

2014-2020年中国喜糖及包装市场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国喜糖及包装市场竞争力分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/qitashipin1409/D57198BO92.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-09-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国喜糖及包装市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十一章，报告以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对喜糖及包装行业的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销渠道和营销策略等方面进行深入的调研分析。

第一章 2013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、2013年中国喜糖及包装经济发展预测分析 11

第二节 2013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 2013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

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

第二章 2013年中国喜糖及包装业运行态势分析 47

第一节 2013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 2013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 2013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 2010-2013年中国喜糖制造行业数据监测分析 52

第一节 2010-2013年中国喜糖制造行业总体数据分析 52

一、2010年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 52

二、2011年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 54

三、2012年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 55

第二节 2010-2013年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 57

一、2011年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 57

二、2012年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 58

三、2013年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 58

第三节 2010-2012年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 58

一、2010年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 58

二、2011年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 59

三、2012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 2010-2012年中国糖果产量统计分析 61

一、2010-2012年全国糖果产量分析 61

二、2012年全国及主要省份糖果产量分析 61

三、2012年糖果产量集中度分析 62

第二节 2012年中国喜糖及包装市场需求状况分析 64

一、2012年中国喜糖需求量分析 64

二、2012年中国喜糖主要省市需求量分析 65

第三节 2012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 2012年中国喜糖及包装市场深度调研分析 67

第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012年中国喜糖及包装市场营销策略分析	86
第一节 2012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 2012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 2012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 2012年中国喜糖及包装市场竞争新格局透析 89

第一节 2012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

二、个性喜糖巧包装竞争力分析 90

第二节 2012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 2012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 2014-2020年中国喜糖及包装业竞争趋势分析 99

第八章 2012年中国喜糖及包装重点企业运营态势分析 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 2012年中国喜糖及包装相关产业运行探析	129
第一节 2012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 2012年中国糖果行业发展态势分析	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、中国糖果业前景预测分析	133
第三节 2012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 2014-2020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 2014-2020年中国喜糖及包装业前景预测分析	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 2014-2020年中国喜糖及包装市场运行态势预测分析	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	140
三、喜糖价格预测分析	140
第三节 2014-2020年中国喜糖及包装市场盈利预测分析	141
第十一章 2014-2020年中国喜糖及包装产业投资战略研究	142
第一节 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020年中国喜糖及包装投资风险及防范 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 博思数据投资建议 149

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合,并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业的系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1409/D57198BO92.html>