

2013-2017年中国喜糖及包装市场现状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

《2013-2017年中国喜糖及包装市场现状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/baozhuang1304/L3161887B7.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】2013-04-19

【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《2013-2017年中国喜糖及包装市场现状分析及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国喜糖及包装业运行环境，接着分析了中国喜糖及包装业运行的现状，然后介绍了中国喜糖及包装市场竞争新格局。随后，报告对中国喜糖及包装做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国喜糖及包装产业前景与投资预测。您若想对喜糖及包装产业有个系统的了解或者想投资喜糖及包装行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国喜糖及包装市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

在国内糖果市场上，已经有几家喜糖生产企业在市场上胜出，赢得了消费者的赞誉，但由于厂家数量较少，产量较低，难以满足庞大的婚庆市场的需求。但他们精心打造喜糖品牌的理念，在包装设计上的重视，个性化营销的模式，很值得更多糖果生产厂家借鉴。业内企业无论大小，不妨把喜糖作为经营中的一个突破口，大胆运作，在糖果业细分的市场中打造出成功的喜糖品牌，使之突破季节性的限制在市场上辟出一块立足之地。

第一章 2012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年中国宏观经济发展预测分析 11

第二节 2012年中国喜糖及包装社会环境分析 12

一、人民生活水平提高 12

二、居民消费观念 14

三、独生子女家庭比例增多 15

第三节 2012年中国喜糖及包装政策环境分析 16

一、《关于糖果制品等13类食品须持证生产的公告》 16

二、《食品生产加工企业质量安全监督管理实施细则（试行）》 20

三、中国出口退税政策 39

第二章 2012年中国喜糖及包装业运行态势分析 40

第一节 2012年中国喜糖及包装产业运行总况 40

- 一、喜糖厂家数量少，产量较低 40
- 二、多数企业都是将喜糖作为一个附属品种来对待 40
- 三、中高档品牌的喜糖主要是进口的巧克力 40
- 四、顶级喜糖由著名酒店的甜品厨师亲自制作 41
- 五、消费频率低，但消费额大 41
- 六、喜糖市场规模足以支撑糖果企业生产量的半壁江山 42

第二节 2012年中国喜糖及包装业热点问题探讨 43

- 一、包装设计上多是千篇一律 43
- 二、缺少能够传承中华民族婚庆风俗的喜糖品牌 44

第三节 2012年中国喜糖及包装市场规模分析 45

- 一、总量规模 45
- 二、增长速度 45
- 三、各季度市场情况 45

第三章 2010-2012年中国喜糖制造行业数据监测分析 46

第一节 2010-2012年中国喜糖制造行业总体数据分析 46

- 一、2010年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 46
- 二、2011年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 48
- 三、2012年中国喜糖制造行业全部企业数据分析 49

第二节 2010-2012年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 51

- 一、2010年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 51
- 二、2011年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 52
- 三、2012年中国喜糖制造行业不同规模企业数据分析 52

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 53

- 一、2010年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 53
- 二、2011年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 53
- 三、2012年中国喜糖制造行业不同所有制企业数据分析 54

第四章 近几年中国喜糖及包装市场数据监测 55

第一节 2010-2012年中国糖果产量统计分析 55

- 一、2010-2011年全国糖果产量分析 55

- 二、2012年全国及主要省份糖果产量分析 55
- 三、2012年糖果产量集中度分析 56
- 第二节 2012年中国喜糖及包装市场需求状况分析 56
 - 一、2012年中国喜糖需求量分析 56
 - 二、2012年中国喜糖主要省市需求量分析 57
- 第三节 2012年中国喜糖及包装市场进出口状况分析 58
 - 一、进口糖果市场占有率分析 58
 - 二、进口糖果占喜糖市场的份额分析 58

第五章 2012年中国喜糖及包装市场深度调研分析 59

- 第一节 2012年中国喜糖及包装市场消费者心理分析 59
 - 一、新时期消费者求新、求异、追逐时尚潮流的消费需求 59
 - 二、注重喜糖品牌化和包装个性化 60
- 第二节 2012年中国喜糖及包装市场消费群体及特点分析 61
 - 一、高档消费群体 61
 - 二、中档消费群体 61
 - 三、底层消费群体 62
- 第三节 2012年中国喜糖及包装种类及市场态势分析 62
 - 一、普通类（传统的散装喜糖） 62
 - 二、礼品类 62
 - 三、文化类 63
 - 四、个性类 63
- 第四节 2012年中国喜糖及包装市场包装材料调查分析 63
 - 一、金卡纸 64
 - 二、高档铜版纸 64
 - 三、薄型的硬板纸 65
 - 四、绸缎 65
 - 五、塑料 67
 - 六、丝带和细木板 67
- 第五节 2012年中国喜糖的包装造型调查分析 67
 - 一、宫灯型 67
 - 二、花篮型 67

- 三、花轿型 68
- 四、包袋型 68
- 五、钱袋型 68
- 六、鸡心型 69
- 七、组合包装 69

第六章 2012年中国喜糖及包装市场营销策略分析 70

第一节 2012年中国喜糖及包装市场营销模式分析 70

- 一、定点上门推销 70
- 二、与婚纱店或影楼店合作营销 70
- 三、与接待婚宴酒店共同推出个性化服务 71

第二节 2012年中国喜糖及包装市场渠道推广方式分析 71

- 一、大卖场的糖果专柜 71
- 二、互联网定制营销 72

第三节 2012年中国喜糖及包装市场销售策略分析 72

- 一、分销联合的形式 72
- 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 75
- 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 76
- 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 77
- 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 78

第七章 2012年中国喜糖及包装市场竞争新格局透析 79

第一节 2012年中国喜糖及包装市场竞争总况 79

- 一、喜糖市场竞争所处阶段 79
- 二、个性喜糖巧包装竞争力分析 79

第二节 2012年中国喜糖及包装市场竞争力评价 80

- 一、产品竞争力分析 80
- 二、价格竞争力分析 81
- 三、渠道竞争力分析 81
- 四、销售竞争力分析 82
- 五、服务竞争力分析 82
- 六、品牌竞争力分析 82

第三节 2012年中国喜糖及包装市场区域竞争格局分析 83

一、华北地区 83

二、东北地区 84

三、华东地区 85

四、华中地区 86

五、西南地区 86

六、西北地区 87

七、华南地区 88

第四节 2013-2017年中国喜糖及包装业竞争趋势分析 89

第八章 2012年中国喜糖及包装重点企业运营态势分析 90

第一节 江苏今世缘糖果食品有限公司 90

一、企业概况 90

二、企业主要经济指标分析 90

三、企业盈利能力分析 91

四、企业偿债能力分析 91

五、企业运营能力分析 92

六、企业成长能力分析 92

第二节 东莞徐记食品有限公司 92

一、企业概况 92

二、企业主要经济指标分析 92

三、企业盈利能力分析 93

四、企业偿债能力分析 93

五、企业运营能力分析 94

六、企业成长能力分析 94

第三节 爱芬食品(北京)有限公司 95

一、企业概况 95

二、企业主要经济指标分析 95

三、企业盈利能力分析 96

四、企业偿债能力分析 96

五、企业运营能力分析 97

六、企业成长能力分析 97

第四节 上海冠生园食品有限公司 98

- 一、企业概况 98
- 二、企业主要经济指标分析 98
- 三、企业盈利能力分析 99
- 四、企业偿债能力分析 99
- 五、企业运营能力分析 100
- 六、企业成长能力分析 100

第五节 福建金冠食品有限公司 100

- 一、企业概况 100
- 二、企业主要经济指标分析 100
- 三、企业盈利能力分析 101
- 四、企业偿债能力分析 101
- 五、企业运营能力分析 102
- 六、企业成长能力分析 102

第六节 福建雅客食品有限公司 102

- 一、企业概况 102
- 二、企业主要经济指标分析 103
- 三、企业盈利能力分析 103
- 四、企业偿债能力分析 104
- 五、企业运营能力分析 104
- 六、企业成长能力分析 104

第七节 湖北旺旺食品有限公司 105

- 一、企业概况 105
- 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

第八节 沈阳金丝猴食品有限公司 108

- 一、企业概况 108
- 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 120

六、企业成长能力分析 120

第九节 北京嘟嘟食品有限公司 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 121

三、企业盈利能力分析 122

四、企业偿债能力分析 122

五、企业运营能力分析 123

六、企业成长能力分析 123

第九章 2012年中国喜糖及包装相关产业运行探析 124

第一节 2012年中国喜糖包装业运行分析 124

一、中国喜糖包装现状 124

二、中国喜糖包装设计 124

三、中国喜糖包装材料细分市场运行分析 125

1、纸 125

2、塑料 125

四、我国糖果包装产业向多元化方向迈进 126

第二节 2012年中国糖果行业发展态势分析 127

一、糖果巧克力行业呈现多元化发展态势 127

二、糖果业步入调整时期 128

三、生态糖果、健康糖果受青睐 128

四、近三年中国糖果经济数据分析 129

五、中国糖果业前景预测分析 129

第三节 2012年中国婚庆产业运行分析 130

一、婚庆经济呈现三大突出特点 130

二、经济实惠成为婚庆市场主题 131

三、婚庆消费涌现涨价潮 132

四、中国婚庆产业增长前景看好 133

第十章 2013-2017年中国喜糖及包装产业前景展望与趋势预测分析 135

第一节 2013-2017年中国喜糖及包装业前景预测分析	135
一、糖果经营开始由单一走向复合	135
二、塑造中低档市场专用品牌是中小企业的机遇	135
三、个性化定制喜糖的方式将是未来喜糖市场的发展方向	135
第二节 2013-2017年中国喜糖及包装市场运行态势预测分析	136
一、中国喜糖市场产量预测分析	136
二、中国喜糖消费情况预测分析	136
三、喜糖价格预测分析	137
第三节 2013-2017年中国喜糖及包装市场盈利预测分析	137

第十一章 2013-2017年中国喜糖及包装产业投资战略研究 138

第一节 2013-2017年中国喜糖及包装行业投资概况	138
一、喜糖及包装行业投资特性	138
二、喜糖及包装投资价值研究	138
三、喜糖及包装投资环境利好	138
第二节 2013-2017年中国喜糖及包装投资机会分析	140
一、喜糖及包装产业投资吸引力分析	140
二、喜糖及包装区域投资潜力分析	141
三、与产业链相关的投资机会分析	141
第三节 2013-2017年中国喜糖及包装投资风险及防范	142
一、技术风险分析	142
二、金融风险分析	142
三、政策风险分析	143
四、竞争风险分析	143
第四节 博思数据投资建议	144

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baozhuang1304/L3161887B7.html>