

2015-2020年中国口香糖市 场供需分析与投资战略调研报告

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

《2015-2020年中国口香糖市场供需分析与投资战略调研报告》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.bosidata.com/qtzzh1512/493271R7J7.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】2026-04-16

【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

前言

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着口香糖行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的口香糖企业愈来愈重视对行业市场的，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。

本口香糖行业研究报告是博思数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。博思数据在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国口香糖行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由博思数据公司领衔撰写，在大量周密的市场监测基础上，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、博思数据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。

报告揭示了中国口香糖行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国口香糖行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国口香糖行业趋势预测分析。为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 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 2015年世界口市场香糖运行态势分析 21

第一节 2015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 2015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 2015-2020年世界口香糖业趋势预测展望 32

第三章 2015年中国口香糖市场运行环境解析 33

第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析 33

一、2015年中国gdp增长情况分析 33

二、2015年工业经济发展形势分析 34

三、2015年全社会固定资产投资分析 35

四、2015年社会消费品零售总额分析 38

五、2015年城乡居民收入与消费分析 39

六、2015年对外贸易的发展形势分析 41

第二节 2015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 2015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 2015年中国口香糖市场发展整体综述 56

第一节 2015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 2015年中国口香糖细分市场发展分析 58

一、2012-2015年中国低糖口香糖市场销售规模 58

二、2012-2015年中国无糖口香糖市场销售规模 59

三、2012-2015年中国功能型糖口香糖市场销售规模 60

四、2012-2015年中国泡泡糖市场销售规模 61

第三节 2015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

章 2012-2015年中国口香糖进出口状况分析 65

第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国口香糖进出口均价分析 68

第四节 2015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 2015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 2015年中国口香糖市场营销战略研究分析 74

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2012-2015年中国糖果、巧克力制造行业主要数据监测分析	105
第一节 2014-2015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、2015年中国糖果、巧克力制造行业发展概况	107
第二节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国糖果、巧克力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 2012-2015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 2012-2015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

章 2015年中国口香糖市场竞争格局透析 149

第一节 2015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 2015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 2015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 2015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

一、公司基本情况 164

二、企业主要经济指标 164

三、企业偿债能力分析 165

四、企业盈利能力分析 165

五、企业运营能力分析 166

第二节 箭牌糖果(中国)有限公司 166

一、公司基本情况 166

二、企业主要经济指标 167

三、企业偿债能力分析 168

四、企业盈利能力分析 168

五、企业运营能力分析 169

第三节 箭牌糖类(上海)有限公司 169

一、公司基本情况 169

二、企业主要经济指标 169

三、企业偿债能力分析 170

四、企业盈利能力分析 171

五、企业运营能力分析 171

第四节 乐天(中国)食品有限公司 172

一、公司基本情况 172

二、企业主要经济指标 172

三、企业偿债能力分析 173

四、企业盈利能力分析 173

五、企业运营能力分析 174

第五节 益阳华葛食品有限公司 175

一、公司基本情况 175

二、企业主要经济指标 175

三、企业偿债能力分析 176

四、企业盈利能力分析 176

五、企业运营能力分析 177

第六节 善龙食品(南通)有限公司 177

一、公司基本情况 177

二、企业主要经济指标 177

三、企业偿债能力分析 178

四、企业盈利能力分析 178

五、企业运营能力分析 179

第十二章 2015-2020年中国口香糖发展趋势与前景展望分析 180

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国口香糖市场预测 183

第四节 2015-2020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 2015-2020年中国口香糖投资价值研究 199

第一节 2015-2020年中国口香糖投资周期分析 199

第二节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020年中国口香糖行业投资建议 203

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 2012-2015年美国口香糖零售量情况 26

图表 6 2012-2015年美国口香糖零售量变化趋势图 26

图表 7 2012-2015年美国口香糖零售总额情况 26

图表 8 2012-2015年美国口香糖零售总额变化趋势图 27

图表 9 2012-2015年日本口香糖零售量情况 27

图表 10 2012-2015年日本口香糖零售量变化趋势图 28

图表 11 2012-2015年日本口香糖零售总额情况 28

图表 12 2012-2015年日本口香糖零售总额变化趋势图 28

图表 13 2012-2015年德国口香糖零售量情况 29

图表 14 2012-2015年德国口香糖零售量变化趋势图 29

图表 15 2012-2015年德国口香糖零售总额情况 29

图表 16 2012-2015年德国口香糖零售总额变化趋势图 30

图表 17 2012-2015年俄罗斯口香糖零售量情况 30

图表 18 2012-2015年俄罗斯口香糖零售量变化趋势图 31

图表 19 2012-2015年俄罗斯口香糖零售总额情况 31

图表 20 2012-2015年俄罗斯口香糖零售总额变化趋势图 31

图表 21 2015-2020年全球口香糖零售量预测趋势图 32

图表 22 2015-2020年全球口香糖零售总额预测趋势图 32

图表 23 2012-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 33

图表 24 2012-2015年中国人均国内生产总值变化趋势图 34

图表 25 2012-2015年中国全部工业增加值及增长速度趋势图 35

图表 26 2015年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 35

图表 27 2012-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 36

图表 28 2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 37

图表 29 2012-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 39

图表 30 2015年中国社会消费品零售总额同比增长趋势图 39

图表 31 2012-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 41

图表 32 2012-2015年农村居民纯收入及增长情况统计 41

图表 33 2012-2015年中国进出口总额增长趋势图 42

图表 34 2015年中国货物进出口总额及其增长速度 42

图表 35 2015年中国人口数量及其构成情况 50

图表 36 2012-2015年中国人口数量变化趋势图 50

图表 37 2014年末中国各年龄段人口比重 50

图表 38 2012-2015年中国各年龄段人口比重变化情况 51

图表 39 2012-2015年中国各级各类学校招生人数统计 53

图表 40 2005-2015年中国城镇化率变化趋势图 55

图表 41 2012-2015年中国口香糖零售量增长趋势图 56

图表 42 2012-2015年中国口香糖零售额增长趋势图 57

图表 43 2012-2014年中国主要口香糖企业所占市场份额 57

图表 44 2008-2014年中国主要口香糖品牌所占市场份额 58

图表 45 2012-2015年历年口香糖平均价格情况 58

图表 46 2012-2015年中国低糖型口香糖零售量增长趋势图 59

图表 47 2012-2015年中国低糖型口香糖零售额增长趋势图 59

图表 48 2012-2015年中国无糖型口香糖零售量增长趋势图 60

图表 49 2012-2015年中国无糖型口香糖零售额增长趋势图 60

图表 50 2012-2015年中国功能型口香糖零售量增长趋势图 61

图表 51 2012-2015年中国功能型口香糖零售额增长趋势图 61

图表 52 2012-2015年中国泡泡糖零售量增长趋势图 62

图表 53 2012-2015年中国泡泡糖零售额增长趋势图 62

图表 54 2012-2015年中国口香糖进口数量统计 65

图表 55 2012-2015年中国口香糖进口数量增长趋势图 65

图表 56 2012-2015年中国口香糖进口金额统计 66

图表 57 2012-2015年中国口香糖进口金额增长趋势图 66

图表 58 2012-2015年中国口香糖出口数量统计 67

图表 59 2012-2015年中国口香糖出口数量增长趋势图 67

图表 60 2012-2015年中国口香糖出口金额统计 67

图表 61 2012-2015年中国口香糖出口金额增长趋势图 68

图表 62 2012-2015年中国口香糖进出口均价情况 68

图表 63 2012-2015年中国口香糖进出口均价趋势图 69

图表 64 2015年中国口香糖进口来源地情况 69

图表 65 2015年中国口香糖进口来源地结构分布图 70

图表 66 2015年中国口香糖出口流向情况 70

图表 67 2015年中国口香糖出口流向结构分布图 71

图表 68 2015年中国口香糖进口分省市统计 71

图表 69 2015年中国口香糖进口分省市结构图 72

图表 70 2015年中国口香糖出口分省市统计 72

图表 71 2015年中国口香糖出口分省市结构图 73

图表 72 糖果购买场所分布情况 76

图表 73 品牌的内涵 83

图表 74 企业品牌化过程 83

图表 75 消费者购买口香糖的频率情况 96

图表 76 不同性别消费者嚼口香糖的情况 96

图表 77 消费者随身携带口香糖的情况 97

图表 78 消费者近一年来购买口香糖月均花费 98

图表 79 消费者对口香糖品牌认知度 99

图表 80 在近一年中消费者总共吃过的的口香糖品牌 100

图表 81 消费者购买口香糖的主要渠道 100

图表 82 消费者购买口香糖的影响因素 101

图表 83 消费者最喜欢的口香糖口味 102

图表 84 消费者对口香糖价格的接受度 102

图表 85 消费者更喜欢购买的口香糖包装产品 103

图表 86 消费者对瓶装口香糖的补充装的购买意愿 103

图表 87 消费者愿意购买瓶装口香糖的补充装的原因 104

图表 88 消费者不愿购买瓶装口香糖的补充装的原因 104

略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1512/493271R7J7.html>