

# 2017-2022年中国口香糖商 超行业市场运营状况分析研究及发展趋势预测咨询报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2017-2022年中国口香糖商超行业市场运营状况分析研究及发展趋势预测咨询报告》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/report/943827LOUN.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】2016-12-13

【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《2017-2022年中国口香糖商超行业市场运营状况分析研究及发展趋势预测咨询报告》介绍了口香糖商超行业相关概述、中国口香糖商超产业运行环境、分析了中国口香糖商超行业的现状、中国口香糖商超行业竞争格局、对中国口香糖商超行业做了重点企业经营状况分析及中国口香糖商超产业发展前景与投资预测。您若想对口香糖商超产业有个系统的了解或者想投资口香糖商超行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

|             |                              |    |                           |    |
|-------------|------------------------------|----|---------------------------|----|
| 第一部分 行业发展现状 | 第一章 口香糖商超行业发展综述              | 1  | 第一节 口香糖商超行业定义及分类          | 1  |
|             | 一、行业定义                       | 1  | 二、行业主要分类                  | 2  |
|             | 第二节 口香糖商超行业特征分析              | 3  | 一、产业链分析                   | 3  |
|             | 二、口香糖商超行业在国民经济中的地位           | 3  | 三、口香糖商超行业生命周期分析           | 3  |
|             | 第三节 最近3-5年中国口香糖商超行业经济指标分析    | 4  | 一、赢利性                     | 4  |
|             | 二、成长速度                       | 4  | 三、附加值的提升空间                | 4  |
|             | 四、进入壁垒 / 退出机制                | 4  | 五、风险性                     | 4  |
|             | 六、行业周期                       | 4  | 七、竞争激烈程度指标                | 5  |
|             | 第二章 我国口香糖商超行业运行分析            | 6  | 第一节 我国口香糖商超行业发展状况分析       | 6  |
|             | 一、我国口香糖商超行业发展阶段              | 6  | 二、我国口香糖商超行业发展总体概况         | 6  |
|             | 三、我国口香糖商超行业发展特点分析            | 7  | 四、我国口香糖商超行业商业模式分析         | 8  |
|             | 第二节 2014-2016年口香糖商超行业发展现状    | 9  | 一、2014-2016年我国口香糖商超行业市场规模 | 9  |
|             | 二、2014-2016年我国口香糖商超行业发展分析    | 9  | 三、2014-2016年中国口香糖商超企业发展分析 | 9  |
|             | 第三节 区域市场调研                   | 9  | 一、区域市场分布总体情况              | 9  |
|             | 二、2014-2016年重点省市市场调研         | 10 | 第四节 口香糖商超细分市场调研           | 10 |
|             | 一、细分市场特色                     | 10 | 二、2014-2016年细分市场          | 10 |
|             | 三、重点细分市场趋势分析                 | 11 | 第三章 我国口香糖商超行业供求分析         | 12 |
|             | 第一节 国内市场需求分析                 | 12 | 一、需求规模                    | 12 |
|             | 二、需求结构                       | 12 | 三、区域市场                    | 12 |
|             | 第二节 国内市场供给分析                 | 13 | 一、供给规模                    | 13 |
|             | 二、供给结构                       | 14 | 三、区域分布                    | 14 |
|             | 第四章 口香糖商超行业产业结构分析            | 15 | 第一节 口香糖商超产业结构分析           | 15 |
|             | 一、市场细分充分程度分析                 | 15 | 二、各细分市场领先企业排名             | 15 |
|             | 三、各细分市场占总市场的结构比例             | 20 | 四、领先企业的结构分析（所有制结构）        | 21 |
|             | 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 | 21 | 一、产业价值链的构成                | 21 |
|             | 二、产业链条的竞争优势与劣势分析             | 21 | 第三节 产业结构发展预测              | 22 |
|             | 一、产业结构调整中消费者需求的引导因素          | 22 | 二、中国口香糖商超行业参与国际竞争的战略市场定位  | 22 |
|             | 三                            |    |                           |    |

|                                |                                 |                     |
|--------------------------------|---------------------------------|---------------------|
| 、产业结构调整方向分析 22                 | 第五章 我国口香糖商超行业产业链分析 23           | 第一节                 |
| 口香糖商超行业产业链分析 23                | 一、产业链结构分析 23                    | 二、主要环节的增值空间 23      |
| 第二节 口香糖商超上游行业调研 23             | 一、口香糖商超成本构成 23                  |                     |
| 二、2014-2016年上游行业发展现状 23        | 三、上游行业对口香糖商超行业的影响 26            |                     |
| 第三节 口香糖商超下游行业调研 27             | 一、口香糖商超下游行业分布 27                | 二                   |
| 、2014-2016年下游行业发展现状 27         | 三、2017-2022年下游行业发展趋势 31         | 四                   |
| 、下游需求对口香糖商超行业的影响 33            | 第二部分 行业深度透析第六章 我国口香糖            |                     |
| 商超行业竞争形势及策略 34                 | 第一节 行业总体市场竞争状况分析 34             | 一、口香糖商              |
| 超行业竞争结构分析 34                   | 1、潜在进入者分析 34                    | 2、替代品威胁分析 34        |
| 3、供应商议价能力 34                   | 4、客户议价能力 34                     | 5、竞争结构特点总结 34       |
| 二、口香糖商超行业企业间竞争格局分析 35          | 三、口香糖商超行业集中度分析 35               |                     |
| 四、口香糖商超行业SWOT分析 35             | 第二节 中国口香糖商超行业竞争格局综述 40          |                     |
| 一、口香糖商超行业竞争概况 40               | 二、中国口香糖商超行业竞争力分析 40             |                     |
| 1、我国口香糖商超行业竞争力剖析 40            | 2、我国口香糖商超企业市场竞争的优               |                     |
| 势 40                           | 3、国内口香糖商超企业竞争能力提升途径 40          | 三、口香糖商超市场竞          |
| 争策略分析 41                       | 第七章 口香糖商超行业领先企业经营形势分析 44        | 第一节 玛氏 (            |
| 亿滋中国) 44                       | 一、企业概况 44                       | 二、2014-2016年经营状况 54 |
| 二、2014-2016年经营状况 54            | 一、企业概况 54                       | 二、2014-2016年经营状况 60 |
| 第三节 浙江华康药                      | 业股份有限公司 61                      | 一、企业概况 61           |
| 二、2014-2016年经营状况 62            | 第四节                             |                     |
| 福建雅客食品有限公司 62                  | 一、企业概况 62                       | 二、2014-2016年经营状况 63 |
| 第五节 山东龙力生物科技股份有限公司 63          | 一、企业概况 63                       | 二、2014-2016年        |
| 经营状况 67                        | 第六节 福建久久王食品工业有限公司 68            | 一、企业概况 68           |
| 二、2014-2016年经营状况 71            | 第三部分 行业前景分析第八章 2017-2022年口香糖商超行 |                     |
| 业行业前景调研 72                     | 第一节 2017-2022年口香糖商超市场趋势预测 72    | 一、2017-2022         |
| 年口香糖商超市场发展潜力 72                | 二、2017-2022年口香糖商超市场趋势预测展望 74    |                     |
| 三、2017-2022年口香糖商超细分行业趋势预测分析 75 | 第二节 2017-2022年口香糖商超             |                     |
| 市场发展趋势预测 76                    | 一、2017-2022年口香糖商超行业发展趋势 76      | 二                   |
| 、2017-2022年口香糖商超市场规模预测 78      | 第三节 2017-2022年中国口香糖商超行业供需预      |                     |
| 测 78                           | 一、2017-2022年中国口香糖商超行业供给预测 78    | 二、2017-2022年中国      |
| 口香糖商超行业需求预测 79                 | 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势 79           | 一、市场                |
| 整合成长趋势 79                      | 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 79            | 三、企业区域市             |
| 场拓展的趋势 80                      | 第九章 2017-2022年口香糖商超行业投资环境分析 81  | 第一节 口               |

|                                   |                                     |                               |
|-----------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|
| 香糖商超行业政治法律环境分析 81                 | 一、行业管理体制分析 81                       | 二、行业主要法律法规 96                 |
| 三、行业相关发展规划 96                     | 第二节 口香糖商超行业经济环境分析 101               |                               |
| 一、国际宏观经济形势分析 101                  | 二、国内宏观经济形势分析 104                    | 三、产业宏观经济环境分析 107              |
| 第三节 口香糖商超行业社会环境分析 113             | 一、口香糖商超产业社会环境 113                   | 二、社会环境对行业的影响 114              |
| 第十章 2017-2022年口香糖商超行业投资机会与风险 119  | 第一节 口香糖商超行业投融资情况 119                | 一、行业资金渠道分析 119                |
| 二、固定资产投资分析 119                    | 三、兼并重组情况分析 119                      | 第二节 2017-2022年口香糖商超行业投资机会 120 |
| 一、产业链投资机会 120                     | 二、细分市场投资机会 121                      | 三、重点区域投资机会 127                |
| 第三节 2017-2022年口香糖商超行业投资前景及防范 128  | 一、政策风险及防范 128                       | 二、技术风险及防范 130                 |
| 三、供求风险及防范 133                     | 四、宏观经济波动风险及防范 135                   | 五、环境保护风险 139                  |
| 六、企业风险及防范 140                     | 七、其他风险及防范 144                       | 第十一章 口香糖商超行业投资规划建议研究 152      |
| 第一节 口香糖商超行业投资前景研究 152             | 一、战略综合规划 152                        | 二、技术开发战略 154                  |
| 三、业务组合战略 157                      | 四、区域战略规划 159                        | 五、产业战略规划 168                  |
| 六、竞争战略规划 168                      | 七、企业信息化战略规划 170                     | 第二节 对我国口香糖商超品牌的战略思考 171       |
| 一、口香糖商超企业品牌的重要性 171               | 二、口香糖商超实施品牌战略的意义 173                | 三、我国口香糖商超企业的品牌战略 173          |
| 四、口香糖商超品牌战略管理的策略 175              | 第三节 口香糖商超经营策略分析 178                 | 一、口香糖商超市场细分策略 178             |
| 二、口香糖商超市场创新策略 179                 | 三、品牌定位与品类规划 179                     | 第四节 口香糖商超行业投资规划建议研究 180       |
| 一、2017-2022年口香糖商超行业投资规划建议 180     | 二、2017-2022年细分行业投资规划建议 180          | 第十二章 研究结论及投资建议 185            |
| 第一节 口香糖商超行业研究结论 185               | 第二节 口香糖商超行业投资价值评估 185               | 第三节 口香糖商超行业投资建议 185           |
| 图表目录                              | 图表：口香糖商超行业生命周期 3                    | 图表：2013-2016年我国口香糖商超行业市场规模 9  |
| 图表：2013-2016年我国口香糖商超行业地区连锁超市规模 10 | 图表：2017-2022年我国口香糖商超行业地区连锁超市规模预测 11 | 图表：2014-2016年商超市场行业需求规模 12    |
| 图表：2014-2016年商超市场行业供给规模 13        | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 16            | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 16      |
| 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 16          | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 17            | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 17      |
| 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 17          | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 17            | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 18      |
| 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 18          | 图表：2016年中国重点百货商场销售额排名 18            | 图表：2016年中国连锁超市最新排行 18         |
| 图表：2016年中国连锁超市最新排行 19             | 图表：2016年中国                          |                               |

连锁超市最新排行 19图表：2016年中国连锁超市最新排行 19图表：2016年中国连锁超市最新排行 20图表：2016年口香糖商超各细分市场占总市场的结构比例 20图表：2016年口香糖商超领先企业所有制结构分析 21图表：糖价处于稳定波动或向上的趋势当中 24图表：世界食糖总消费量和人均食糖消费量增长缓慢 24图表：全球高倍甜味剂市场以三氯蔗糖、糖精和阿斯巴甜为主 25图表：高倍甜味剂占有美国甜味剂用量的20% 25图表：美国三种主要甜味剂比例关系 25图表：2014-2016年中国主要零售商超市场占有率情况 35图表：2013-2016年龙力生物财务能力分析 67图表：2013-2016年龙力生物成长能力分析 67图表：2013-2016年龙力生物获利能力情况 68图表：2013-2016年龙力生物运营能力分析 68图表：2013-2016年龙力生物财务风险分析 68图表：2009-2016年社会消费品零售总额及其增长速度 72图表：2014-2016年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度 74图表：2014-2016年我国农村居民人均收入实际增长速度 74图表：2017-2022年口香糖商超市场规模预测 78图表：2017-2022年中国口香糖商超行业供给预测 78图表：2017-2022年中国口香糖商超行业需求预测 79图表：2006-2016年公共财政收入及其增长速度 107图表：2016年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 111略.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/943827LOUN.html>