

2017-2023年中国口香糖商 超市场竞争形势分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国口香糖商超市场竞争形势分析与投资战略研究报告》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.chinairr.org/report/R07/R0704/201710/09-240209.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

口香糖是以天然树胶或甘油树脂为胶体的基础，加入糖浆、薄荷、甜味剂等调和压制而成的一种供人们放入口中嚼咬的糖。是很受世界人民喜爱的一种糖类。既可吃又可玩，深受儿童和青年人喜爱。同时也成为大部分年轻人的扮酷、时尚的新宠。在提升口腔健康的同时，通过咀嚼口香糖带来的面部肌肉运动，在认知学领域也具有多重功效。

中国产业研究报告网发布的《2017-2023年中国口香糖商超市场竞争形势分析与投资战略研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

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 区域市场分析 9

一、区域市场分布总体情况 9

二、2014-2016年重点省市市场分析 10

第四节 口香糖商超细分市场分析 10

一、细分市场特色 10

二、2014-2016年细分市场规模及增速 10

三、重点细分市场前景预测 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分析 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分析 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、2017-2023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、	经营状况	54
第二节	卡夫	54
一、	企业概况	54
二、	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、	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、	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、	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、经营状况 71

第三部分 行业前景分析

第八章 2017-2023年口香糖商超行业投资前景 72

第一节 2017-2023年口香糖商超市场发展前景 72

一、2017-2023年口香糖商超市场发展潜力 72

二、2017-2023年口香糖商超市场发展前景展望 74

三、2017-2023年口香糖商超细分行业发展前景分析 75

第二节 2017-2023年口香糖商超市场发展趋势预测 76

一、2017-2023年口香糖商超行业发展趋势 76

二、2017-2023年口香糖商超市场规模预测 78

第三节 2017-2023年中国口香糖商超行业供需预测 78

一、2017-2023年中国口香糖商超行业供给预测 78

二、2017-2023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 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023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 2017-2023年口香糖商超行业投资风险及防范 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战略研究 152

第一节 口香糖商超行业发展战略研究 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战略研究	180
一、2017-2023年口香糖商超行业投资战略	180
二、2017-2023年细分行业投资战略	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：2017-2023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	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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201710/09-240209.html>