

# 2012-2016年奶糖行业市场 供需调研与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2012-2016年奶糖行业市场供需调研与投资前景分析报告》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.cction.com/report/201209/88883.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

奶糖是一种结构比较疏松的半软性糖果。糖体剖面有微小的气孔，带有韧性和弹性，耐咀嚼，口感柔软细腻。奶糖以含有大量奶品而得名，这类糖的主要特点是具有奶的独特芳香，又称为焦香糖果。奶糖的外形多为圆柱形，也有长方形和方形。色泽多为乳白或微黄色。奶糖的平均含水量为5-8%，还原糖含量在14-25%之间。奶糖可分为胶质奶糖和砂型奶糖。胶质奶糖，包括太妃糖和卡拉密尔糖。胶体含量较多，糖体具有较强的韧性和弹性，比较坚硬，外形多为圆柱形，还原糖含量较高，为18-25%之间，随加入原材料不同而有多种品种。砂型奶糖，又称费奇糖。糖中仅加少量胶体或不加胶体，还原糖含量较胶质奶糖少，在生产中经强烈搅拌而返砂。糖体结构疏松而脆硬，缺乏弹性和韧性，咀嚼时有粒状感觉。外形多为长方形或方形。糖果制品是一种为全民接受的休闲食品，也是一种能量补充食品，在众多的国民消费中居重要的地位，特别是在中国人的节日和喜庆消费中更是必不可少。因此尽管该行业的行业产值并不是特别巨大，但是由于该行业正在从传统产业逐步向现代生物工程、功能性食品、营养食品等领域拓宽，其战略地位越来越重要。糖果作为中国传统的两大支柱零食产业之一，经过上百年时间的发展，产业已经深具规模，并已成为我国食品工业中快速发展的行业。随着人民生活水平的不断提高和人们对糖果的科学认识，以及新功能、新口味、复合型等糖果新产品的涌现，糖果的市场需求正在进一步扩大。我国糖果生产企业约5000家，有半数企业已经通过了QS认证，其他企业大多处于改造或停产状态中，受市场准入制度实施的影响，糖果巧克力生产企业总数有所减少，行业生产更趋集中。这2000多家企业中90%以上为民营企业，三资企业约占8%-9%，国营企业仅占约1%-2%。糖果、巧克力生产企业主要分布地区为广东、福建、上海、江苏、浙江、北京、天津、河北、山东、辽宁、湖南、湖北、河南等。在品类不断细分的趋势下，糖果行业呈现以下特征。首先是糖果行业的品牌竞争逐年增强，糖果企业的品牌投入力度逐年加大；其次，在细分品类中的领导品牌受到了跟随者的不断挑战。面对糖果市场消费需求的变化及休闲食品多样化的发展，必然引起未来传统型糖果市场份额下降，以传统型糖果为主营业务的糖果企业寻找新兴的产品或者品类来支持新一轮竞争，导致市场将会更加细化。新兴糖果品牌借助于其品类功能诉求和产品聚焦的策略不断实现细分市场的品类培育和独占崛起，掀起下一阶段功能性糖果，巧克力，胶基糖果、休闲糖果等新品类的市场高潮到来。传统糖果市场品牌集中度相对较高，新兴糖果品牌伴随市场的不断细分，产品和品类的区隔优势占位，品牌格局暂时处于动态变化中。中企顾问网发布的《2012-2016年奶糖行业市场供需调研与投资前景分析报告》共十八章。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、国家海关总署、国家食品药品监督管理局、国家发改委、中国食品工业协会、国际可可巧克力和糖果制造商协会、中国焙烤食品糖制品工业协会、中企顾问网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公

布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。本奶糖行业报告，从奶糖行业发展情况、相关产业发展状况、消费市场发展状况、行业内主要企业发展情况以及奶糖行业未来发展趋势、投资策略等多方面深度剖析，全面展示奶糖行业现状，揭示奶糖的市场潜在需求与潜在机会。本报告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了准确的市场情报信息及科学的决策依据，具有极高的参考价值。报告目录第一章 奶糖行业发展概述第一节 奶糖的定义及分类一、奶糖的定义二、奶糖的分类三、奶糖的特性第二节 奶糖产业链分析一、市场特点二、行业经济特性三、产业链结构分析第三节 奶糖行业发展成熟度分析一、行业发展周期分析二、行业中外市场成熟度对比三、行业及其主要子行业成熟度分析第二章 全球奶糖市场发展分析第一节 2011年全球奶糖市场分析一、2011年全球奶糖市场回顾二、2011年全球奶糖市场环境三、2011年全球奶糖销售分析四、2011年全球奶糖市场规模第二节 2012年全球奶糖市场分析一、2012年全球奶糖需求分析二、2012年全球奶糖市场规模三、2012年全球奶糖品牌分析四、2012年中外奶糖市场对比第三节 主要国家地区奶糖市场分析一、2011-2012年美国奶糖市场分析二、2011-2012年欧洲奶糖市场分析三、2011-2012年日本奶糖市场分析四、2011-2012年韩国奶糖市场分析五、2011-2012年其他国家奶糖市场第三章 我国奶糖行业发展现状第一节 我国奶糖行业发展现状一、奶糖行业品牌发展现状二、奶糖行业消费市场现状三、奶糖市场消费层次分析四、我国奶糖市场走向分析第二节 2010-2012年奶糖业发展情况分析一、2010年奶糖行业发展情况分析二、2011年奶糖行业发展情况分析三、2012年奶糖行业发展特点分析四、2012年1-5月奶糖行业发展情况第三节 2011-2012年奶糖行业运行分析一、2011-2012年奶糖业产销存运行分析二、2011-2012年奶糖行业利润情况分析三、2011-2012年奶糖行业发展周期分析四、2012-2016年奶糖行业发展机遇分析五、2012-2016年奶糖行业利润增速预测第四章 我国奶糖市场发展研究第一节 2011年我国奶糖市场发展研究一、2011年1季度我国奶糖市场研究二、2011年2季度我国奶糖市场研究三、2011年3季度我国奶糖市场研究四、2011年4季度我国奶糖市场研究第二节 2012年我国奶糖市场情况一、2012年1-5月我国奶糖产销情况二、2012年1-5月我国奶糖市场价格情况三、2012年1-5月重点城市奶糖市场发展情况四、2012年1-5月我国奶糖市场发展情况第三节 2012年我国奶糖市场结构和价格走势分析一、2012年第一季度我国奶糖市场结构和价格走势概述二、2012年第一季度我国奶糖市场结构分析三、2012年第一季度我国奶糖市场价格走势分析四、2012年1-5月我国奶糖市场结构和价格走势概述五、2012年1-5月我国奶糖市场结构分析六、2012年1-5月我国奶糖市场价格走势分析第四节 2012年我国奶糖业市场发展特点分析一、2012年第一季度我国奶糖市场格局特点二、2012年第一季度我国奶糖产品创新特点三、2012年第一季度我国奶糖市场服务特点四、2012年第一季度我国奶糖市场品牌特点第五章 我国奶糖市场调查分析第一节 2011年我国奶糖市场调查分析一、主要观点二、市场结构分析三、价格走势分析四、整体市场关注度五、品牌关

注度格局六、产品关注度调查七、厂商分析第二节 2012年1季度我国奶糖市场调查分析一、主要观点二、市场结构分析三、价格走势分析四、整体市场关注度五、品牌关注度格局六、产品关注度调查七、厂商分析第三节 2012年4月份中国奶糖市场调查分析一、主要观点二、市场结构分析三、价格走势分析四、整体市场关注度五、品牌关注度格局六、产品关注度调查七、厂商分析第四节 2012年5月份中国奶糖市场调查分析一、主要观点二、市场结构分析三、价格走势分析四、整体市场关注度五、品牌关注度格局六、产品关注度调查七、厂商分析第六章 奶糖行业经济运行分析第一节 2011-2012年奶糖产量分析一、2011年奶糖产量分析二、2012年1-5月奶糖产量分析第二节 2011-2012年奶糖行业主要经济指标分析一、销售收入前十家企业分析二、2011年奶糖行业主要经济指标分析三、2012年1-5月奶糖行业主要经济指标分析第三节 2011-2012年我国奶糖行业绩效分析一、2011-2012年行业产销情况二、2011-2012年行业规模情况三、2011-2012年行业盈利能力四、2011-2012年行业经营发展能力五、2011-2012年行业偿债能力分析第七章 我国奶糖行业进出口分析第一节 我国奶糖进口分析一、2011年进口总量分析二、2011年进口结构分析三、2011年进口区域分析第二节 我国奶糖出口分析一、2011年出口总量分析二、2011年出口结构分析三、2011年出口区域分析第三节 我国奶糖进出口预测一、2012年1季度进口分析二、2012年1季度出口分析三、2012年奶糖进口预测四、2012年奶糖出口预测第八章 奶糖区域市场情况分析第一节 华北地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析第二节 东北地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析第三节 华东地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析第四节 华南地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析第五节 中南地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析第六节 西南地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析第七节 西北地区一、2011-2012年行业发展现状分析二、2011-2012年市场需求情况分析三、2011-2012年市场规模情况分析四、2011-2012年行业竞争

格局分析五、2011-2012年消费者的偏好分析六、2012-2016年行业发展趋势分析 第九章 中国奶糖行业消费市场分析第一节 中国奶糖消费者收入分析一、中国人口、人民生活分析二、2011-2012年消费者收入水平三、2012年消费者信心指数分析第二节 奶糖行业产品目标客户群体调查一、不同收入水平消费者偏好调查二、不同年龄的消费者偏好调查三、不同地区的消费者偏好调查第三节 奶糖市场消费需求分析一、奶糖市场的消费需求变化二、奶糖行业的需求情况分析三、2012年奶糖品牌市场消费需求分析第四节 奶糖消费市场状况分析一、奶糖行业消费特点二、奶糖消费者分析三、奶糖消费结构分析四、奶糖消费的市场变化五、奶糖市场的消费方向第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析一、价格敏感程度二、品牌的影响三、购买方便的影响四、广告的影响程度五、包装的影响程度第六节 奶糖行业产品的品牌市场调查一、消费者对行业品牌认知度宏观调查二、消费者对行业产品的品牌偏好调查三、消费者对行业品牌的首要认知渠道四、消费者经常购买的品牌调查五、奶糖行业品牌忠诚度调查六、奶糖行业品牌市场占有率调查七、消费者的消费理念调研 第十章 奶糖行业竞争格局分析第一节 行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第二节 行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析第三节 中国奶糖行业竞争格局综述一、2011年奶糖行业集中度二、2011年奶糖行业竞争程度三、2011年奶糖企业与品牌数量四、2011年奶糖行业竞争格局分析第四节 2011-2012年奶糖行业竞争格局分析一、2011-2012年国内外奶糖竞争分析二、2011-2012年我国奶糖市场竞争分析三、2011-2012年我国奶糖市场集中度分析四、2012-2016年国内主要奶糖企业动向五、2012年国内奶糖拟在建项目分析 第十一章 奶糖企业竞争策略分析第一节 奶糖市场竞争策略分析一、2012年奶糖市场增长潜力分析二、2012年奶糖主要潜力品种分析三、现有奶糖产品竞争策略分析四、潜力奶糖品种竞争策略选择五、典型企业产品竞争策略分析第二节 奶糖企业竞争策略分析一、欧债危机对奶糖行业竞争格局的影响二、欧债危机后奶糖行业竞争格局的变化三、2012-2016年我国奶糖市场竞争趋势四、2012-2016年奶糖行业竞争格局展望五、2012-2016年奶糖行业竞争策略分析六、2012-2016年奶糖企业竞争策略分析 第十二章 主要奶糖品牌竞争分析第一节 大白兔一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第二节 金丝猴一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第三节 喔喔一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第四节 阿尔卑斯一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第五节 箭牌-真知棒一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第六节 徐福记一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第七节 雅客一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第八节 德芙

一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第九节 金冠一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略第十节 旺仔一、品牌概况二、竞争优势分析三、2011-2012年经营状况四、2012-2016年发展战略 第十三章 奶糖行业发展趋势分析第一节 我国奶糖行业前景与机遇分析一、我国奶糖行业发展前景二、我国奶糖发展机遇分析三、2012年奶糖的发展机遇分析四、欧债危机对奶糖行业的影响分析第二节 2012-2016年中国奶糖市场趋势分析一、2011-2012年奶糖市场趋势总结二、2012-2016年奶糖发展趋势分析三、2012-2016年奶糖市场发展空间四、2012-2016年奶糖产业政策趋向五、2012-2016年奶糖技术革新趋势六、2012-2016年奶糖价格走势分析七、2012-2016年国际环境对行业的影响 第十四章 未来奶糖行业发展预测第一节 未来奶糖需求与消费预测一、2012-2016年奶糖产品消费预测二、2012-2016年奶糖市场规模预测三、2012-2016年奶糖行业总产值预测四、2012-2016年奶糖行业销售收入预测五、2012-2016年奶糖行业总资产预测第二节 2012-2016年中国奶糖行业供需预测一、2011-2012年中国奶糖供给预测二、2012-2016年中国奶糖产量预测三、2012-2016年中国奶糖需求预测四、2012-2016年中国奶糖供需平衡预测五、2012-2016年中国奶糖产品价格预测六、2012-2016年主要奶糖产品进出口预测 第十五章 奶糖行业投资现状分析第一节 2011年奶糖行业投资情况分析一、2011年总体投资及结构二、2011年投资规模情况三、2011年投资增速情况四、2011年分行业投资分析五、2011年分地区投资分析六、2011年外商投资情况第二节 2012年1-5月奶糖行业投资情况分析一、2012年1-5月总体投资及结构二、2012年1-5月投资规模情况三、2012年1-5月投资增速情况四、2012年1-5月份行业投资分析五、2012年1-5月份地区投资分析六、2012年1-5月外商投资情况 第十六章 奶糖行业投资环境分析第一节 经济发展环境分析一、2011-2012年我国宏观经济运行情况二、2012-2016年我国宏观经济形势分析三、2012-2016年投资趋势及其影响预测第二节 政策法规环境分析一、2012年奶糖行业政策环境分析二、2012年国内宏观政策对其影响三、2012年行业产业政策对其影响第三节 技术发展环境分析一、国内奶糖技术现状二、2012年奶糖技术发展分析三、2012-2016年奶糖技术发展分析第四节 社会发展环境分析一、国内社会环境发展现状二、2012年社会环境发展分析三、2012-2016年社会环境对行业的影响分析 第十七章 奶糖行业投资机会与风险第一节 行业活力系数比较及分析一、2012年相关产业活力系数比较二、2007-2011行业活力系数分析第二节 行业投资收益率比较及分析一、2012年相关产业投资收益率比较二、2007-2011行业投资收益率分析第三节 奶糖行业投资效益分析一、2011-2012年奶糖行业投资状况分析二、2012-2016年奶糖行业投资效益分析三、2012-2016年奶糖行业投资趋势预测四、2012-2016年奶糖行业的投资方向五、2012-2016年奶糖行业投资的建议六、新进入者应注意的障碍因素分析第四节 影响奶糖行业发展的主要因素一、2012-2016年影响奶糖行业运行的有利因素分析二、2012-2016年影响奶糖行业运行的稳定因素分析三、2012-2016年影响

奶糖行业运行的不利因素分析四、2012-2016年我国奶糖行业发展面临的挑战分析五

、2012-2016年我国奶糖行业发展面临的机遇分析第五节 奶糖行业投资风险及控制策略分析一、2012-2016年奶糖行业市场风险及控制策略二、2012-2016年奶糖行业政策风险及控制策略三、2012-2016年奶糖行业经营风险及控制策略四、2012-2016年奶糖行业技术风险及控制策略五、2012-2016年奶糖行业同业竞争风险及控制策略六、2012-2016年奶糖行业其他风险及控制策略 第十八章 奶糖行业投资战略研究第一节 奶糖行业发展战略研究一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划第二节 对我国奶糖品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、奶糖实施品牌战略的意义三、奶糖企业品牌的现状分析四、我国奶糖企业的品牌战略五、奶糖品牌战略管理的策略第三节 奶糖经营策略分析一、奶糖市场细分策略二、奶糖市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、奶糖新产品差异化战略第四节 奶糖行业投资战略研究一、2012年糖果行业投资战略二、2012年奶糖行业投资战略三、2012-2016年奶糖行业投资战略四、2012-2016年细分行业投资战略 图表目录 图表：奶糖产业链分析 图表：国际奶糖市场规模 图表：国际奶糖生命周期 图表：2009-2011年中国奶糖行业市场规模 图表：2009-2011年全球奶糖产业市场规模 图表：2009-2011年奶糖重要数据指标比较 图表：2009-2011年中国奶糖行业销售情况分析 图表：2009-2011年中国奶糖行业利润情况分析 图表：2009-2011年中国奶糖行业资产情况分析 图表：2011-2012年中国奶糖发展能力分析 图表：2011-2012年中国奶糖竞争力分析 图表：2012-2016年中国奶糖产能预测 图表：2012-2016年中国奶糖消费量预测 图表：2012-2016年中国奶糖市场前景预测 图表：2012-2016年中国奶糖市场价格走势预测 图表：2012-2016年中国奶糖发展前景预测 图表：2011年1-12月奶糖产量全国合计 图表：2012年1-5月奶糖产量全国合计 图表：2011年1-12月糖果行业经济指标全国合计 图表：2012年1-5月糖果行业经济指标全国合计 图表：2011年1-12月奶糖进口数据 图表：2011年1季度奶糖进口数据 图表：2011年2季度奶糖进口数据 图表：2011年3季度奶糖进口数据 图表：2011年4季度奶糖进口数据 图表：2011年1-12月奶糖出口数据 图表：2011年1季度奶糖出口数据 图表：2011年2季度奶糖出口数据 图表：2011年3季度奶糖出口数据 图表：2011年4季度奶糖出口数据 图表：2012年1-5月奶糖进口数据 图表：2012年1季度奶糖进口数据 图表：2012年2季度奶糖进口数据 图表：2012年1-5月奶糖出口数据 图表：2012年1季度奶糖出口数据 图表：2012年2季度奶糖出口数据 图表：奶糖市场调查对象情况分析 图表：奶糖消费者消费习惯调查 图表：消费者对奶糖产品价格认同情况调查分析 图表：消费者购买渠道情况调查分析 图表：奶糖消费者品牌状况调查分析 图表：2011-2012年中国消费者奶糖品牌构成 图表：奶糖消费者性别比例 图表：奶糖消费者年龄分布 图表：奶糖消费者购买频率分析 图表：奶糖消费者购买奶糖的规格 图表：奶糖消费者购买奶糖消费金额 图表：消费者奶糖关注度调查分析 图表：影响消费者购买的因素调查分析略.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201209/88883.html>