



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国喜糖及包装市 场分析及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国喜糖及包装市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10042.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 2007-2008年中国喜糖及包装市场发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2007-2008年中国喜糖及包装社会环境分析

- (一) 居民消费水平的提高
- (二) 居民价值观

#### 三、2007-2008年中国喜糖及包装技术环境分析

### 第二章 2007-2008年中国喜糖及包装市场发展现状分析

#### 一、2007-2008年中国喜糖及包装市场发展概况分析

- (一) 喜糖厂家数量少，产量较低
- (二) 多数企业都是将喜糖作为一个附属品种来对待
- (三) 中高档品牌的喜糖主要是进口的巧克力
- (四) 顶级喜糖由著名酒店的甜品厨师亲自制作
- (五) 消费频率低，但消费额大
- (六) 喜糖市场规模足以支撑糖果企业生产量的半壁江山

#### 二、2007-2008年中国喜糖及包装行业缺点分析

- (一) 包装设计上多是千篇一律
- (二) 缺少能够传承中华民族婚庆风俗的喜糖品牌

#### 三、2007-2008年中国喜糖及包装市场规模分析

- (一) 总量规模
- (二) 增长速度
- (三) 各季度市场情况

### 第三章 2007-2008年中国喜糖及包装市场运行态势分析

#### 一、2007-2008年中国喜糖及包装市场供应状况分析

- (一) 中国喜糖产能分析
- (二) 中国喜糖市场容量分析
- (三) 中国喜糖主要省市产能分析

## 二、2007-2008年中国喜糖及包装市场需求状况分析

### （一）中国喜糖需求量分析

### （二）中国喜糖主要省市需求量分析

## 三、2007-2008年中国喜糖及包装市场进出口状况分析

## 第四章 2007-2008年中国喜糖及包装市场深度调研分析

### 一、2007-2008年中国喜糖及包装市场消费者心理分析

#### （一）新时期消费者求新、求异、追逐时尚潮流的消费需求

#### （二）注重喜糖品牌化和包装个性化

### 二、2007-2008年中国喜糖及包装市场消费群体及特点分析

#### （一）高档消费群体

#### （二）中档消费群体

#### （三）底层消费群体

### 三、2007-2008年中国喜糖及包装种类及市场态势分析

#### （一）普通类（传统的散装喜糖）

#### （二）礼品类

#### （三）文化类

#### （四）个性类

### 四、2007-2008年中国喜糖及包装市场包装材料调查分析

#### （一）金卡纸

#### （二）高档铜板纸

#### （三）薄型的硬板纸

#### （四）绸缎

#### （五）塑料

#### （六）丝带和细木板

### 五、2007-2008年中国喜糖的包装造型调查分析

#### （一）宫灯型

#### （二）花篮型

#### （三）花轿型

#### （四）包袋型

#### （五）钱袋型

#### （六）鸡心型

## （七）组合包装

### 第五章 2007-2008年中国喜糖及包装市场营销策略分析

#### 一、2007-2008年中国喜糖及包装市场营销模式分析

##### （一）定点上门推销

##### （二）与婚纱店或影楼店合作营销

##### （三）与接待婚宴酒店共同推出个性化服务

#### 二、2007-2008年中国喜糖及包装市场渠道推广方式分析

##### （一）大卖场的糖果专柜

##### （二）互联网定制营销

#### 三、2007-2008年中国喜糖及包装市场销售策略分析

##### （一）分销联合的形式

##### （二）针对北方市场可以重点开发当地有喜铺网络的经销商或是喜铺连锁商

##### （三）开设喜糖加盟连锁店逐步将市场向外围扩大，从而形成规模化辐射效应

##### （四）成立专门的KA拓展团队，全力做好本品牌在KA卖场的进场销售与促进

##### （五）针对高端消费人群的特制、订制的喜糖产品，并提供个性化服务的喜庆服务

### 第六章 2007-2008年中国喜糖及包装市场竞争格局分析

#### 一、2007-2008年中国喜糖及包装市场竞争特点分析

#### 二、2007-2008年中国喜糖及包装市场竞争力评价

##### （一）产品竞争力分析

##### （二）价格竞争力分析

##### （三）渠道竞争力分析

##### （四）销售竞争力分析

##### （五）服务竞争力分析

##### （六）品牌竞争力分析

#### 三、2007-2008年中国喜糖及包装市场区域竞争格局分析

##### （一）华北地区

##### （二）东北地区

##### （三）华东地区

##### （四）华南地区

##### （五）西南地区

## （六）西北地区

### 第七章 中国喜糖及包装市场优势企业分析

#### 一、江苏今世缘糖果食品有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

##### （三）企业竞争力分析

#### 二、上海诗蒂食品销售有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

##### （三）企业竞争力分析

#### 三、上海喜堂食品有限公司

##### （一）企业概况

##### （二）企业经营状况分析

##### （三）企业竞争力分析

### 第八章 2007-2008年中国喜糖及包装相关行业市场运行态势分析

#### 一、2007-2008年中国包装材料行业发展态势分析

##### （一）中国包装材料行业市场供需状况分析

##### （二）中国包装材料价格分析

##### （三）2009-2012年中国包装材料发展前景预测分析

#### 二、2007-2008年中国糖果行业发展态势分析

##### （一）中国糖果行业市场供需状况分析

##### （二）中国糖果类型及价格分析

##### （三）2009-2012年中国糖果行业发展前景预测分析

#### 三、2007-2008年中国婚庆行业发展态势分析

##### （一）中国婚庆行业市场状况分析

##### （二）中国婚庆行业对喜糖行业发展的影响分析

##### （三）2009-2012年中国婚庆行业发展前景预测分析

### 第九章 2009-2012年中国喜糖及包装市场发展趋势与投资前景分析

#### 一、2009-2012年中国喜糖及包装市场发展前景分析

- (一) 糖果经营开始由单一走向复合
  - (二) 塑造中低档市场专用品牌是中小企业的机遇
  - (三) 个性化定制喜糖的方式将是未来喜糖市场的发展方向
- 二、2009-2012年中国喜糖及包装市场运行态势预测分析
- (一) 中国喜糖及包装市场供应量预测分析
  - (二) 中国喜糖及包装市场需求量预测分析
- 三、2009-2012年中国喜糖及包装市场投资分析
- (一) 中国喜糖及包装市场投资环境分析
  - (二) 中国喜糖及包装市场投资机会分析
  - (三) 中国喜糖及包装市场投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10042.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>



## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。