼠于2018年开联盟小店，洽洽食品战略升级，开始打造第二增长曲线，良品铺子开始进军卤制品市场。

线上红利褪去，各大品牌开始转向全渠道发展，向零食健康化发展，新零售时代开启，休闲零食开始向围绕消费者多维、高阶需求衍生的多品类、多场景、多创意的食品发展。

休闲零食产业链分析^[5]

休闲食品产业链上游由原材料供应商构成，主要提供零食的原材料，中游由品牌商构成，主要参与制造零食；下游由零售商和消费者构成。

1.休闲零食产业链联系紧密，中游品牌商正布局整条产业链以降低成本和实现对市场需求变化的高效反应，一方面在上游投资或控股原材料供应商及食品加工生产合作伙伴，在供应链端拥有全链路的管控能力，另一方面利用电商和直营店对消费者需求和市场变化快速分析洞察，来更加精确和快速地开发新产品。如良品铺子自主开发上游优势资源并与工厂资源整合，推动产业链升级，在草莓原料采购上，公司调研云南会泽产区确定蒙特瑞地标性原料品种，布局3-5年草莓长期合作计划，并根据消费者不同场景下的需求迅速推出多类产品解决方案，2022年良品铺子全年上新产品603个SKU，打造17个销售额超千万的新品。**2.上游原材料价格高居不下和下游需求端进入存量市场是产业链的堵点**，2022年休闲零食巨头三只松鼠和绝味食品，净利润同比增速分别为-68.6%和-76.3%，净利润下滑严重，其原因是营收的下滑和成本的上升，三只松鼠2022年营业收入同比增速-25.4%，营业成本同比增速-22.6%，绝味食品2022年营业成本同比增长10.2%，而营业收入仅同比增长1.1%。

产业链上游

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

襄阳富襄现代农业开发有限公司 >

云南省普洱市咖啡澳洲坚果开发有限责任公司 >

云南云澳达坚果开发有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链上游说明

休闲食品的主要原材料包括坚果、水果、肉类、水产品、五谷、面粉、酵母、食盐、砂糖等农副产品。**1.由于农副产品易受自然条件、市场供求等因素影响，其价格波动较大**，以休闲零食必备原材料砂糖为例，郑商所白砂糖期货价格2020年6月27日为4,982元/吨,2023年6月27日收盘价6,841元/吨，增长幅度达37.31%，而大宗商品价格上涨，粮食、饲料的价格攀升，鸭苗等牲畜价格上升显著，上游养殖成本不断增加，对中游品牌商成本上升造成较大影响。**2.上游的供应商大多数主要以初级加工为主，停留在初级加工产品上**，如坚果炒货类供应商云南澳洲生产基地开口壳果产品约占90%，果仁产品约占5%—10%，其他如坚果油、糖果、点心、面包、冰淇淋、坚果乳和化妆品等约占1%—2%，**因此目前上游原材料供应商正在提高其农产品及其副产物的全产业链开发利用，提升农副产品产业由数量扩张型向质量效益型转变。**

中 产业链中游

品牌端

品牌商

中游厂商

[三只松鼠股份有限公司 >](#)

[周黑鸭食品股份有限公司 >](#)

[盐津铺子食品股份有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

中游品牌商头部企业有三只松鼠、洽洽食品、良品铺子、绝味食品，均成功在中国证券交易所上市，2022年对应营业收入分别为72.9/68.8/66.2/94.4亿元。**1.中国休闲零食市场在过去几年逐渐进入存量阶段，2023年头部零食品牌商面对新渠道的冲击，正积极探索新模式。**良品铺子为应对新渠道的冲击，一方面积极探索零食顽家新店型，一方面降价满足消费者对性价比的追求，截至2023年10月，良品铺子已在湖北省开设超300家零食顽家，2023年11月，良品铺子业务端将实施17年来最大规模的降价，300款产品平均降价22%，最高降幅达45%。盐津铺子则积极拥抱量贩式零食店新渠道，已与大部分头部量贩式零食店品牌深度合作，品牌影响力和渠道势能持续增强，根据盐津铺子2023年度业绩预告，2023年营收预计在41亿元到42亿元之间，同比增长41.7%-45.1%，净利润预计同比增长65.8%-69.2%。目前盐津铺子核心增长点在于头部集合店SKU数量增加及肩腰部集合店品牌扩容。**2.线上红利消失，中国的零售渠道正呈现去中心化、多元化、细分化趋势，迫使品牌商转换战略向全渠道发展，**以电商收入为主的三只松鼠亦正进军线下市场，根据其2022年年报，分销业务实现营业收入14.7亿元，占总营收20.2%，其中区域经销实现营业收入8.2亿元，较上年同期增长88.0%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

零食量贩店、商超、电商平台、消费者

渠道端

[宜春市赵一鸣商贸有限公司 >](#)

[上海悠百佳贸易发展有限公司 >](#)

[湖南零食很忙商业连锁有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链下游说明

下游环节主要参与者为参与零售环节的零食量贩店、商超、电商平台和消费者，**1.零食量贩店是几年快速兴起的休闲食品销售的快渠道，其主要销售方式为采取折扣零售来销售休闲食品，其出现既满足消费者追求极致性价比的消费趋势，又满足下沉市场消费升级趋势，是新零售时代的新增长点**，例如零食很忙，零食优选、赵一鸣等，其中赵一鸣从2020年10月开放加盟，目前2,900+门店，每月以300+的开店速度布局，发展迅速，二店率达到65%以上。**2.消费者需求未来正向着健康化、多元口味、锁鲜升级、独立分装等多方向发展**，根据京东超市公布的数据，标有“0反式脂肪酸”的零食产品销售额增速高达103%，“0色素0香精”和“低糖无糖”类的产品销售额增速均高于50%，“锁鲜”类产品销售额同比增速超7倍，每日坚果销售额增速达204%，各品类独立小包装销量增长迅猛，其中零食大礼包品类增速达567%。

[5] 1: <http://lcj.yn.gov.cn...>

2: <http://www.zymls...>

3: <https://www.csnc.c...>

4: 云南省林业和草原局 赵...

休闲零食行业规模^[6]

中国休闲零食近年来得到空前的快速发展，2018年-2022年市场规模从12,323.1亿元增长到16,715.8亿元，CAGR达到7.9%，未来5年休闲零食市场规模将稳定增长，预测2027年中国休闲零食市场规模将达到23,859.9亿元。

中国休闲零食市场持续增长的原因有：**1.居民对零食的需求场景增加使休闲零食市场销量持续增长**，近5年来居家消费场景受到消费者重视，尤其是年轻女性，刷手机、看剧时附带一包美味方便的休闲零食成为减缓压力、愉悦精神的重要方式，根据中国食品科学技术学会，2022年休闲零食人均消费量为14公斤，同比增长6%，相较2017年提升3.5公斤。**2.消费增长由数量驱动转为品质升级驱动，驱动商品品质化迭代、品牌高端化发展，加上消费者对健康化的追求，高端零食销量持续增长，提升休闲零食整体均价**，在淘宝上，1kg普通品牌生产的手撕面包定价在15元，而在三只松鼠和良品铺子等高端品牌定价为30元，而根据中华全国商业信息中心，2022年中国高端休闲零食市场实现近10%的同比快速增长，快于整体休闲零食市场2个百分点。

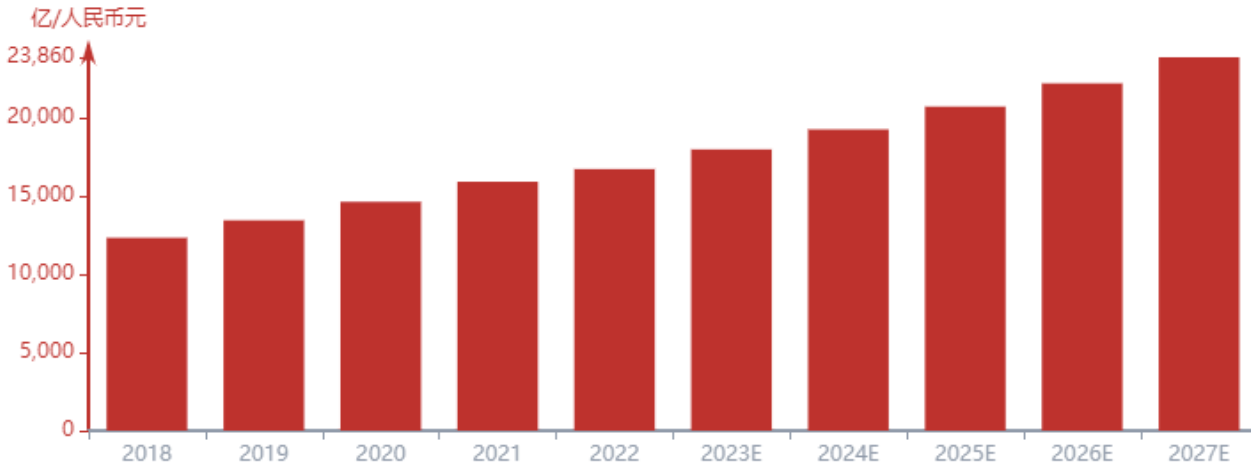
未来市场规模将持续稳定增长，预计2023-2027年CAGR为7.43%。**1.下沉市场的突破将成为未来重要增长点，头部众多品牌开始向全渠道布局发展，开始精耕线下渠道和向二三线城市发展，且更注重消费者的现场体验，让更多消费者接触休闲零食来扩大渗透率**，根据良品铺子投资者关系活动记录表，2023年一季度良品铺子新开门店80家，线下门店数量达3,184家，今年预计新开门店1,000家。**2.新业态新模式的拓展是新晋的增长力量，近年来零食量贩店快速兴起，相比于传统商超，折扣价格更具有优势，相比于品牌直营店，零食种类更多更能满足消费者需求**，根据中国民族大学和北京工商大学调研显示，中国消费者愈发追求性价比，青年人作为零食的消费主力，有49%的青年人注重性价比，26%的青年人热衷于好奇尝鲜。相较于传统商超渠道，量贩式零食店在价格上普遍低10%-30%，且提供丰富的零食SKU，这正好满足了当下消费者追求性价比和尝新口味的消费趋势。

休闲零食市场规模

休闲零食行业规模



休闲零食市场规模



数据来源：国家统计局、中国食品科学技术学会、天猫超市、消费日报网、周黑鸭招股说明书、久久王招股说明书

- [6] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.cncic....> 3: <https://baijiahao.b...> 4: <https://www.hnlsh...> 5: 国家统计局、中华全国...

休闲零食政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于培育传统优势食品产区和地方特色食品产业的指导意见》	工业和信息化部等十一部门	2023-03	10
政策内容	该政策明确到2025年基本形成“百亿龙头、千亿集群、万亿产业”的地方特色食品发展格局，培育5个以上年营业收入超过1,000亿元的传统优势食品产区，25个以上年营业收入超过100亿元的龙头骨干企业，打造一批全国知名地方特色食品品牌和地方特色小吃工业化典型案例。			
政策解读	该政策瞄准建设现代食品产业体系，围绕食品工业全产业链推进上下游协同发力，从农产品原料的保障、到产业集群的建设、到技术装备的提升、再到食品产业新业态新模式的拓展，均进行了工作部署和安排，涉及到休闲零食行业的全产业链，并对其工作进行了细化和聚焦，从供给侧提升休闲零食供给质量。			

政策性质	指导性政策
-------------	-------

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）》	国务院办公厅	2022-12	8
政策内容	该政策要求到2025年消费和投资规模再上新台阶，完整内需体系全面建立；新型工业化、信息化、城镇化、农业现代化基本实现，强大中国市场建设取得更大成就，关键核心技术实现重大突破，以创新驱动、内需拉动的中国大循环更加高效畅通。			
政策解读	该政策倡导健康饮食结构，增加健康、营养农产品和食品供给，促进餐饮业健康发展。坚持不懈制止餐饮浪费，对休闲食品的健康化趋势指引方向。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”国民健康计划》	国务院办公厅	2022-11	8
政策内容	该政策要求完善食品安全风险监测与评估工作体系和食品安全技术支持体系，提高食品安全标准和风险监测评估能力。实施风险评估和标准制定专项行动，加快制修订食品安全国家标准，基本建成涵盖从农田到餐桌全过程的最严谨食品安全标准体系，提高食品污染物风险识别能力，全面提升食源性疾病预防溯源能力。			
政策解读	该政策强化食品安全标准与风险监测评估，并推动全面提升食源性疾病预防溯源能力，使品牌对食品安全更加重视且强化食材来源安全，消费者能更放心购买。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动农商互联完善农产品供应链的通知》	财政部、商务部	2019-05	8
政策内容	规定了推动农商互联的支持对象、支持内容和支持政策，以进一步加强农商互联，完善农产品供应链，提高农产品流通效率，促进农民增收和乡村振兴，满足农产品消费升级需求。			

政策解读	该政策推动休闲零食行业打造上联生产、下联消费，利益紧密联结、产销密切衔接、长期稳定的新型农商关系，构建符合新时代农产品流通需求的农产品现代供应链体系，提升休闲零食原材料的供给质量和效率。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于推动实体零售创新转型的意见》	国务院办公厅	2016-11	8
政策内容	该政策提出要在坚持市场主导、需求引领、创新驱动的基本原则下，调整商业结构、创新发展方式，推动实体零售创新转型，释放发展活力，着力加强供给侧结构性改革，以信息技术应用激发零售行业转型新功能，推动实体零售由销售商品向引导生产和创新生活方式转变、由粗放式发展向注重质量效益转变。			
政策解读	该政策对2017年后休闲零食品牌开启全渠道发展起指导作用，促进休闲零食品牌对下沉市场的深耕和产品结构的优化。			
政策性质	指导性政策			

- [7] 1: <https://www.miit.gov.cn> | 2: <https://www.gov.cn> | 3: <https://www.gov.cn> | 4: <https://www.gov.cn> | 5: <https://www.gov.cn> | 6: 工业和信息化部 国务院 ...

休闲零食竞争格局^[8]

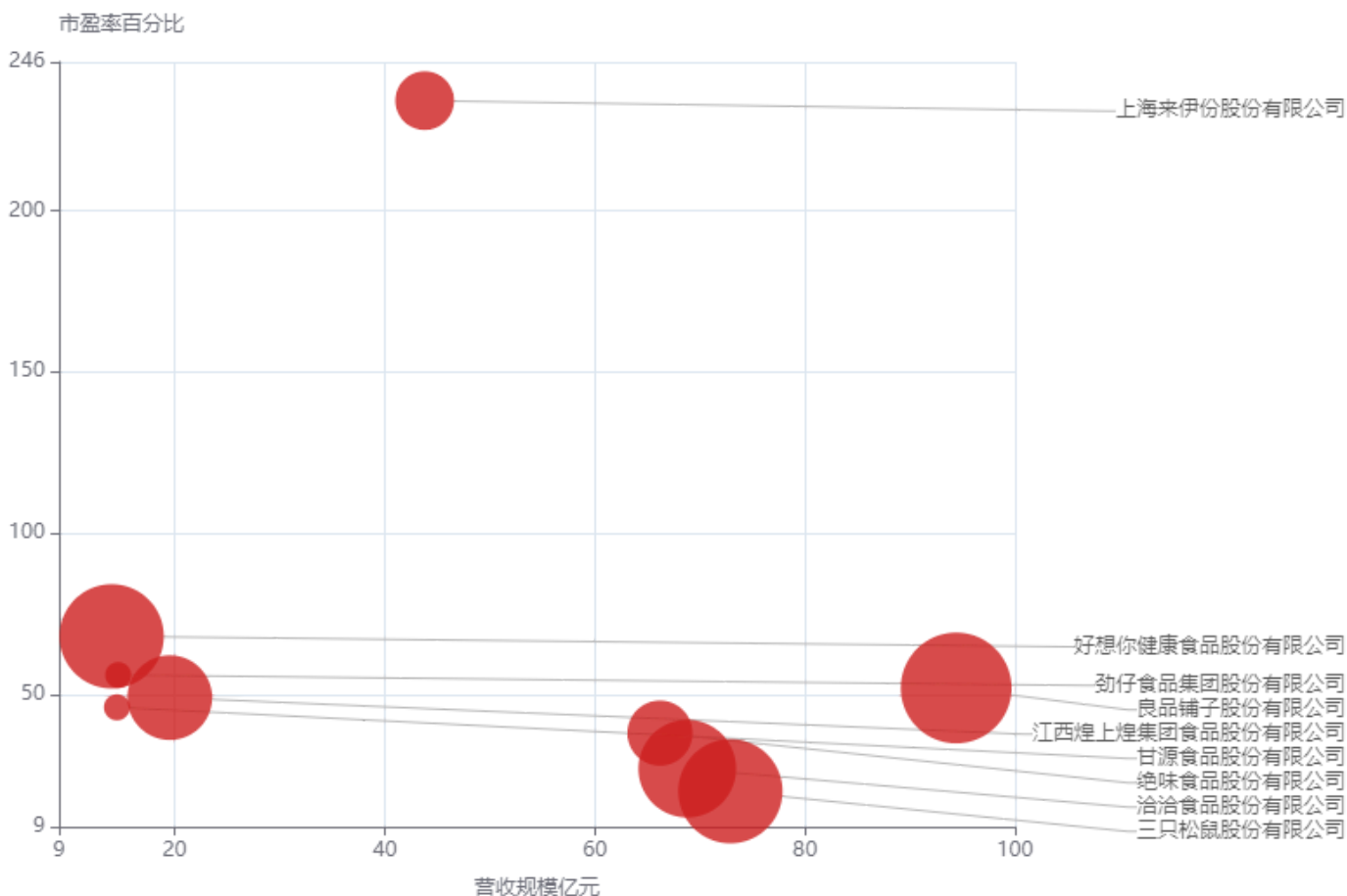
中国休闲零食整体行业分散，集中度较低，竞争激烈，目前头部企业有三只松鼠、来伊份、洽洽食品、绝味食品、良品铺子等，根据营业收入排名，位于第一梯队的有三只松鼠、洽洽食品、绝味食品、良品铺子、旺旺食品和达利食品，位于第二梯队的有来伊份、卫龙、盐津铺子等，位于第三梯队的有周黑鸭、甘源食品、劲仔食品等，头部企业的特征为多数品牌以坚果和卤味食品为主要产品。

形成零散竞争格局的原因主要为：1.零食品类众多，行业进入门槛低，同质化产品严重，由于中国地域饮食差异导致口味不同，叠加休闲零食细分人群的增多和消费场景的挖掘，使得休闲零食行业品类和口味众多，截至2022年底，休闲零食龙头良品铺子旗下拥有17大品类、1,655个sku，来伊份拥有12大核心品类，SKU超1,000个，造就休闲零食行业品类和品种的多样化；**2.休闲零食的制作工艺较为透明，导致进入门槛极低，市面上兴起的品**很快就会出现模仿者跟进，产品同质化现象严重且价格基本一致，以近几年来深受群众喜爱的每日坚果为例，沃隆在2015年4月推出“每日坚果”后，三只松鼠、百草味、良品铺子、洽洽食品、来伊份、新农哥、中

粮、姚生记等数十家企业亦相继推出每日坚果产品，截至2023年6月，淘宝搜索“每日坚果”产品结果达57,600个，且60%的价格处于56-114元之间。

随着新零售时代的来临，未来休闲零食行业有望走向品牌化集中，行业集中度将有所提升：1.一方面随着头部品牌的营销和渠道的不断扩大，消费者对头部的品牌的认知和品牌价值的认同会不断加大，而品牌是消费者购买休闲零食的重要考虑因素，根据天猫发布的2022年坚果行业洞察数据，83%的消费者会选择“知名的品牌”，28%的消费者会选择“与我相关的品牌”。2.另一方面，消费者需求变化不断加快，意味着依旧采用过去的研发和供应链策划，可触达的消费者将变少，从而对产品的销量和企业的生产经营产生直接的影响，因此对休闲食品企业的供应链能力要求高，头部公司对供应链的整合和良好的产品研发能力的竞争优势在未来会体现的更明显，如三只松鼠拥有行业领先的研发创新能力，2022年三只松鼠新申请成功安徽省联合共建学科重点实验室，承接十四五国家重点研发计划课题1项，获中国食品科学技术学会产品创新奖1项、第六届食品科技创新论坛科技创新奖1项，截至2022年底，松食院已申请专利294件，授权专利85件，其中发明专利24件，承接国家级项目4项，省级项目3项，表明头部品牌在产品研发能力上有较大优势，在未来的激烈竞争中更容易掌握主动权。

气泡大小表示：品牌力(分)



[11]

上市公司速览

盐津铺子食品股份有限公司 (002847)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
139.0亿元	8.9亿元	55.37	34.57

三只松鼠股份有限公司 (300783)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
86.1	19.0亿元	-38.48	28.27

良品铺子股份有限公司 (603719)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	60.0亿元	-14.33	28.54

甘源食品股份有限公司 (002991)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	13.1亿元	35.56	36.32

好想你健康食品股份有限公司 (002582)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.9亿元	11.89	25.87

江西煌上煌集团食品股份有限公司 (002695)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	15.8亿元	-2.29	28.70

劲仔食品集团股份有限公司 (003000)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	14.9亿元	47.85	26.47

绝味食品股份有限公司 (603517)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	56.3亿元	9.99	24.15

[8] 1: <https://baijiahao.b...> | 2: 东方财富Choice数据 铭...

[9] 1: WIND

[10] 1: WIND

[11] 1: WIND

休闲零食企业分析

1 绝味食品股份有限公司【603517】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	63123.8701万人民币
企业总部	长沙市	行业	食品制造业
法人	戴文军	统一社会信用代码	9143010068282775XE
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2008-12-17
品牌名称	绝味食品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	食品、农副产品的生产、加工、销售、技术开发、技术服务; 仓储服务; 商品配送; (以上... 查看更多)		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	----------

销售现金流/营业收入	1.18	1.17	1.17	1.17	1.16	1.14	1.13	-	-	-
资产负债率(%)	29.4872	26.7233	25.3116	19.2613	20.7807	16.4267	15.7366	22.764	22.232	21.48
营业总收入同比增长(%)	15.8422	11.0876	12.0784	17.5931	13.4492	18.4062	2.0131	24.119	1.133	8.036
归属净利润同比增长(%)	22.5723	27.282	26.4238	31.9275	27.6855	25.0645	-12.4607	-	-	-
应收账款周转天数(天)	0.3598	0.1405	0.2807	0.3685	0.365	0.506	1.6073	5	7	6
流动比率	1.6253	1.6407	1.9581	2.7427	1.9527	2.8058	2.4353	1.563	1.704	1.686
每股经营现金流(元)	1.18	0.6	1.3719	1.5642	1.182	1.6887	1.5045	1.768	1.981	0.389
毛利率(%)	26.8452	28.5932	31.8372	35.787	34.2967	33.9497	33.4827	-	-	-
流动负债/总负债(%)	98.9451	97.1536	91.1129	96.9427	98.2778	98.1397	96.9868	86.088	86.267	82.932
速动比率	0.9755	0.6604	0.933	1.849	0.9779	1.8891	1.3172	0.975	1.29	1.329
摊薄总资产收益率(%)	18.8749	20.2186	21.2743	19.3084	17.9902	17.0387	12.1645	14.725	2.862	1.545
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-2.3571	-7.4368	-6.6712	-7.8626	-5.5418	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	16.2667	-10.8833	-11.1895	-16.9712	-25.8013	-	-	-
加权净资产收益率(%)	27.04	28.43	28.91	22.85	23.07	23.28	14.66	-	-	-
基本每股收益(元)	0.66	0.84	1.06	1.26	1.56	1.38	1.15	1.6	0.38	0.23
净利率(%)	8.9872	10.2973	11.6153	12.9158	14.4367	15.2929	13.1246	14.7702	2.928	7.2199
总资产周转率(次)	2.1002	1.9635	1.8316	1.4949	1.2461	1.1142	0.9268	0.983	0.815	0.205
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	18.4335	-11.2152	-10.817	-14.0952	-26.1726	-	-	-
每股公积金(元)	0.2014	0.2014	0.2014	1.87	1.877	2.56	2.6069	3.0679	4.6243	4.613
存货周转天数(天)	41.0621	47.4677	61.2193	60.6602	64.8614	67.3275	78.2643	69	57	41

营业总收入(元)	26.30亿	29.21亿	32.74亿	38.50亿	43.68亿	51.72亿	52.76亿	65.49亿	66.23亿	18.24亿
每股未分配利润(元)	1.3757	1.9359	2.6943	3.1966	4.1683	3.5999	4.0375	5.0994	4.7854	5.0021
稀释每股收益(元)	0.66	0.84	1.06	1.26	1.56	1.38	1.15	1.6	0.38	0.23
归属净利润(元)	2.36亿	3.01亿	3.80亿	5.02亿	6.41亿	8.01亿	7.01亿	9.81亿	2.33亿	1.37亿
扣非每股收益(元)	0.6	0.8	1.03	1.23	1.51	1.32	1.12	1.17	0.42	0.2136
经营现金流/营业收入	1.18	0.6	1.3719	1.5642	1.182	1.6887	1.5045	1.768	1.981	0.389

竞争优势

绝味食品是中国领先的卤味加工企业，其加工产业群和覆盖全国的供应链网络，在材料采购成本、生产配送效率等方面形成竞争优势。绝味的产品以新鲜、美味和安全为特色，在全国范围内已建立了 22 个生产基地（含 4 家在建），并以生产基地为中心，300-500 公里为半径构建了一个“紧靠销售网点、快捷生产供应、最大程度保鲜”的全方位供应链体系，实现了“当日订单，当日生产，当日配送，24 小时开始售卖”的快速高效的配送。

2 桃李面包股份有限公司【603866】

公司信息

企业状态	存续	注册资本	159971.9155万人民币
企业总部	沈阳市	行业	食品制造业
法人	吴学亮	统一社会信用代码	91210100242588126L
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1997-01-23
品牌名称	桃李面包股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	食品生产、销售；农副食品加工、销售；食品生产专用设备、农副食品加工专用设备制造、... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.13	1.14	1.14	1.14	1.12	1.1	1.11	-	-	-
资产负债率(%)	15.9595	12.8511	13.0501	10.5109	12.5077	27.8226	14.9921	17.98	24.1	23.967
营业总收入同比增长(%)	17.0781	24.5524	28.9526	23.4226	18.4699	16.769	5.6575	6.245	5.538	1.656

归属净利润同比增长(%)	7.2073	27.111	25.5336	17.8479	25.107	6.4172	29.1912	-	-	-
应收账款周转天数(天)	29.606	29.8181	27.9323	27.0431	28.3739	29.4098	29.7221	28	27	30
流动比率	1.922	3.9334	3.189	5.2263	4.1826	4.3746	2.848	1.699	1.395	1.876
每股经营现金流(元)	0.79	0.9496	1.1541	1.3878	1.7067	1.3475	1.6193	1.065	0.8	0.117
毛利率(%)	33.2212	34.8904	36.1301	37.7011	39.676	39.5716	29.9725	26.28	-	-
流动负债/总负债(%)	100	97.8026	95.7372	96.4551	99.7273	41.5375	99.6621	92.969	65.159	49.215
速动比率	1.593	3.6495	2.5189	4.7638	3.8477	3.1247	2.6055	1.527	1.201	1.673
摊薄总资产收益率(%)	23.9426	20.5295	19.3115	17.4219	17.2691	15.0245	16.2419	13.045	10.128	2.067
营业总收入滚动环比增长(%)	-	1.6236	1.1761	-1.332	-3.606	-2.6784	-2.5755	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-9.915	-14.1887	-11.1756	-8.194	-11.1934	-26.7247	-	-	-
加权净资产收益率(%)	28.19	30.33	22.42	22.36	19.71	19.56	21.98	-	-	-
基本每股收益(元)	0.67	0.86	0.97	1.14	1.36	1.0373	1.3316	0.8026	0.4801	0.1041
净利率(%)	13.2629	13.5353	13.1765	12.5813	13.2862	12.1083	14.8053	12.0477	9.5727	9.3997
总资产周转率(次)	1.8052	1.5167	1.4656	1.3847	1.2998	1.2408	1.097	1.083	1.058	0.22
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-6.8481	-18.7408	-11.1807	-10.2497	-9.5859	-26.6589	-	-	-
每股公积金(元)	0.0185	1.1722	1.1722	2.6082	2.6082	1.5773	2.9921	1.8716	1.068	1.0721
存货周转天数(天)	13.9998	12.9463	12.6197	12.8543	12.8299	12.7001	11.5846	12	13	15
营业总收入(元)	20.58亿	25.63亿	33.05亿	40.80亿	48.33亿	56.44亿	59.63亿	63.35亿	66.86亿	14.76亿
每股未分配利润(元)	1.3556	1.7537	2.0757	2.6686	3.085	2.4406	2.6942	1.941	1.385	1.489
稀释每股收益(元)	0.67	0.86	0.97	1.14	1.36	1.0373	1.3316	0.8026	0.4801	0.1041

归属净利润(元)	2.73亿	3.47亿	4.36亿	5.13亿	6.42亿	6.83亿	8.83亿	7.63亿	6.40亿	1.39亿
扣非每股收益(元)	0.67	0.84	0.93	1.12	1.31	1.0018	1.2612	0.7527	0.4721	0.098
经营现金流/营业收入	0.79	0.9496	1.1541	1.3878	1.7067	1.3475	1.6193	1.065	0.8	0.117

竞争优势

桃李面包是中国烘焙类知名的食品生产企业，专注于以面包及糕点为核心的优质烘焙类产品的生产及销售，主要产品为“桃李”品牌面包，此外，公司还生产月饼、粽子等产品，针对传统节日开发的节日食品，其利用供应链整合优势、产品规模化生产优势，大幅提高生产效率，降低生产成本，不断为顾客打造“高性价比”产品。

3 三只松鼠股份有限公司【300783】



公司信息

企业状态	存续	注册资本	40100万人民币
企业总部	芜湖市	行业	食品制造业
法人	章燎源	统一社会信用代码	91340200591406087P
企业类型	股份有限公司(台港澳与境内合资、上市)	成立时间	2012-02-16
品牌名称	三只松鼠股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	食品生产；食品经营；日用百货、办公用品、塑料和金属制品、工艺礼品、电子产品、服装... 查看更多		

财务数据分析

财务指标	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.13	1.15	1.14	1.17	1.14	1.16	1.2	-	-	-
资产负债率(%)	80.2703	71.7982	71.5812	62.9768	64.0956	60.8545	52.3673	55.135	48.335	33.594
营业总收入同比增长(%)	-	120.9976	116.4739	25.5837	26.0521	45.3046	-3.7245	-0.244	-25.353	-38.477
归属净利润同比增长(%)	-	169.7547	2535.4374	27.7027	0.6101	-21.4287	26.2102	-	-	-
应收账款周转天数(天)	16.0332	9.7508	10.6845	10.7992	11.4112	9.9782	8.7928	8	14	12
流动比率	1.0871	1.2204	1.496	1.6271	1.4564	1.536	1.6944	1.599	1.797	2.765

每股经营现金流 (元)	0.15	-0.62	0.36	1.24	1.77	-0.8211	2.9903	1.468	0.183	0.762
毛利率(%)	24.1503	26.9021	30.1952	28.9199	28.249	27.797	23.8952	-	-	-
流动负债/总负 债(%)	99.5475	99.283	82.9333	79.9964	85.7402	90.2743	87.4829	87.93	84.19	73.896
速动比率	0.3136	0.2451	0.4916	0.5263	0.674	0.4781	0.7388	0.914	1.217	2.351
摊薄总资产收益 率(%)	-1.9733	1.0383	14.7417	14.0009	11.5127	6.0152	6.5201	8.716	2.698	4.583
营业总收入滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	62.15	56.968	29.4741	-	-	-
扣非净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	-	-442.169 8	-58.3231	-	-	-
加权净资产收益 率(%)	-12.65	5.14	56.06	41.26	31.66	16.37	15.16	-	-	-
基本每股收益 (元)	-	0.03	0.6701	0.8389	0.8441	0.63	0.75	1.03	0.32	0.48
净利率(%)	-1.3916	0.4392	5.3474	5.4376	4.3401	2.3469	3.0766	4.2078	1.7696	10.0871
总资产周转率 (次)	1.418	2.364	2.7568	2.5748	2.6526	2.5631	2.1193	2.071	1.524	0.454
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	-	-39.4824	-294.871 4	-51.5283	-	-	-
每股公积金(元)	1.975	0.1045	0.3403	0.1393	0.1393	1.3813	1.3813	1.0279	1.17	1.1977
存货周转天数 (天)	178.962	121.3674	106.4868	102.8395	83.3912	91.1462	93.424	80	92	48
营业总收入(元)	9.24亿	20.43亿	44.23亿	55.54亿	70.01亿	101.73亿	97.94亿	97.70亿	72.93亿	19.00亿
每股未分配利润 (元)	-0.4024	-0.0925	0.5752	0.9688	1.7351	2.1048	2.5556	3.2386	3.331	3.8091
稀释每股收益 (元)	-	0.03	0.6701	0.8389	0.8441	0.63	0.75	1.02	0.32	0.48
归属净利润(元)	-128648 65.08	897.39万	2.37亿	3.02亿	3.04亿	2.39亿	3.01亿	4.11亿	1.29亿	1.92亿
扣非每股收益 (元)	-	0.0095	0.7002	0.7729	0.7114	0.54	0.61	0.8	0.1	0.3404
经营现金流/营 业收入	0.15	-0.62	0.36	1.24	1.77	-0.8211	2.9903	1.468	0.183	0.762

竞争优势

三只松鼠品牌在消费者知名度高，先后被新华社和《人民日报》誉为新时代的“改革名片”“下一个国货领头羊”，上市当天获誉“国民零食第一股”。连续5年中国坚果销量第一。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室