

中国红糖产品市场深度调研及投资方向调研报告2024-2030年

产品名称	中国红糖产品市场深度调研及投资方向调研报告 2024-2030年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	7000.00/件
规格参数	品牌:智信中科研究网 型号:份 产地:北京
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国红糖产品市场深度调研及投资方向调研报告2024-2030年

【内容部分省略，可点击网站搜索标题查看全文】

《对接人员》：【张炜】

《修订日期》：【2024年3月】

《撰写单位》：【智信中科(北京)信息科技有限公司】

《报告格式》：【word文本+电子版+定制光盘】

《服务内容》：【提供数据调研分析+一年更新】

《报告价格》：【纸质版6500元 电子版6800元 纸质+电子版7000元 (来电咨询有优惠)】

目录

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xinlai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 57

1、甘汁园网络销售情况 58

2、亿龙源网络销售情况 58

3、古松网络销售情况 59

4、美丽磨坊网络销售情况 59

5、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 2024-2030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 2024-2030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xinlai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 2024-2030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