



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国口香糖市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国口香糖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/285812.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

口香糖是以天然树胶或甘油树脂为胶体的基础，加入糖浆、薄荷、甜味剂等调和压制而成的一种供人们放入口中嚼咬的糖。是很受世界人民喜爱的一种糖类。既可吃又可玩，深受儿童和青年人喜爱。同时也成为大部分年轻人的扮酷、时尚的新宠。在提升口腔健康的同时，通过咀嚼口香糖带来的面部肌肉运动，在认知学领域也具有多重功效。

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 口香糖发展相关概述 14

第一节 口香糖基础概述 14

一、口香糖资源 14

二、口香糖的分类 16

三、口香糖的残渣及处理 17

四、口香糖对牙齿的利弊 18

第二节 口香糖细分品种阐述 18

一、木糖醇口香糖 18

二、功能性口香糖 19

三、爽口片 19

第三节 口香糖的制作流程 20

第二章 2016年世界口市场香糖运行态势分析 21

第一节 2016年世界口香糖发展概述 21

一、世界口香糖原料货源紧俏 21

二、世界木糖醇市场发展情况 21

三、世界口香糖品牌市场格局 21

四、世界功能型口香糖开发现状 22

五、世界唯一口香糖禁令松绑 24

六、英国发明不粘口香糖 25

第二节 2016年主要国家口香糖市场运行分析 25

一、美国	25
二、日本	27
三、德国	29
四、俄罗斯	30
第三节 2017-2022年世界口香糖业趋势预测展望	32

第三章 2016年中国口香糖市场运行环境解析 33

第一节 2016年中国宏观经济发展环境分析 33

- 一、2016年中国gdp增长情况分析 33
- 二、2016年工业经济发展形势分析 34
- 三、2016年全社会固定资产投资分析 35
- 四、2016年社会消费品零售总额分析 38
- 五、2016年城乡居民收入与消费分析 39
- 六、2016年对外贸易的发展形势分析 41

第二节 2016年中国口香糖政策环境分析 44

- 一、<食品包装用原纸卫生管理办法> 44
- 二、<中华人民共和国食品卫生法> 44
- 三、<糖果卫生管理办法> 48

第三节 2016年中国口香糖社会环境分析 49

- 一、人口环境分析 49
- 二、教育环境分析 52
- 三、文化环境分析 53
- 四、科技环境分析 53
- 五、生态环境分析 54
- 六、中国城镇化率 55

第四章 2016年中国口香糖市场发展整体综述 56

第一节 2016年中国口香糖市场发展总况 56

- 一、口香糖市场发展分析 56
- 二、中国口香糖品牌发展分析 57
- 三、中国口香糖价格分析 58

第二节 2016年中国口香糖细分市场发展分析 58

- 一、2014-2016年中国低糖口香糖市场销售规模 58
- 二、2014-2016年中国无糖口香糖市场销售规模 59
- 三、2014-2016年中国功能型糖口香糖市场销售规模 60
- 四、2014-2016年中国泡泡糖市场销售规模 61
- 第三节 2016年中国口香糖消费整体状况分析 62
 - 一、中国口香糖市场消费特点分析 62
 - 二、中国口香糖主要区域消费特点分析 63

第五章 2014-2016年中国口香糖进出口状况分析 65

第一节 2014-2016年中国口香糖进口分析 65

- 一、中国口香糖进口数量情况 65
- 二、中国口香糖进口金额情况 66

第二节 2016年中国口香糖出口分析 66

- 一、中国口香糖出口数量情况 66
- 二、中国口香糖出口金额情况 67

第三节 2014-2016年中国口香糖进出口均价分析 68

第四节 2016年中国口香糖进出口流向分析 69

- 一、中国口香糖进口来源地情况 69
- 二、中国口香糖出口目的地情况 70

第五节 2016年中国口香糖进出口省市分析 71

- 一、中国口香糖进口省市情况 71
- 二、中国口香糖出口省市情况 72

第六章 2016年中国口香糖市场营销战略研究分析 74

第一节 2016年中国口香糖市场营销终端分析 74

- 一、各类口香糖终端的基本特点 74
- 二、各类口香糖终端的分布格局 76
- 三、口香糖市场主要销售模式 76

第二节 2016年中国口香糖市场营销模式分析 77

- 一、区域代理 77
- 二、买断品牌 78
- 三、特许经营 79

第三节 2016年中国口香糖各渠道营销情况分析 81

一、渠道建设与管理策略 81

二、企业品牌策略及运作 82

三、公共关系与推广策略 88

四、企业营销服务策略分析 91

第四节 2016年口香糖在中国市场营销策略变化分析 94

一、从营销产品转型到营销服务 94

二、从商品营销转型到文化营销 94

三、从竞争营销转型到共享营销 94

四、从价格营销转型到价值营销 95

五、从利益营销转型社会责任营销 95

第七章 2016年中国口香糖消费者消费行为调查分析 96

第一节 消费者购买口香糖的频率调查分析 96

一、消费者购买口香糖的频率调查 96

二、不同性别消费者嚼口香糖情况 96

三、消费者随身携带口香糖情况 97

四、消费者购买口香糖的月均费用调查 97

第二节 不同消费者对口香糖品牌知名度调查分析 98

一、消费者对口香糖品牌认知度 98

二、消费者吃过的口香糖品牌调查 99

三、消费者购买口香糖的主要渠道 100

第三节 影响消费者购买口香糖的因素调查 101

一、消费者购买口香糖的影响因素 101

二、消费者对口味的偏好调查 101

三、消费者对口香糖价格的接受度 102

四、消费者对口香糖包装的偏好调查 102

五、消费者对瓶装口香糖的补充装的接受度 103

第八章 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业主要数据监测分析 105

第一节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业发展分析 105

一、2014年中国糖果、巧克力制造行业发展概况 105

二、2016年中国糖果、巧克力制造行业发展概况	107
第二节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业规模分析	110
一、企业数量增长分析	110
二、资产规模增长分析	113
三、销售规模增长分析	115
四、利润规模增长分析	118
第三节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业结构分析	120
一、企业数量结构分析	120
二、资产规模结构分析	122
三、销售规模结构分析	123
四、利润规模结构分析	125
第四节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业产值分析	126
一、产成品增长分析	126
二、工业销售产值分析	129
三、出口 交货值分析	130
第五节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造制造行业成本费用分析	132
一、销售成本分析	132
二、主要费用分析	132
第六节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业运营效益分析	135
一、偿债能力分析	135
二、盈利能力分析	136
三、运营能力分析	142
第七节 2014-2016年中国糖果、巧克力制造行业集中度分析	146
一、资产集中度分析	146
二、销售集中度分析	147
三、利润集中度分析	148
第九章 2016年中国口香糖市场竞争格局透析	149
第一节 2016年中国口香糖竞争现状分析	149
一、中国口香糖市场竞争激烈	149
二、中国木糖醇市场竞争现状	150
第二节 2016年中国口香糖市场竞争格局分析	152

- 一、无糖木糖醇冲击传统口香糖 152
- 二、朗怡引领口香糖市场升级战 153
- 三、外资企业纷纷入主中国市场 154
- 四、爽口片参与新一轮的竞争 155
- 第三节 口香糖企业提升竞争力策略分析 155
 - 一、建立清晰、精准的品牌定位 155
 - 二、创意经典的广告语 156
 - 三、做思想的包装设计 156
 - 四、提高产品的性价比 156
 - 五、确定重点销售区域 156

第十章 2016年世界知名口香糖企业运行浅析 157

第一节 韩国乐天制果(株) 157

- 一、公司概况 157
- 二、企业主要产品介绍 157
- 三、企业经济指标分析 158
- 四、企业盈利能力分析 158

第二节 箭牌糖类有限公司 159

- 一、公司概况 159
- 二、企业主要产品介绍 159
- 三、玛氏公司收购箭牌糖类有限公司 159

第三节 不凡帝范梅勒股份有限公司 160

- 一、公司概况 160
- 二、企业主要产品介绍 160
- 三、糖果业巨头重新划分中国媒体业务 160

第四节 吉百利有限公司 161

- 一、公司概况 161
- 二、企业主要产品介绍 161
- 三、卡夫正式获吉百利控股权 162

第十一章 2016年中国口香糖典型生产厂商竞争力分析 164

第一节 福建雅客食品有限公司 164

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 箭牌糖果(中国)有限公司 166

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 箭牌糖类(上海)有限公司 169

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 乐天(中国)食品有限公司 172

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 益阳华葛食品有限公司 175

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 善龙食品(南通)有限公司 177

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第十二章 2017-2022年中国口香糖发展趋势与前景展望分析 180

第一节 2017-2022年中国口香糖趋势预测 180

一、木糖醇无糖产品成口香糖发展方向 180

二、功能性口香糖的趋势预测广阔 180

第二节 2017-2022年中国口香糖发展趋势 181

一、戒烟口香糖 181

二、无胶基口香糖 181

三、无糖口香糖 181

四、环保口香糖 183

第三节 2017-2022年中国口香糖市场预测 183

第四节 2017-2022年中国口香糖投资策略分析 185

一、产品开发与定位策略 185

二、定价目标与价格策略 190

三、产品终端体系建设策略 195

四、市场终端体系维护策略 197

第十三章 2017-2022年中国口香糖投资价值研究 199

第一节 2017-2022年中国口香糖投资周期分析 199

第二节 2017-2022年中国口香糖投资机会分析 200

一、中国戒烟口香糖市场待开发 200

二、低聚木糖口香糖前景广阔 201

第三节 2017-2022年中国口香糖投资前景预警 201

一、外资进入风险 201

二、产业政策风险 202

三、市场竞争分析 202

四、食品安全风险 202

第四节 2017-2022年中国口香糖行业投资建议 203

部分图表目录：

图表 1 美国市场主要口香糖品牌 22

图表 2 俄罗斯市场主要口香糖品牌 22

图表 3 日本市场主要口香糖品牌 22

图表 4 德国市场主要口香糖品牌 22

图表 5 2014-2016年美国口香糖零售量情况 26

图表 6 2014-2016年美国口香糖零售量变化趋势图 26

图表 7 2014-2016年美国口香糖零售总额情况 26

图表 8 2014-2016年美国口香糖零售总额变化趋势图 27

图表 9 2014-2016年日本口香糖零售量情况 27

图表 10 2014-2016年日本口香糖零售量变化趋势图 28

图表 11 2014-2016年日本口香糖零售总额情况 28

图表 12 2014-2016年日本口香糖零售总额变化趋势图 28

图表 13 2014-2016年德国口香糖零售量情况 29

图表 14 2014-2016年德国口香糖零售量变化趋势图 29

图表 15 2014-2016年德国口香糖零售总额情况 29

图表 16 2014-2016年德国口香糖零售总额变化趋势图 30

图表 17 2014-2016年俄罗斯口香糖零售量情况 30

图表 18 2014-2016年俄罗斯口香糖零售量变化趋势图 31

图表 19 2014-2016年俄罗斯口香糖零售总额情况 31

图表 20 2014-2016年俄罗斯口香糖零售总额变化趋势图 31

图表 21 2017-2022年全球口香糖零售量预测趋势图 32

图表 22 2017-2022年全球口香糖零售总额预测趋势图 32

图表 23 2014-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 33

图表 24 2014-2016年中国人均国内生产总值变化趋势图 34

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285812.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专业提供投资咨询报告、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。