

## 中国软糖行业市场发展分析及供需预测研究报告(2024-2029版)

## 报告简介

软糖是一种柔软、有弹性和韧性的糖果，以明胶、糖浆等原料为主，经多个工序操作，构成具有不同形状、质构和香味的，精美而耐保藏的固体糖果，具有弹性和咀嚼感。

普通型糖果行业是中国最传统的行业之一。但是我国的普通型糖果制造工艺流程落后，产品科技含量极低，产品品质不高，单包价格及附加值都极低，包装还是以扭式包装为主，枕式包装的产品较少。随着消费者生活水平的大幅度提高，跨国糖果大公司对中国市场高端糖果市场的进一步渗透及引导，还有以雅客为代表的内资糖果企业也针对糖果市场向高端市场发展的趋势成功推出了科技含量较高的糖果产品，糖果市场的产品格局正逐渐被改变。

近年来，随着糖果行业的发展规模逐渐扩大，软糖的制作工艺更加精良，品种口味也呈现了多元化趋势，使得软糖行业在整个糖果行业中越来越有竞争力，整体市场规模也呈现逐年增长的趋势。根据相关数据，2018年软糖行业市场规模约为209.58亿元，到了2020年，市场规模已经达到247.54亿元，同比增长8.68%。

有关数据表明，中国糖果市场整体销量增长速度一般。无论是迈德乐、悠哈味觉糖等外资品牌，还是百草味、马大姐等内资巨头，如何去对接新生代核心的诉求和需求，成为糖果行业亟须解决的一个难题。随着社会经济发展和人民生活水平提高，消费者对软糖需求呈现出多样化趋势，普通凝胶软糖或是牛奶软糖在一定程度上已难以满足特定消费者对营养、健康的需求，具有营养、保健、美味的功能软糖或低糖软糖产品将呈现出巨大市场空间。不少城市家庭已完成消费升级，越来越多消费者倾向于选购品牌软糖或是更健康的营养软糖。未来高端软糖的规模将逐步发展扩大，但在一段时间内，平价软糖依旧会是市场主流。

中国软糖产业在今后的10-

15年内仍然大有“甜头”。因为中国尚需大量国产软糖品牌来填补中国市场的空白。但是，在未来的10年中，软糖产业也将会面临激烈的竞争。所以，中国软糖厂商在今后要更加注重市场的细分，了解消费者需求，大大发扬创新精神。这样，才会在软糖产业中占据有利地位。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国软糖市场进行了分析研究。报告在总结中国软糖发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国软糖的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为软糖企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

## 报告目录

## 第一章 中国软糖行业发展概述

## 第一节 软糖行业发展情况

## 第二节 最近3-5年中国软糖行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、当前行业发展所属周期阶段的判断

## 第三节 关联产业发展分析

## 第二章 中国软糖行业的国际比较分析

### 第一节 中国软糖行业竞争力指标分析

### 第二节 中国软糖行业经济指标国际比较分析

### 第三节 全球软糖行业市场需求分析

一、市场规模现状

二、需求结构分析

三、市场前景展望

### 第四节 全球软糖行业市场供给分析

一、市场价格走势

二、重点企业分布

## 第三章 中国软糖行业整体运行指标分析

### 第一节 中国软糖行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业规模分析

## 第二节 中国软糖行业产销分析

### 一、行业情况总体分析

### 二、行业销售收入总体分析

## 第三节 中国软糖行业财务指标总体分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第四章 软糖产业链的分析

### 第一节 行业集中度

### 第二节 主要环节的增值空间

### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素

### 第四节 上下游行业影响及趋势分析

## 第五章 区域市场情况深度研究

### 第一节 长三角区域市场情况分析

### 第二节 珠三角区域市场情况分析

### 第三节 环渤海区域市场情况分析

### 第四节 软糖行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

#### 一、华北大区市场分析

#### 二、华中大区市场分析

#### 三、华南大区市场分析

#### 四、华东大区市场分析

#### 五、东北大区市场分析

#### 六、西南大区市场分析

## 七、西北大区市场分析

### 第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析

## 第六章 2024-2029年需求预测分析

### 第一节 软糖行业领域2024-2029年需求量预测

### 第二节 2024-2029年软糖行业领域需求功能预测

### 第三节 2024-2029年软糖行业领域需求市场格局预测

## 第七章 主要企业的排名与产业结构分析

### 第一节 行业企业排名分析

### 第二节 产业结构分析

#### 一、市场细分充分程度的分析

#### 二、各细分市场领先企业排名

#### 三、各细分市场占总市场的结构比例

#### 四、领先企业的结构分析(所有制结构)

### 第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 一、产业价值链的构成

#### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

### 第四节 产业结构发展预测

#### 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策)

#### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 三、中国软糖行业参与国际竞争的战略市场定位

## 第八章 前十大领先企业分析

### 第一节 上海冠生园食品有限公司

#### 一、主营业务及经营状况

#### 二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

## 第二节 不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

## 第三节 悠哈味觉糖食品(上海)有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

## 第四节 雀巢(中国)有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

## 第五节 上海金丝猴食品股份有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第六节 上海旺旺集团有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第七节 东莞徐记食品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第八节 不二家(杭州)食品有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九节 上好佳(中国)有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第十节 深圳金多多食品营销有限公司

一、主营业务及经营状况

二、历年销售规模、利润指标

三、主要市场定位

四、主要优势与主要劣势

五、市场拓展战略与手段分析

第九章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、软糖行业需求市场

二、软糖行业客户结构

三、软糖行业需求的地区差异

第二节 供给分析

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、软糖行业的需求预测

二、软糖行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四节 市场价格走势分析

图表目录

图表：企业核心竞争力模型

图表：2019-2023年全球软糖市场规模(单位：亿元)

图表：软糖产品食用场景分析

图表：软糖消费人群年龄分布

图表：全球软糖价格区间分布(单位：美元，%)

图表：全球糖果重点企业分布图(单位：%)

图表：我国糖果制造行业企业数量分类及占比(单位：家，%)

图表：中国软糖企业集中度分析(单位：%)

图表：2019-2023年中国软糖行业市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年中国软糖行业销售收入规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年软糖行业盈利能力指标

图表：2019-2023年软糖行业偿债能力指标

图表：2019-2023年软糖行业营运能力指标

图表：我国长江三角洲区域规划图

图表：我国珠江三角洲区域规划图

图表：我国环渤海区域规划图

图表：2019-2023年华北地区市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年华中地区市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年华南地区市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年华东地区市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年东北地区市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年西南地区市场规模(单位：亿元)

图表：2019-2023年西北地区市场规模(单位：亿元)

图表：软糖各细分市场占总市场的结构比例(单位：%)

图表：不凡帝范梅勒2003-2016年净销售额(单位：百万欧元)

图表：悠哈味觉糖明星产品——酷露露果汁软糖



图表：雀巢集团2019-2023年业绩指标

图表：上好佳分地区市场及分产品种类经营情况

图表：上好佳不同销售渠道经营情况

图表：软糖行业客户结构分析

图表：2019-2023年我国软糖产量(单位：万吨)

图表：2024-2029年我国软糖产量预测(单位：万吨)

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20210514/210641.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)