



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国喜糖及包装市 场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国喜糖及包装市场需求及投资前景分析报告》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/270937.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

就目前国内糖果市场的消费量而言，喜糖只是其中的一个细分部分，但它的销售量却不可小觑。其规模足以支撑糖果企业生产量的半壁江山，而糖果生产企业的品牌打造，更离不开喜糖这种销售面小、销售量大的细分品类在市场上运作。因为喜糖离不开包装，而包装物最容易体现品牌形象。在国内糖果业目前还没有真正意义上喜糖品牌出现的今天，糖果业不妨把目光盯在这一庞大又充满商机的市场上，用心打造出消费者喜爱的喜糖品牌。 2010-2014年我国糖果产量分析

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家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 2015年中国喜糖及包装业运行环境解析 1

第一节 国内宏观经济环境分析 1

一、GDP历史变动轨迹分析 1

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 8

三、2015年中国喜糖及包装经济发展预测分析 11

第二节 2015年中国喜糖及包装社会环境分析 18

一、人民生活水平提高 18

二、居民消费观念 20

三、独生子女家庭比例增多 24

第三节 2015年中国喜糖及包装政策环境分析 26

一、《关于糖果制品等13类食品须持证生产的公告》 26 根据《中华人民共和国工业产品生产许可证管理条例》、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》（国家质检总局令第79号）等法律法规的规定，自2005年1月1日起，对糖果制品、茶叶、葡萄酒及果酒、啤酒、黄酒、酱腌菜、蜜饯、炒货食品、蛋制品、可可制品、焙炒咖啡、水产加工品、淀粉及淀粉制品等13类食品实施食品质量安全市场准入制度。

根据《国务院于进一步加强食品安全工作的决定》（国发[2004]23号）的有关精神，国家质检总局决定，自2006年12月31日起，凡上述食品未获得生产许可证的企业，不得生产该产品，销售单位不得销售无生产许可证的产品。违者将按有关法规规定予以处罚。新投产、新

转产上述产品的企业，应当及时向企业所在地的质量技术监督部门申请食品生产许可证。 二

、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》 26

三、中国出口退税政策 45 行业出口退税 编号 名称 进口税率 出口税率 增值税率 消费税率 计量单位 监管条件 最惠国 普通 1702600000 其他果糖及糖浆（仅指干燥果糖重量在50%以上的，转化糖除外） 30% 80% 0 17% 0 克 BA 第二章 2015年中国喜糖及包装业运行态势分析 47

第一节 2015年中国喜糖及包装产业运行总况 47

一、喜糖厂家数量少，产量较低 47

二、多数企业都是将喜糖作为一个附属品种来对待 47

三、中高档品牌的喜糖主要是进口的巧克力 47

四、顶级喜糖由著名酒店的甜品厨师亲自制作 48

五、消费频率低，但消费额大 48

六、喜糖市场规模足以支撑糖果企业生产量的半壁江山 48

第二节 2015年中国喜糖及包装业热点问题探讨 49

一、包装设计上多是千篇一律 49

二、缺少能够传承中华民族婚庆风俗的喜糖品牌 49

第三节 2015年中国喜糖及包装市场规模分析 49

一、总量规模 49

二、增长速度 50

三、各季度市场情况 51 第三章 2013-2015年中国喜糖制造行业数据监测分析 52

第一节 2013-2015年中国喜糖制造行业总体数据分析 52

一、2013年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 52

二、2014年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 54

三、2015年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 55

第二节 2013-2015年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 57

一、2013年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 57

二、2014年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 58

三、2015年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 58

第三节 2013-2015年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 58

一、2013年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 58

二、2014年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 59

三、2015年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 59 第四章 近几年中国喜糖及包装市

场数据监测 61

第一节 2013-2015年中国糖果产量统计分析 61

一、2013-2015年全国糖果产量分析 61

二、2015年全国及主要省份糖果产量分析 61

三、2015年糖果产量集中度分析 62

第二节 2015年中国喜糖及包装市场需求状况分析 64

一、2015年中国喜糖需求量分析 64

二、2015年中国喜糖主要省市需求量分析 65

第三节 2015年中国喜糖及包装市场进出口状况分析 65

一、进口糖果市场占有率分析 65

二、进口糖果占喜糖市场的份额分析 66 第五章 2015年中国喜糖及包装行业市场监测分析 67

第一节 2015年中国喜糖及包装市场消费者心理分析 67

一、新时期消费者求新、求异、追逐时尚潮流的消费需求 67

二、注重喜糖品牌化和包装个性化 68

第二节 2015年中国喜糖及包装市场消费群体及特点分析 74

一、高档消费群体 74

二、中档消费群体 76

三、底层消费群体 76

第三节 2015年中国喜糖及包装种类及市场态势分析 77

一、普通类（传统的散装喜糖） 77

二、礼品类 77

三、文化类 77

四、个性类 78

第四节 2015年中国喜糖及包装市场包装材料调查分析 78

一、金卡纸 78

二、高档铜版纸 79

三、薄型的硬板纸 79

四、绸缎 79

五、塑料 79

六、丝带和细木板 79

第五节 2015年中国喜糖的包装造型调查分析 80

一、宫灯型 80

二、花篮型	80
三、花轿型	82
四、包袋型	82
五、钱袋型	83
六、鸡心型	84
七、组合包装	84
第六章 2015年中国喜糖及包装市场营销策略分析	86
第一节 2015年中国喜糖及包装市场营销模式分析	86
一、定点上门推销	86
二、与婚纱店或影楼店合作营销	86
三、与接待婚宴酒店共同推出个性化服务	86
第二节 2015年中国喜糖及包装市场渠道推广方式分析	87
一、大卖场的糖果专柜	87
二、互联网定制营销	87
第三节 2015年中国喜糖及包装市场销售策略分析	87
一、分销联合的形式	87
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	87
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	88
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	88
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	88
第七章 2015年中国喜糖及包装市场竞争新格局透析	89
第一节 2015年中国喜糖及包装市场竞争总况	89
一、喜糖市场竞争所处阶段	89
中国喜糖市场十大品牌	
品牌	简介
大白兔	（创建于1915年，中国名牌产品，中国驰名商标，上海市名牌产品，中外合资企业，行业著名品牌，上海冠生园食品有限公司）
金丝猴	（于1994年，中国名牌，中国驰名商标，糖果十大品牌，全国三大糖果生产厂家之一，上海金丝猴食品股份有限公司）
阿尔卑斯	（始创于1932年荷兰，以其外脆内软的独特口感和珍珠般的外形而享誉全球，不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司）
喔喔	（创办于1979年，上海市名牌产品，上海市著名商标，以食品和印刷包装为两大支柱产业，上海喔喔集团有限公司）
徐福记	（创始于1978年，中国名牌产品，中国最大的糖果品牌和糖点企业之一，广东省名牌产品，东莞徐记食品有限公司）
箭牌-真知棒	（始创于1891年美国，中国最大的糖果公司之一，全球最大的口香糖生产及销售商之一，箭牌糖果（中国）有限公司）
德芙Dove	（始于1986年，由美国跨国食品公司玛氏（Mars）公司推出，巧克力市场的领导品牌之一，玛氏食品（中国）有限公司）
金冠	

（中国名牌，中国驰名商标，福建省著名商标，中国境内最大及最专业的食品制造厂商之一，金冠（中国）食品有限公司） 旺旺（于1992年正式投资大陆市场，中国最具竞争力品牌之一，世界著名食品公司，著名品牌，中国旺旺控股有限公司） 雅客Yake（中国驰名商标，中国名牌产品，福建著名商标，福建省名牌产品，糖果行业的领军企业之一，福建雅客食品有限公司） 二、个性喜糖巧包装竞争力分析 90

第二节 2015年中国喜糖及包装市场竞争力评价 93

一、产品竞争力分析 93

二、价格竞争力分析 94

三、渠道竞争力分析 94

四、销售竞争力分析 95

五、服务竞争力分析 95

六、品牌竞争力分析 96

第三节 2015年中国喜糖及包装市场区域竞争格局分析 96

一、华北地区 96

二、东北地区 97

三、华东地区 97

四、华中地区 97

五、西南地区 98

六、西北地区 98

七、华南地区 98

第四节 2015-2020年中国喜糖及包装业竞争趋势分析 99 第八章 2015年中国喜糖及包装重点企业现状分析 102

第一节 江苏今世缘糖果食品有限公司 102

一、企业概况 102

二、企业主要经济指标分析 102

三、企业盈利能力分析 103

四、企业偿债能力分析 103

五、企业运营能力分析 104

六、企业成长能力分析 104

第二节 东莞徐记食品有限公司 104

一、企业概况 104

二、企业主要经济指标分析 105

三、企业盈利能力分析 106

四、企业偿债能力分析 106

五、企业运营能力分析 107

六、企业成长能力分析 107

第三节 不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司 107

一、企业概况 107

二、企业主要经济指标分析 108

三、企业盈利能力分析 109

四、企业偿债能力分析 109

五、企业运营能力分析 110

六、企业成长能力分析 110

第四节 上海冠生园食品有限公司 110

一、企业概况 110

二、企业主要经济指标分析 111

三、企业盈利能力分析 112

四、企业偿债能力分析 112

五、企业运营能力分析 113

六、企业成长能力分析 113

第五节 金冠食品（福建）有限公司 113

一、企业概况 113

二、企业主要经济指标分析 114

三、企业盈利能力分析 115

四、企业偿债能力分析 115

五、企业运营能力分析 116

六、企业成长能力分析 116

第六节 福建雅客食品有限公司 116

一、企业概况 116

二、企业主要经济指标分析 117

三、企业盈利能力分析 118

四、企业偿债能力分析 118

五、企业运营能力分析 119

六、企业成长能力分析 119

第七节 湖北旺旺食品有限公司 119

- 一、企业概况 119
- 二、企业主要经济指标分析 120
- 三、企业盈利能力分析 121
- 四、企业偿债能力分析 121
- 五、企业运营能力分析 121
- 六、企业成长能力分析 122

第八节 沈阳金丝猴食品有限公司 122

- 一、企业概况 122
- 二、企业主要经济指标分析 123
- 三、企业盈利能力分析 124
- 四、企业偿债能力分析 124
- 五、企业运营能力分析 125
- 六、企业成长能力分析 125

第九节 河南裕达食品股份有限公司 125

- 一、企业概况 125
- 二、企业主要经济指标分析 126
- 三、企业盈利能力分析 127
- 四、企业偿债能力分析 127
- 五、企业运营能力分析 128
- 六、企业成长能力分析 128

第九章 2015年中国喜糖及包装相关产业运行探析 129

第一节 2015年中国喜糖包装业运行分析 129

- 一、中国喜糖包装现状 129
- 二、中国喜糖包装设计 129
- 三、中国喜糖包装材料细分市场运行分析 130
 - 1、纸 130
 - 2、塑料 130
- 四、我国糖果包装产业向多元化方向迈进 131

第二节 2015年中国糖果市场发展现状分析 131

- 一、糖果巧克力行业呈现多元化发展态势 131
- 二、糖果业步入调整时期 132
- 三、生态糖果、健康糖果受青睐 133

四、近三年中国糖果经济数据分析	133
五、中国糖果业趋势分析分析	133
第三节 2015年中国婚庆产业运行分析	134
一、婚庆经济呈现三大突出特点	134
二、经济实惠成为婚庆市场主题	135
三、婚庆消费涌现涨价潮	135
四、中国婚庆产业增长前景看好	135
第十章 2015-2020年中国喜糖及包装产业前景展望与趋势预测分析	138
第一节 2015-2020年中国喜糖及包装业趋势分析分析	138
一、糖果经营开始由单一走向复合	138
二、塑造中低档市场专用品牌是中小企业的机遇	138
三、个性化定制喜糖的方式将是未来喜糖市场的发展方向	139
第二节 2015-2020年中国喜糖及包装市场供需分析预测分析	139
一、中国喜糖市场产量预测分析	139
二、中国喜糖消费情况预测分析 2013-2017年中国喜糖消费情况增长分析及预测 三、喜糖价格预测分析	140
第三节 2015-2020年中国喜糖及包装市场盈利预测分析	141
第十一章 2015-2020年中国喜糖及包装产业投资规划建议研究	142
第一节 2015-2020年中国喜糖及包装行业投资概况	142
一、喜糖及包装行业投资特性	142
二、喜糖及包装投资价值研究	142
三、喜糖及包装投资环境利好	142
第二节 2015-2020年中国喜糖及包装投资机会分析	143
一、喜糖及包装产业投资吸引力分析	143
二、喜糖及包装区域投资潜力分析	145
三、与产业链相关的投资机会分析	145
第三节 2015-2020年中国喜糖及包装投资前景及防范	146
一、技术风险分析	146
二、金融风险分析	147
三、政策风险分析	148
四、竞争风险分析	148
第四节 投资建议	149

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国喜糖及包装产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年喜糖及包装开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：喜糖及包装行业产业喜糖及包装

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业产成品增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业工业喜糖及包装产值增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业喜糖及包装成本增长趋势图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业费用使用统计图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2014年我国喜糖及包装行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2014年喜糖及包装行业市场供给

图表：2011-2014年喜糖及包装行业市场需求

图表：2011-2014年喜糖及包装行业市场规模

图表：喜糖及包装所属行业生命周期判断

图表：喜糖及包装所属行业区域市场分布情况

图表：2014-2020年中国喜糖及包装行业市场规模预测

图表：2014-2020年中国喜糖及包装行业供给预测

图表：2014-2020年中国喜糖及包装行业需求预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270937.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）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。