

中国成品糖行业现状深度调研与未来前景研究报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国成品糖行业现状深度调研与未来前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/702019.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

成品糖是指以甘蔗、甜菜或原糖为原料，经加工制得的可直接食用或添加使用的各种糖类产品，如砂糖、绵糖、红糖、黑糖和冰糖等。

我国成品糖行业产业链较为完整。其产业链上游主要涉及原材料（甘蔗、甜菜等）与制糖设备；中游为成品糖的生产制造环节；下游消费领域则分为工业消费和民用消费，其中工业消费包括食品加工（烘焙、糖果、饮料、乳制品等）、凝固剂、去污剂等；民用消费则主要为餐饮行业和居民个人食用。

资料来源：观研天下整理

一、行业上游分析

当前甘蔗、甜菜是生产成品糖主要的原料，因此这两者的价格波动会直接影响成品糖整体经济的运行。

1、甘蔗

甘蔗是我国第一大糖料作物，是生产成品糖最主要的原料，约占据80%。我国甘蔗种植范围较为广泛，分布在北纬24°以南的热带、亚热带地区，包括广东、台湾、广西、福建、四川、云南、江西、贵州、湖南、浙江、湖北、海南等南方12个省、自治区。在经历2018-2021年不断后，2022年我国甘蔗播种面积有所回升。数据显示，2022年中国甘蔗播种面积达1353.38千公顷，较2021年增加了37.31千公顷，同比增长2.76%。

数据来源：观研天下整理

产量方面：随着播种面积的回升，以及通过不断的技术创新和产业调整，2022年我国甘蔗产量实现了回升。据数据统计，2022年我国甘蔗产量达到了10810.14万吨，相较于2021年增加了143.76万吨，同比增长了1.35%。

数据来源：观研天下整理

2、甜菜

甜菜是我国第二大糖料作物，是藜科甜菜属的植物，全株光滑无毛；根肥大；基生叶大，茎生叶较小；花小，两性；种子扁平，双凸镜状；花期5—6月，果期7月。2020年以来，由于玉米市场的价格一直保持在高位，使得许多甜菜种植户产生了强烈的改种意愿，从而导致我国甜菜的种植受到了一定的抑制，使得播种面积有所缩减。直到2022年，随着市场的变化和政策的调整，我国甜菜播种面积才开始回升。数据显示，2022年我国甜菜播种面积达到184.67千公顷，同比增长23.59%。但值得注意的是，虽然2022年我国甜菜播种面积实现了恢复性增长，但仍然没有达到之前的水平。

数据来源：观研天下整理

随着播种面积的回升，2022年我国甜菜产量也实现回增。数据显示，2022年我国甜菜产量达1000万吨，较2021年增加了214.91万吨，同比增长了21.49%。其中有内蒙古、新疆、河北、黑龙江、甘肃等省（市）甜菜的主产区。

数据来源：观研天下整理

二、行业中游分析

自2019年以来受国家多储、企业多存以及市场需求扩大等因素影响，我国成品糖产量呈现逐年增长。虽然进入2023年产量明显下滑，只有1270.6万吨。但从最新的数据显示行业正逐步恢复。数据显示，2024年1-2月，我国成品糖产量为539.9万吨，同比增长2.9%。

数据来源：观研天下整理

从各大区产量分布来看，华南、西南是我国成品糖主要生产地区。数据显示，2023年我国成品糖产量以华南区域占比最大，约为56.10%，其次是西南区域，占比为19.09%。

数据来源：观研天下整理

从各省市来看，广西壮族自治区、云南省、广东省、山东省、河北省、新疆维吾尔自治区、内蒙古自治区、福建省、江苏省等是我国成品糖主要生产区。其中广西是我国成品糖最主要的生产区，其2023年产量为621.53万吨，占全国产量的49%左右，远超其他地区。

数据来源：观研天下整理

三、行业下游分析

以成品糖为代表的食糖是人们生活中不可或缺的原料，与人们的生活息息相关。我国是一个世界人口大国和不断发展的工业国家，对糖类的需求量较大。目前我国成品糖消费主要在工业领域和民用消费领域。其中工业领域成品糖的消费占比较大，2018年为达到58%，民用消费占比约为42%。而在工业领域中，又主要分布在烘焙、糖果、饮料、乳制品等食品加工，以及去污剂和凝固剂等；民用领域主要是餐饮行业和居民个人食用。

数据来源：观研天下整理

1、食品加工领域

（1）饮料

饮料是一种既可以满足消费者即时需求，又可以具有提神、补充水分和营养等功能性的快消品。饮料行业是一个传统而与时俱进的行业，作为大消费产业的组成部分，在国民经济中发挥重要作用。近年来我国规模以上饮料制造企业产量呈现出波动变化走势。数据显示，2022年我国规模以上饮料制造企业产量达到18140.8万吨，同比下降1.05%。2023年我国饮料

产量17499.8万吨。

数据来源：观研天下整理

近年随着社会群体的喜好的改变、消费群体的不断扩大，种类逐渐丰富，从初期的果汁、茶以及功能饮料再到现如今的新茶饮，可选择的饮料种类也越来越多，我国饮料类商品零售额呈现出波动增长趋势。目前饮料消费已成为我国当下快消品行业里的主力军，是发展最快的零售品行业之一。

数据来源：观研天下整理

（2）乳制品

2020年以来受益于城镇化不断推进、冷链技术水平的不断提升、城乡居民可支配收入及消费者对乳制品营养认可度的不断增加，我国乳制品制造业进入高速发展时期，产量增长明显。数据显示，1990年我国乳制品年产量30万吨，仅为2010年代年产量的1%左右。2022年我国乳制品产量为3,117.7万吨，同比增长3%，达历史新高。同时乳制品质量保持稳定，乳制品抽检合格率多年保持在99%以上。

数据来源：观研天下整理

销售量整体呈现增长趋势。尤其是2020-2021年受疫情影响，人们对于健康饮食的重视程度不断提升，从而使得我国乳制品销售量明显增加。数据显示，2021年我国乳制品销量3035万吨,同比增长9.1%。

数据来源：观研天下整理

2、餐饮领域

餐饮是人民最基础的生活消费需求之一。在经历疫情影响后，近两年来我国餐饮行业已逐渐从疫情影响中恢复，正重回稳步发展。数据显示，2022年我国餐饮行业收入约达4.4万亿元。：2023年我国餐饮收入52890亿元,同比上升20.4%;限额以上单位餐饮收入13356亿元,同比上升20.9%。

数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国成品糖行业现状深度调研与未来前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

观研报告网发布的《中国成品糖行业现状深度调研与未来前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国成品糖行业发展概述

第一节 成品糖行业发展情况概述

一、成品糖行业相关定义

二、成品糖特点分析

三、成品糖行业基本情况介绍

四、成品糖行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、成品糖行业需求主体分析

第二节 中国成品糖行业生命周期分析

一、成品糖行业生命周期理论概述

二、成品糖行业所属的生命周期分析

第三节 成品糖行业经济指标分析

一、成品糖行业的赢利性分析

二、成品糖行业的经济周期分析

三、成品糖行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球成品糖行业市场发展现状分析

第一节 全球成品糖行业发展历程回顾

第二节 全球成品糖行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲成品糖行业地区市场分析

一、亚洲成品糖行业市场现状分析

二、亚洲成品糖行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲成品糖行业市场前景分析

第四节 北美成品糖行业地区市场分析

一、北美成品糖行业市场现状分析

二、北美成品糖行业市场规模与市场需求分析

三、北美成品糖行业市场前景分析

第五节 欧洲成品糖行业地区市场分析

一、欧洲成品糖行业市场现状分析

二、欧洲成品糖行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲成品糖行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界成品糖行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球成品糖行业市场规模预测

第三章 中国成品糖行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对成品糖行业的影响分析

第三节 中国成品糖行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对成品糖行业的影响分析

第五节 中国成品糖行业产业社会环境分析

第四章 中国成品糖行业运行情况

第一节 中国成品糖行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国成品糖行业市场规模分析

一、影响中国成品糖行业市场规模的因素

二、中国成品糖行业市场规模

- 三、中国成品糖行业市场规模解析
- 第三节 中国成品糖行业供应情况分析
 - 一、中国成品糖行业供应规模
 - 二、中国成品糖行业供应特点
- 第四节 中国成品糖行业需求情况分析
 - 一、中国成品糖行业需求规模
 - 二、中国成品糖行业需求特点
- 第五节 中国成品糖行业供需平衡分析
- 第五章 中国成品糖行业产业链和细分市场分析
 - 第一节 中国成品糖行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、成品糖行业产业链图解
 - 第二节 中国成品糖行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对成品糖行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对成品糖行业的影响分析
 - 第三节 我国成品糖行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二
- 第六章 2019-2023年中国成品糖行业市场竞争分析
 - 第一节 中国成品糖行业竞争现状分析
 - 一、中国成品糖行业竞争格局分析
 - 二、中国成品糖行业主要品牌分析
 - 第二节 中国成品糖行业集中度分析
 - 一、中国成品糖行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国成品糖行业市场集中度分析
 - 第三节 中国成品糖行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征
- 第七章 2019-2023年中国成品糖行业模型分析
 - 第一节 中国成品糖行业竞争结构分析（波特五力模型）
 - 一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国成品糖行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国成品糖行业SWOT分析结论

第三节 中国成品糖行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国成品糖行业需求特点与动态分析

第一节 中国成品糖行业市场动态情况

第二节 中国成品糖行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 成品糖行业成本结构分析

第四节 成品糖行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国成品糖行业价格现状分析

第六节 中国成品糖行业平均价格走势预测

一、中国成品糖行业平均价格趋势分析

二、中国成品糖行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国成品糖行业所属行业运行数据监测

第一节 中国成品糖行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国成品糖行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国成品糖行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2019-2023年中国成品糖行业区域市场现状分析

第一节 中国成品糖行业区域市场规模分析

一、影响成品糖行业区域市场分布的因素

二、中国成品糖行业区域市场分布

第二节 中国华东地区成品糖行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区成品糖行业市场分析

(1) 华东地区成品糖行业市场规模

(2) 华南地区成品糖行业市场现状

(3) 华东地区成品糖行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区成品糖行业市场分析

(1) 华中地区成品糖行业市场规模

(2) 华中地区成品糖行业市场现状

(3) 华中地区成品糖行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区成品糖行业市场分析

(1) 华南地区成品糖行业市场规模

(2) 华南地区成品糖行业市场现状

(3) 华南地区成品糖行业市场规模预测

第五节 华北地区成品糖行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区成品糖行业市场分析

(1) 华北地区成品糖行业市场规模

(2) 华北地区成品糖行业市场现状

(3) 华北地区成品糖行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区成品糖行业市场分析

(1) 东北地区成品糖行业市场规模

(2) 东北地区成品糖行业市场现状

(3) 东北地区成品糖行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区成品糖行业市场分析

(1) 西南地区成品糖行业市场规模

(2) 西南地区成品糖行业市场现状

(3) 西南地区成品糖行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区成品糖行业市场分析

(1) 西北地区成品糖行业市场规模

(2) 西北地区成品糖行业市场现状

(3) 西北地区成品糖行业市场规模预测

第十一章 成品糖行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国成品糖行业发展前景分析与预测

第一节 中国成品糖行业未来发展前景分析

- 一、成品糖行业国内投资环境分析
- 二、中国成品糖行业市场机会分析
- 三、中国成品糖行业投资增速预测

第二节 中国成品糖行业未来发展趋势预测

第三节 中国成品糖行业规模发展预测

- 一、中国成品糖行业市场规模预测
- 二、中国成品糖行业市场规模增速预测
- 三、中国成品糖行业产值规模预测
- 四、中国成品糖行业产值增速预测
- 五、中国成品糖行业供需情况预测

第四节 中国成品糖行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国成品糖行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国成品糖行业进入壁垒分析

一、成品糖行业资金壁垒分析

二、成品糖行业技术壁垒分析

三、成品糖行业人才壁垒分析

四、成品糖行业品牌壁垒分析

五、成品糖行业其他壁垒分析

第二节 成品糖行业风险分析

一、成品糖行业宏观环境风险

二、成品糖行业技术风险

三、成品糖行业竞争风险

四、成品糖行业其他风险

第三节 中国成品糖行业存在的问题

第四节 中国成品糖行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国成品糖行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国成品糖行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国成品糖行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 成品糖行业营销策略分析

一、成品糖行业产品策略

二、成品糖行业定价策略

三、成品糖行业渠道策略

四、成品糖行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/702019.html>