

# 2016-2022年中国喜糖及包装市场深度研究与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国喜糖及包装市场深度研究与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/shipin/006189YW2Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

糖果的包装虽然丰富了许多，但是，作为包装喜糖的专门设计还是很少见到，这个时期人们大多都喜欢选择物美价廉的杂拌糖作为喜糖。这样，糖果种类不再单一，各类糖果混合在一起五光十色也很好看，特别是用彩色玻璃纸包装的水果糖更夺目。

喜糖的消费群体大体分为高中低三个部分，他们对喜糖的要求各不相同。高档消费群体一般指企业主、社会名流、巨额遗产继承人、金领职业人等高收入群体。他们的特点是，对喜糖的要求非常高，不但重视品牌，而且强调个性，存在着一种炫耀心理；中档消费者一般是中等收入的白领人士和工薪阶层。他们的特点是，喜爱价廉物美的喜糖，但对品牌和质量也同样重视；底层消费群是弱势群体，他们的特点是对价格比较敏感，对喜糖的要求就是要传达更多的喜庆。因此，个性化订制锁定的目标人群就目前来看应该是中高两个档次。针对这两个档次消费群体需求的不同，也应有针对性地开发不同的产品。例如，对于高档消费群体来说，印上新郎新娘的照片、带有音乐、包装豪华的盒装高级喜糖更符合他们想展示给来宾最美好、最美妙的感受的需求；而对于中等收入的消费者来说，留有结婚日期的喜糖，以及外包装有工艺或纪念价值的品牌喜糖，更符合其对喜糖的要求。

《2016-2022年中国喜糖及包装市场深度研究与市场年度调研报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、公开资料提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了喜糖及包装行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国喜糖及包装做了重点企业经营状况分析，并分析了中国喜糖及包装行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2016年中国喜糖及包装业运行环境解析

第一节 2016年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

## 第二节 2016年中国喜糖及包装社会环境分析

- 一、人民生活水平提高
- 二、居民消费观念
- 三、独生子女家庭比例增多

## 第三节 2016年中国喜糖及包装政策环境分析

- 一、《关于糖果制品等13类食品须持证生产的公告》
- 二、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》
- 三、中国出口退税政策

## 第四节 2016年中国喜糖及包装社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、文化环境分析
- 三、居民的各种消费观念和习惯

## 第二章 2016年中国喜糖及包装业运行态势分析

### 第一节 2016年中国喜糖及包装产业运行总况

- 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

### 第二节 2016年中国喜糖及包装业热点问题探讨

- 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

### 第三节 2016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 2014-2016年中国喜糖制造行业数据监测分析（1421）

### 第一节 2014-2016年中国喜糖制造行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、从业人数增长分析

#### 三、资产规模增长分析

### 第二节 2014-2016年中国喜糖制造行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

##### 1、不同类型分析

##### 2、不同所有制分析

#### 二、销售收入结构分析

##### 1、不同类型分析

##### 2、不同所有制分析

### 第三节 2014-2016年中国喜糖制造行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口交货值分析

### 第四节 2014-2016年中国喜糖制造行业成本费用分析

#### 一、销售成本统计

#### 二、费用统计

### 第五节 2014-2016年中国喜糖制造行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第四章 2016年中国喜糖及包装市场数据监测

### 第一节 2016年中国糖果产量统计分析

#### 一、2016年全国糖果产量分析

#### 二、2016年主要省份糖果产量分析

#### 三、2016年糖果产量集中度分析

### 第二节 2016年中国喜糖及包装市场需求状况分析

#### 一、2016年中国喜糖需求量分析

## 二、2016年中国喜糖主要省市需求量分析

### 第三节 2016年中国喜糖及包装市场进出口状况分析

#### 一、进口糖果市场占有率分析

#### 二、进口糖果占喜糖市场的份额分析

## 第五章 2014-2016年中国糖果进出口贸易市场数据监测

### 第一节 2014-2016年中国奶糖进出口数据统计情况（17021900）

#### 一、奶糖进出口数量分析

#### 二、奶糖进出口金额分析

#### 三、奶糖进出口国家及地区分析

### 第二节 2014-2016年中国果糖进出口数据统计情况（17026000）

#### 一、果糖进出口数量分析

#### 二、果糖进出口金额分析

#### 三、果糖进出口国家及地区分析

## 第六章 2016年中国喜糖及包装行业市场评估分析

### 第一节 2016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

### 第二节 2016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

### 第三节 2016年中国喜糖及包装种类及市场供需分析

#### 一、普通类（传统的散装喜糖）

#### 二、礼品类

#### 三、文化类

#### 四、个性类

### 第四节 2016年中国喜糖及包装市场包装材料调查分析

#### 一、金卡纸

#### 二、高档铜版纸

#### 三、薄型的硬板纸

四、绸缎

五、塑料

六、丝带和细木板

第五节 2016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、布袋型

五、钱袋型

六、鸡心型

七、组合包装

第七章 2016年中国喜糖及包装市场营销策略分析

第一节 2016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

第二节 2016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

第三节 2016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

第八章 2016年中国喜糖及包装市场竞争新格局透析

第一节 2016年中国喜糖及包装市场竞争总况

一、喜糖市场竞争所处阶段

二、个性喜糖巧包装竞争力分析

第二节 2016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

### 第三节 2016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、华中地区
- 五、西南地区
- 六、西北地区
- 七、华南地区

### 第四节 2016-2022年中国喜糖及包装业竞争趋势分析

## 第九章 2016年中国喜糖及包装重点企业现状分析

### 第一节 江苏今世缘糖果食品有限公司

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

### 第二节 东莞徐记食品有限公司

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

### 第三节 爱芬食品(北京)有限公司



一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第四节 上海冠生园食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第五节 福建金冠食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节 福建雅客食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节 湖北旺旺食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第八节 沈阳金丝猴食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第九节 北京嘟嘟食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十章 2016年中国喜糖及包装相关产业运行探析

### 第一节 2016年中国喜糖包装业运行分析

一、中国喜糖包装现状

二、中国喜糖包装设计

三、中国喜糖包装材料细分市场运行分析

1、纸

2、塑料

四、我国糖果包装产业向多元化方向迈进

### 第二节 2016年中国糖果市场发展现状分析

一、糖果巧克力行业呈现多元化发展态势

二、糖果业步入调整时期

三、生态糖果、健康糖果受青睐

四、近三年中国糖果经济数据分析

五、中国糖果业趋势分析

### 第三节 2016年中国婚庆产业运行分析

- 一、婚庆经济呈现三大突出特点
- 二、经济实惠成为婚庆市场主题
- 三、婚庆消费涌现涨价潮（ZYYL）
- 四、中国婚庆产业增长前景看好

## 第十一章 2016-2022年中国喜糖及包装产业前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2016-2022年中国喜糖及包装业趋势分析

- 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

### 第二节 2016-2022年中国喜糖及包装市场供需分析预测分析

- 一、中国喜糖市场产量预测分析
- 二、中国喜糖消费情况预测分析
- 三、喜糖价格预测分析

### 第三节 2016-2022年中国喜糖及包装市场盈利预测分析

## 第十二章 2016-2022年中国喜糖及包装产业投资规划建设研究

### 第一节 2016-2022年中国喜糖及包装行业投资概况

- 一、喜糖及包装行业投资特性
- 二、喜糖及包装投资价值研究
- 三、喜糖及包装投资环境利好

### 第二节 2016-2022年中国喜糖及包装投资机会分析

- 一、喜糖及包装产业投资吸引力分析
- 二、喜糖及包装区域投资潜力分析
- 三、与产业链相关的投资机会分析

### 第三节 2016-2022年中国喜糖及包装投资前景及防范

- 一、技术风险分析
- 二、金融风险分析
- 三、政策风险分析
- 四、竞争风险分析

### 第四节 权威专家投资建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/006189YW2Y.html>