

2017-2022年中国糖果行业市场行情动态及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国糖果行业市场行情动态及发展趋势预测报告》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/detail/298309.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

糖果行业作为我国传统的两大支柱零食产业之一，保持着快速的增长，潜力市场份额不断扩张。近五年，我国糖果市场一直保持8%-12%的年增长率，市场规模由2011年的620亿元增加为2015年的648.39亿元，发展速度相当迅速。

在国内糖果行业发展扩张之时，国际上保健型、低糖型、趣味型和生态型等各种类型的糖果有加快步伐集体进攻我国高端糖果市场之势。与之相比，我国糖果市场的产品却显得很单一，在国外企业紧逼和国内企业激烈竞争的双重压力之下，我国糖果行业产品开发阻力重重。国内糖果企业的竞争主要停留在价格层面上，对新领域的开发与外资相比明显不够。产品同质化现象严重妨碍了国内糖果企业与国外品牌的竞争，使其利润远不及国外品牌，国内品牌的主战场也被逼下沉到了二、三级市场。

中国糖果市场集中度不高，虽然糖果市场暂时由徐福记17.46%的占有率领先其他品牌，但前十的品牌总占有率仍然不超过60%，糖果市场的竞争仍然很激烈。通过对全国大型零售企业的月度、年度市场销售数据监测，2015年度中国糖果十大品牌排名如下：

品牌名称

市场占有率 (%)

市场销售份额 (%)

市场覆盖率 (%)

徐福记

17.46

30.59

8.7

阿尔卑斯

6.86

6.24

7.28

马大姐

5.22

8.13

3.28

金丝猴

4.73

6.04

3.85

益达

4.35

5.09

3.85

牙科

3.77

4.73

3.14

箭牌

3.52

3.01

3.85

大白兔

3.37

1.80

4.42

好丽友

3.29

4.8

2.28

不二家

3.26

2.15

3.99

2015年中国糖果十大品牌市场占有率（单位：%）

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 糖果行业相关概述

1.1 糖果行业定义及分类

1.1.1 糖果行业的定义

1.1.2 糖果行业主要产品分类

1.1.3 行业特性

1.2 中国糖果行业经济指标分析

1.2.1 赢利性

1.2.2 成长速度

1.2.3 附加值的提升空间

1.2.4 进入壁垒／退出机制

1.2.5 风险性

1.2.6 行业周期

1.2.7 竞争激烈程度指标

第二章 中国糖果行业上、下游产业链分析

2.1 糖果行业产业链概述

2.1.1 产业链定义

2.1.2 糖果行业产业链

2.2 主要环节的增值空间

2.3 与上下游行业之间的关联性

2.4 行业产业链上游相关行业分析

2.4.1 甜味剂行业发展分析

2.4.2 明胶行业发展分析

2.4.3 乳制品行业发展状况分析

2.4.4 制糖行业发展状况分析

2.4.5 水果市场发展状况分析

2.4.6 多糖醇行业发展状况分析

2.4.7 糖果添加剂行业发展状况分析

2.4.8 油脂原料行业发展状况分析

2.4.9 包装行业发展状况分析

2.5 行业下游产业链相关行业分析

2.6 上下游行业影响及风险提示

第三章 2014-2016年中国糖果行业发展环境分析

3.1 糖果行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主要政策法规

3.1.2 政策环境对行业的影响

3.2 糖果行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 糖果行业社会环境分析（S）

3.3.1 糖果产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 糖果行业技术环境分析（T）

3.4.1 行业主要技术发展趋势

3.4.2 技术环境对行业的影响

第四章 全球糖果行业发展概述

4.1 2014-2016年全球糖果行业发展情况概述

4.1.1 全球糖果行业发展现状

4.1.2 全球糖果行业发展特征

4.1.3 全球糖果行业竞争格局

4.2 2014-2016年全球主要地区糖果行业发展状况

4.2.1 欧洲糖果行业发展情况概述

4.2.2 美国糖果行业发展情况概述

4.2.3 日韩糖果行业发展情况概述

4.3 其他国家地区

第五章 中国糖果行业发展概述

5.1 中国糖果行业发展状况分析

5.1.1 中国糖果行业发展阶段

- 5.1.2 中国糖果行业发展总体概况
- 5.1.3 中国糖果行业发展特点分析
- 5.2 2014-2016年糖果行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国糖果行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2016年中国糖果行业发展分析
 - 5.2.3 2014-2016年中国糖果企业发展分析
- 5.3 2017-2022年中国糖果行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国糖果行业面临的困境及对策
 - 1、中国糖果行业面临困境
 - 2、中国糖果行业对策探讨
 - 5.3.2 中国糖果企业发展困境及策略分析
 - 1、中国糖果企业面临的困境
 - 2、中国糖果企业的对策探讨
 - 5.3.3 国内糖果企业的出路分析

第六章 2016年中国糖果行业市场供需分析

- 6.1 产能产量分析
 - 6.1.1 2016年糖果行业生产总量及增速
 - 6.1.2 2016年糖果行业产能及增速
 - 6.1.3 影响糖果行业产能产量的因素
- 6.2 区域生产分析
 - 6.2.1 糖果企业区域分布情况
 - 6.2.2 重点省市糖果行业生产状况
- 6.3 行业供需平衡分析
 - 6.3.1 行业供需平衡现状
 - 6.3.2 影响糖果行业供需平衡的因素
 - 6.3.3 中国糖果行业供需平衡

第七章 中国糖果行业细分市场分析

- 7.1 传统型糖果产品市场分析
 - 7.1.1 传统型糖果产品市场概况
 - 1、传统型糖果产品市场现状分析
 - 2、传统型糖果产品市场竞争格局
 - 7.1.2 传统型糖果细分产品市场分析
 - 1、硬糖产品市场分析

2、软糖产品市场分析

3、巧克力产品市场分析

4、酥糖产品市场分析

7.2 功能型糖果产品市场分析

7.2.1 功能型糖果产品市场概况

1、功能型糖果产品市场现状分析

2、功能型糖果产品市场竞争格局

7.2.2 功能型糖果细分产品市场分析

1、维生素糖果产品市场分析

2、功能性清咽润喉糖产品市场分析

3、无糖糖果产品市场分析

7.3 胶母型糖果产品市场分析

7.3.1 胶母型糖果产品市场现状分析

7.3.2 胶母型糖果产品市场竞争格局

7.4 糖果新品市场与发展趋势

7.4.1 糖果新品市场分析

1、国外糖果产品多功能化发展分析

2、不同功能化糖果可行性分析

3、国内糖果产品多功能化发展分析

7.4.2 糖果新品发展趋势

第八章 中国糖果行业进出口分析

8.1 糖果行业贸易环境分析

8.2 糖果行业进出口状况综述

8.3 糖果行业出口情况

8.3.1 2016年糖果行业出口总体情况

8.3.2 2016年糖果行业出口产品结构分析

8.3.3 糖果行业出口前景分析

8.4 糖果行业进口市场分析

8.4.1 2016年糖果行业进口总体情况

8.4.2 2016年糖果行业进口产品结构分析

8.4.3 糖果行业进口前景分析

第九章 中国糖果行业市场竞争格局分析

9.1 中国糖果行业竞争格局分析

- 9.1.1 糖果行业区域分布格局
- 9.1.2 糖果行业企业规模格局
- 9.1.3 糖果行业企业性质格局
- 9.2 中国糖果行业竞争五力分析
 - 9.2.1 糖果行业上游议价能力
 - 9.2.2 糖果行业下游议价能力
 - 9.2.3 糖果行业新进入者威胁
 - 9.2.4 糖果行业替代产品威胁
 - 9.2.5 糖果行业现有企业竞争
- 9.3 中国糖果行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 糖果行业优势分析（S）
 - 9.3.2 糖果行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 糖果行业机会分析（O）
 - 9.3.4 糖果行业威胁分析（T）
- 9.4 中国糖果行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国糖果行业重点企业竞争策略分析

第十章 糖果行业领先企业竞争力分析

- 10.1 不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 上海梅林正广和股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 雀巢(中国)有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业主要产品分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.3.4 企业经营状况分析

10.3.5 企业最新发展动态

10.3.6 企业发展战略分析

10.4 箭牌糖果(中国)有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业主要产品分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.4.4 企业经营状况分析

10.4.5 企业最新发展动态

10.4.6 企业发展战略分析

10.5 金冠(中国)食品有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业主要产品分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.5.4 企业经营状况分析

10.5.5 企业最新发展动态

10.5.6 企业发展战略分析

10.6 费列罗贸易(上海)有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业主要产品分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.6.4 企业经营状况分析

10.6.5 企业最新发展动态

10.6.6 企业发展战略分析

10.7 中国旺旺控股有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业主要产品分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.7.4 企业经营状况分析

10.7.5 企业最新发展动态

10.7.6 企业发展战略分析

10.8 海南春光食品有限公司

- 10.8.1 企业发展基本情况
- 10.8.2 企业主要产品分析
- 10.8.3 企业竞争优势分析
- 10.8.4 企业经营状况分析
- 10.8.5 企业最新发展动态
- 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 福建雅客食品有限公司
- 10.9.1 企业发展基本情况
- 10.9.2 企业主要产品分析
- 10.9.3 企业竞争优势分析
- 10.9.4 企业经营状况分析
- 10.9.5 企业最新发展动态
- 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 北京康贝尔食品有限责任公司
- 10.10.1 企业发展基本情况
- 10.10.2 企业主要产品分析
- 10.10.3 企业竞争优势分析
- 10.10.4 企业经营状况分析
- 10.10.5 企业最新发展动态
- 10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国糖果行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2022年中国糖果市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2022年糖果市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2022年糖果市场发展前景展望
 - 11.1.3 2017-2022年糖果细分行业发展前景分析
- 11.2 2017-2022年中国糖果市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2017-2022年糖果行业发展趋势
 - 11.2.2 2017-2022年糖果市场规模预测
 - 11.2.3 2017-2022年糖果行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2017-2022年中国糖果行业供需预测
 - 11.3.1 2017-2022年中国糖果行业供给预测
 - 11.3.2 2017-2022年中国糖果行业需求预测
 - 11.3.3 2017-2022年中国糖果供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 行业发展有利因素与不利因素

11.4.2 市场整合成长趋势

11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.4 企业区域市场拓展的趋势

11.4.5 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.6 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2022年中国糖果行业投资前景

12.1 糖果行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.1.4 糖果行业投资现状分析

12.2 糖果行业投资特性分析

12.2.1 糖果行业进入壁垒分析

12.2.2 糖果行业盈利模式分析

12.2.3 糖果行业盈利因素分析

12.3 糖果行业投资机会分析

12.3.1 产业链投资机会

12.3.2 细分市场投资机会

12.3.3 重点区域投资机会

12.3.4 产业发展的空白点分析

12.4 糖果行业投资风险分析

12.4.1 糖果行业政策风险

12.4.2 原材料风险分析

12.4.3 市场竞争风险

12.4.4 技术风险分析

12.5 糖果行业投资潜力与建议

12.5.1 糖果行业投资潜力分析

12.5.2 糖果行业最新投资动态

12.5.3 糖果行业投资机会与建议

第十三章 2016年中国糖果行业热点分析

13.1糖果行业热点

- 13.1.1 2015中国糖果零食展览会成功举行
- 13.1.2 “巧克力+”将成糖果行业流行趋势
- 13.1.3 史上最严《食品安全法》实施
- 13.1.4 80、90后成消费主体萌文化大潮来袭
- 13.1.5 实体经济凭借O2O突破发展瓶颈
- 13.1.6 360亿喜糖市场突显高端化年轻化趋势
- 13.1.7 口香糖遭压片糖挑战
- 13.1.8 短保烘焙气势高糖果企业多元化布局
- 13.1.9 资本“情归”食品企业迎来资本年
- 13.1.10 糖果企业转变渠道布局便利店

第十四章 糖果行业投资战略研究

- 14.1 糖果行业发展战略研究
 - 14.1.1 战略综合规划
 - 14.1.2 技术开发战略
 - 14.1.3 业务组合战略
 - 14.1.4 区域战略规划
 - 14.1.5 产业战略规划
 - 14.1.6 营销品牌战略
 - 14.1.7 竞争战略规划
- 14.2 对我国糖果品牌的战略思考
 - 14.2.1 企业品牌的重要性
 - 14.2.2 糖果实施品牌战略的意义
 - 14.2.3 糖果企业品牌的现状分析
 - 14.2.4 我国糖果企业的品牌战略
 - 14.2.5 糖果品牌战略管理的策略
- 14.3 糖果行业投资战略研究
 - 14.3.1 2016年糖果行业投资形势研究
 - 14.3.2 2016年糖果行业投资战略研究
 - 14.3.3 2017-2022年糖果行业投资形势
 - 14.3.4 2017-2022年糖果行业投资战略

第十五章 研究论及建议

- 15.1 研究结论
- 15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：糖果产业链分析

图表：国际糖果市场规模

图表：国际糖果生命周期

图表：2014-2016年中国糖果行业市场规模

图表：2014-2016年全球糖果产业市场规模

图表：2014-2016年糖果重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国糖果行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国糖果行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国糖果行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国糖果竞争力分析

图表：2017-2022年中国糖果产能预测

图表：2017-2022年中国糖果消费量预测

图表：2017-2022年中国糖果市场前景预测

图表：2017-2022年中国糖果市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国糖果发展前景预测

图表：2015年糖果产量全国合计

图表：2016年糖果产量全国合计

图表：2015年糖果行业经济指标全国合计

图表：2016年糖果行业经济指标全国合计

图表：2015年糖果行业收入前十家企业

图表：2016年糖果行业收入前十家企业

图表：2015年糖果进口数据

图表：2015年糖果出口数据

图表：2016年糖果进口数据

图表：2016年糖果出口数据

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/298309.html>