

中国红糖产品市场现状规模与竞争前景分析报告2024-2029年

产品名称	中国红糖产品市场现状规模与竞争前景分析报告 2024-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国红糖产品市场现状规模与竞争前景分析报告2024-2029年【报告编号】：409565【出版时间】：2023年9月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第一章 红糖行业概况 10第一节 红糖定义及相关概述 10一、产品定义与分类 10（一）产品定义
10（二）产品分类 10二、非分蜜糖 10第二节 红糖营养成分 11第三节 红糖的保健作用
13一、对糖尿病和高血压等的作用 13二、抗毒性、抗氧化、细胞保护 13三、防龋齿 13四、抗癌性
13第四节 红糖产品产业链分析 14一、红糖产业链结构 14二、红糖产业链上游分析 14（一）甘蔗种植面积
14（二）甘蔗产量分析 15（三）甘蔗价格走势 15三、红糖产业链下游分析 16（一）烘焙制品制造业分析
16（二）糖果巧克力制造分析 17（三）饮料制造发展分析 18（四）化妆品制造发展分析
20（五）女性消费市场情况 21（六）老年人消费市场情况 21第二章 红糖产品行业政策环境分析 23第一节
红糖产品行业在国民经济中的地位 23第二节 当前产业政策 23一、《制糖行业“十四五”发展规划》
23二、《全国农业和农村经济发展第十四个五年规划》 24三、《农业科技发展“十四五”规划》
26四、食品安全相关法规和政策 28（一）《国务院关于加强食品安全工作的决定》
28（二）《食品中农药最大残留限量》国标出台 29（三）《中华人民共和国食品安全法》 29第三节
红糖产品行业贸易环境分析 35第三章 2023年红糖产品行业生产调查 37第一节
2021-2023年中国红糖产品行业供给情况 37一、中国红糖产品产量统计 37二、主要红糖生产企业产量
37第二节 2021-2023年中国红糖产品行业需求情况 38一、中国红糖产品需求量 38二、红糖产品价格情况
38三、红糖产品市场规模 39第四章 中国红糖产品市场竞争格局 40第一节 红糖市场竞争现状 40第二节
中国红糖品牌竞争格局 41第三节 企业市场集中度分析 41第四节 主要竞争参与者市场动向 42第五章
红糖产品消费者调查 43第一节 调研说明 43第二节 消费者特征分析 43一、消费者性别结构
43二、消费者年龄分布 43三、消费者收入状况 44四、消费者职业特征 44第三节 消费者红糖产品购买特征
45一、产品购买动因 45二、产品购买频率 45三、产品购买渠道 46四、产品单次购买量 46第四节
消费者产品关注因素 47一、品牌关注度 47二、产品包装形式 47三、产品价格特征 48四、产品功效关注
48第五节 消费者媒体接触习惯 49一、信息获取途径 49二、红糖产品信息获取 50三、最信赖的媒体
50第六节 不同类型消费者对红糖产品的偏好分析 51第六章 2021-2023年中国红糖进出口分析 52第一节

2021-2023年红糖进口情况分析 52一、红糖进口数量情况 52二、红糖进口金额分析
52三、红糖进口来源分析 53四、红糖进口价格分析 53第二节 2021-2023年红糖出口情况分析
54一、红糖出口数量情况 54二、红糖出口金额分析 54三、红糖出口流向分析 55四、红糖出口价格分析
56第七章 中国红糖产品市场营销渠道分析 57第一节 红糖产品主要营销模式及典型代表分析
57一、网络营销 57（一）营销模式特点 57（二）网络销售企业案例 571、甘汁园网络销售情况
582、亿龙源网络销售情况 583、古松网络销售情况 594、美丽磨坊网络销售情况
595、云之堂网络销售情况 59二、代理商销售 60（一）营销模式特点 60（二）代理商销售企业案例
60三、其他模式 61（一）changjiazhixiao模式 61（二）平台销售模式 61第二节 营销渠道策略系统化设计
62一、营销渠道体系构建原则 62二、营销渠道体系结构设计 63三、经销商评估及建立标准
64四、渠道价格体系返利政策 64五、营销渠道体系运作流程 65六、营销渠道系统宣传推广
66七、营销渠道反馈支持服务 66第八章 中国红糖行业优势企业竞争力分析 68第一节
南京甘汁园糖业有限公司 68一、企业基本情况介绍 68二、企业红糖产品分析 68三、企业经营情况分析
69四、企业品牌实力分析 69五、企业营销网络分析 70六、企业竞争优势分析 71第二节
上海浦仕联食品有限公司 72一、企业基本情况介绍 72二、企业红糖产品分析 72三、企业主要技术分析
73四、企业品牌实力分析 74五、企业营销网络分析 74六、企业竞争优势分析 74第三节
上海怡神保健食品有限公司 75一、企业基本情况介绍 75二、企业红糖产品分析 75三、企业最新研发产品
75四、企业品牌实力分析 76五、企业营销网络分析 76六、企业竞争优势分析 77第四节
浙江洪太生物工程有限公司 78一、企业基本情况介绍 78二、企业红糖产品分析 78三、企业经营情况分析
78四、企业品牌实力分析 78五、企业营销网络分析 79六、企业竞争优势分析 79第五节
湖北亿龙源食品有限公司 80一、企业基本情况介绍 80二、企业红糖产品分析 80三、企业食糖加工项目
80四、企业品牌实力分析 81五、企业营销网络分析 81六、企业竞争优势分析 81第六节
山东嘉鑫糖业有限公司 82一、企业基本情况介绍 82二、企业红糖产品分析 82三、企业资质荣誉分析
83四、企业品牌实力分析 83五、企业营销网络分析 84第九章 细分产品分析 85第一节 阿胶红糖
85一、产品概述 85二、需求特征 85三、主要品牌 85第二节 姜汁红糖 86一、产品概述 86二、适用人群
87三、主要品牌 87第三节 产妇红糖 88一、产品概述 88二、需求特征 88三、主要品牌 88第四节 玫瑰红糖
89一、产品概述 89二、需求特征 89三、主要品牌 90第十章 2024-2029年红糖产品行业未来发展趋势预测
91第一节 红糖产品行业未来发展方向 91第二节 2024-2029年红糖产品市场规模预测 91第三节
红糖产品进出口市场预测 92第四节 红糖产品竞争格局发展趋势 92第十一章
中国红糖产品市场开发与营销策略建议 94第一节 红糖产品产品开发策略 94一、新产品开发战略
94二、红糖新产品开发方向建议 95（一）零食甜点类 95（二）饮料类 95（三）调料涂层类
95（四）护肤品 96第二节 红糖产品促销策略建议 96一、特价折扣促销策略 96二、赠品礼品促销策略
96三、购物返券促销策略 96四、购物抽奖促销策略 97五、有奖竞赛促销策略 98六、消费卡促销策略分析
98第三节 红糖产品网络促销策略建议 98一、网上折价促销 98二、网上赠品促销 99三、网上抽奖促销
99四、网络秒杀促销 99五、节假日的促销 100第四节 红糖企业商业模式创新战略
100一、价值链创新战略分析 100二、供应链体系创新战略 101

图表目录
图表 1 红糖产品分类详情 10
图表 2 全国不同国家和地区的非分蜜糖产品名称统计 11
图表 3 白砂糖和红糖的食物成分表 12
图表 4 红糖产业链结构示意图 14
图表 5 2015-2023年中国甘蔗播种面积变化趋势图 15
图表 6 2015-2023年中国甘蔗产量变化趋势图 15
图表 7 2023年全国主要批发市场甘蔗价格统计 16
图表 8 2019-2023年中国烘焙食品制造行业经济指标统计 16
图表 9 2019-2023年中国糖果、巧克力制造行业经济指标统计 17
图表 10 2019-2023年中国饮料制造行业经济指标统计 19
图表 11 2019-2023年中国化妆品制造行业经济指标统计 20
图表 12 2014-2023年中国15-64岁女性人口数量统计 21
图表 13 2014-2023年中国60岁以上老年人口数量及占比统计 21
图表 14 2014-2023年中国65岁以上老年人口数量及占比统计 22
图表 15 2021-2023年中国规模以上制糖企业经济指标统计 23
图表 16 “十四五”时期农业和农村经济发展的主要指标 25
图表 17 2015-2023年中国进出口总额增长趋势图 36
图表 18 2021-2023年中国红糖产品产量增长趋势图 37
图表 19 2020-2023年榨季中国主要红糖产品生产企业产量统计 37
图表 20 2021-2023年中国红糖产品需求量增长趋势图 38
图表 21 2023年中国部分红糖生产企业产品报价情况统计 38
图表 22 2021-2023年中国红糖产品市场规模增长趋势图 39
图表 23

中国红糖市场主要竞争参与者情况统计 40图表 24 2023年中国红糖九dapinpai情况 41图表 25
中国制糖企业地区分布格局 42图表 26 中国红糖产品消费者性别结构 43图表 27
中国红糖产品消费者年龄分布 44图表 28 中国红糖产品消费者个人月收入状况 44图表 29
中国红糖产品消费者职业分布 45图表 30 中国红糖产品消费者购买红糖产品的最重要的动机 45图表
31 中国红糖产品消费者购买红糖产品的频率 46图表 32 中国红糖产品消费者购买红糖产品的渠道
46图表 33 中国红糖产品消费者购买红糖产品的单次购买量 47图表 34
中国红糖产品消费者选择红糖产品的品牌关注度 47图表 35
中国红糖产品消费者最喜欢的红糖产品包装形式 48图表 36
中国红糖产品消费者购买红糖产品的价位选择 48图表 37 中国红糖产品消费者对产品功效的关注度
49图表 38 中国红糖产品消费者获取信息资讯的最主要途径 49图表 39
中国红糖产品消费者获取红糖产品相关信息的最主要途径 50图表 40 中国红糖产品消费者最信赖的媒体
50图表 41 不同类型消费者对红糖产品的偏好情况 51图表 42
2021-2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖进口数量统计 52图表 43
2021-2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖进口金额统计 52图表 44
2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖进口来源统计 53图表 45
2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖进口来源结构 53图表 46
2021-2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖进口价格统计 54图表 47
2021-2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖出口数量统计 54图表 48
2021-2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖出口金额统计 55图表 49
2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖出口流向统计 55图表 50
2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖出口流向分布 56图表 51
2021-2023年中国红糖及其他加香料或着色剂的糖出口价格统计 56图表 52 网络销售模式优劣势情况
57图表 53 已在天猫商城开设旗舰店的红糖品牌统计 57图表 54
甘汁园天猫旗舰店红糖产品销售量情况统计 58图表 55 亿龙源天猫旗舰店红糖产品销售量情况统计
58图表 56 古松天猫旗舰店红糖产品销售量情况统计 59图表 57
美丽磨坊天猫旗舰店红糖产品销售量情况统计 59图表 58 云之堂天猫旗舰店红糖产品销售量情况统计
60图表 59 代理商销售模式特点 60图表 60 目前采用代理商销售的红糖企业情况统计 61图表 61
changjiazhixiao模式优劣势情况 61图表 62 平台式销售模式优劣势情况 62图表 63
南京甘汁园糖业有限公司红糖产品情况表 68图表 64 南京甘汁园糖业有限公司资产及收入情况统计
69图表 65 南京甘汁园糖业有限公司品牌荣誉一览表 70图表 66 南京甘汁园糖业有限公司品牌历程图
70图表 67 南京甘汁园糖业有限公司营销网络图 71图表 68 南京甘汁园糖业有限公司企业荣誉一览表
71图表 69 上海浦仕联食品有限公司红糖产品情况表 72图表 70
上海怡神保健食品有限公司红糖产品情况表 75图表 71 上海怡神保健食品有限公司部分合作卖场展示
76图表 72 上海怡神保健食品有限公司营销网络图 77图表 73
浙江洪太生物工程有限公司红糖产品情况表 78图表 74 浙江洪太生物工程有限公司资产及收入情况统计
78图表 75 湖北亿龙源食品有限公司红糖产品情况表 80图表 76
山东嘉鑫糖业有限公司红糖产品情况表 82图表 77 山东嘉鑫糖业有限公司资质荣誉展示 83图表 78
山东嘉鑫糖业有限公司品牌荣誉证书 84图表 79 山东嘉鑫糖业有限公司部分合作伙伴展示 84图表 80
中国主要阿胶红糖品牌情况统计 86图表 81 姜汁红糖适用人群情况统计 87图表 82
中国主要姜汁红糖品牌情况统计 87图表 83 中国主要产妇红糖品牌情况统计 89图表 84
中国主要玫瑰红糖品牌情况统计 90图表 85 2024-2029年中国红糖市场规模预测趋势图 92图表 86
返券促销与其他方式的比较 97