

糖果 - 中国 - 2021年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 市场格局及影响市场增长的关键因素
- 糖果行业的新产品趋势
- 重点企业的策略
- 产品渗透率及食用兴趣
- 不同消费群体的食用目的及渴望的特征

35%的被访消费者表示无糖/低糖宣称是选择糖果时的重要因素。此外，68%的消费者会购买做成糖果形式的保健品。如今消费者购买糖果不仅是为了纵享，也是为了享受健康功效。

人们比以往更加关注自身健康。咀嚼口香糖能促进唾液充分分泌，驱散细菌并清新口气，维持口腔健康。此外，咀嚼口香糖还能降低压力人群体内的皮质醇（一种应激激素）水平。这些益处可为口香糖带来机遇和长期发展潜力。而且各年龄段消费者在食用糖果时会倾向于选择强化营养的产品。糖果与保健品已互相融合。

总体而言，消费者会出于健康考虑而控制糖分摄入。多功能产品（如创新口味或口感、赠礼、社会交往或健康益处）有望突破，并且糖果仍具有增长潜力。



“控糖方面的指导发布以及消费者的健康意识增强导致糖果的生产放缓。尽管如此，功能性糖果仍可为生产商带来商机。含天然果汁的凝胶糖果或将帮助产品脱颖而出。与此同时，风味与口感仍是消费者购买糖果时的关键考虑因素。”

高屹，研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义
- 定义

综述

- 市场
 - 数据1: 糖果和口香糖零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
 - 数据2: 糖果和口香糖零售销售量预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 公司与品牌
- 消费者
 - 口香糖仍然是渗透率最高的品类，此外功能性/凝胶糖果的渗透率有所增长
 - 数据3: 食用情况，2021年
- 控制糖分摄入导致食用频率整体下降
 - 数据4: 食用频率（按品类区分），2021年
- 购买糖果时的健康意识
 - 数据5: 购买因素，2021年
- 消费者信任糖果的功能性宣称
 - 数据6: 功能性宣称，2021年
- 糖果食用量有望增长
 - 数据7: 消费者未来糖果食用趋势（按品类区分），2021年
 - 数据8: 食用态度，2021年
- 我们的观点

议题与洞察

- 专门打造适合孩子和老人的糖果产品
- 现状
- 启示
 - 数据9: 面向儿童的糖果产品示例，不同国家，2021年
 - 数据10: 面向老年人的糖果产品示例，不同国家，2019-2020年
- 强化营养可延展糖果的消费场景
- 现状
- 启示
 - 数据11: 带有功能性宣称的糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月
 - 数据12: 每日每加气泡糖，中国，2021年
 - 数据13: Hims软糖，美国，2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 控制糖分摄入，而非仅仅依赖代糖
- 现状
- 启示

数据14: 带有功能性宣称的糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月

数据15: 低糖产品示例，中国，2021年

市场

市场规模与预测

- 后疫情时期的销售额增长缓慢但稳定
数据16: 糖果和口香糖零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年
- 疫情之后的销售量缓慢回升
数据17: 糖果和口香糖零售销售量预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年

市场细分

- 功能性糖果的增长机遇
数据18: 糖果零售销售额预测（最好和最差情形）（口香糖除外），中国，2016-2026年
- 口香糖缺乏市场创新
数据19: 口香糖零售销售额预测（最好和最差情形），中国，2016-2026年

市场因素

- 疫情期间的产品创新减缓
数据20: 糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月
- 糖果生产已全面本地化
数据21: 糖果和口香糖新品占比（按进口状态区分），中国，2018年9月-2021年8月
- 消费者在运动后和工作/学习时食用糖果
数据22: 营养认知——营养需求，中国，2021年
数据23: 肉类零食——零食偏好，中国，2021年

重点企业

市场份额

- 市场分散化
数据24: 领先糖果企业的市场份额（按零售销售额份额区分），中国，2018-2020年
- 产品创新带动头部品牌市场份额增长
数据25: 部分品牌的糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据26: 雀巢最大研发中心“研发加速器”，瑞士，2021年

营销活动

- 头部品牌利用线上到线下模式进一步提升市场份额
数据27: 超市和便利店的糖果货架，中国，2021年
数据28: 糖果品牌的线上商店示例，中国，2021年
数据29: M豆巧克力世界上海店，中国，2021年
- 新兴品牌通过对消费者精准营销而拓展业务
数据30: 罗森微信公众号推出的糖果电子代金券，中国，2021年
数据31: Wonderlab推出根据功效成分命名的软糖，中国，2021年
数据32: 针对特定消费场景并采用不同包装形式的软糖，中国，2021年
- 玛氏通过口腔健康提升品牌形象
数据33: 口腔健康推广活动海报，中国，2021年
数据34: 玛氏箭牌向西藏当地学校赠送益达儿童口腔健康计划的口腔健康教育资料，中国，2020年
- Candy Lab通过灵活定制推广产品
数据35: Candy Lab糖果研究室展示糖果生产过程，中国，2021年
数据36: Candy Lab糖果研究室的定制糖果示例，中国
数据37: 与时尚及奢侈品牌的跨界合作示例，中国
- 徐福记将春节和婚礼作为主要关注点
数据38: 采用不同包装的同款徐福记产品，中国，2021年
数据39: 焕新现有产品包装以契合节日主题，中国，2021年
数据40: 徐福记天猫官方旗舰店主页截图，中国，2021年
数据41: 婚庆喜糖页面截图，中国，2021年
数据42: 选购建议截图，中国，2021年

新产品趋势

- 消费者追求天然成分的感官刺激
数据43: 花香口味糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月
数据44: 提供特殊口味与口感的糖果示例，中国，2021年
- 通过咖啡与茶元素装点糖果
数据45: 含茶与咖啡成分的糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月
数据46: 咖啡味糖果产品示例，中国，2020年
数据47: 茶味糖果产品示例，中国
- 中草药和特殊功能性宣称呈多样化态势
数据48: 添加中草药成分的糖果新品占比（按滚动年度区分），中国，2018年9月-2021年8月
数据49: 含中草药成分的糖果示例，中国，2021年
数据50: 中草药品牌的产品示例，中国

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 糖果包装规格变小
数据51: 前十名糖果新品（按包装规格区分，毫升/克），中国，2017年9月-2021年8月
数据52: 不同包装规格的旺仔QQ糖草莓味，中国
数据53: 不同包装规格的趣满果，中国
- 扮演文化教育和交流角色的糖果
数据54: 三星堆博物馆推出的发声棒棒糖，中国，2021年
数据55: 河南博物馆推出的文物形状水果味棒棒糖，中国，2021年

消费者

食用情况

- 口香糖/泡泡糖占主导地位，功能性糖果有所增长
数据56: 食用情况，2021年
数据57: 凝胶口感糖果和口香糖新品占比，中国，2018年9月-2021年8月
- 水果糖和棉花糖可成为30-39岁男性消费者精准营销的品类
数据58: 部分品类的食用情况（按性别和年龄群体区分），2021年
- 大多数糖果食用者不仅仅吃一种糖果
数据59: 食用情况——频度分析，2021年
数据60: 食用情况——频度分析（按食用频率区分），2021年
- 消费种类随着年龄而减少
数据61: 糖果和口香糖的渗透率——产品种类（按性别和年龄区分），2021年

食用频率

- 控糖导致食用频率下降
数据62: 食用频率，2021年
数据63: 食用频率（按品类区分），2021年
- 食用频率随着家庭中孩子长大而下降
数据64: 糖果食用频率（按家庭中孩子的年龄区分），2021年
- 30多岁消费者的食用频率较高
数据65: 糖果食用频率（按年龄群体区分），2021年
数据66: 所食用的糖果细分品类（按部分消费者年龄群体区分），中国，2021年

购买因素

- 有益健康的糖果受到青睐
数据67: 购买因素，2021年
- 为孩子和为老人购买时保持谨慎
数据68: 购买因素（按购买对象区分），2021年
- 中年消费者为自己购买特殊口感的糖果
数据69: 购买因素（按购买对象区分），2021年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

- 包装精致可成为伴侣之间赠礼的驱动因素
数据70: 所食用的糖果细分品类（按性别和年龄群体区分），2021年

功能性宣称

- 大多数消费者坚信功能性宣称
数据71: 功能性宣称，2021年
- 对健康与可获得性的追求程度同等
数据72: 功能性宣称（按城市线级区分），2021年
数据73: 功能性宣称（按家庭月收入群体区分），2021年
- 不同年龄群体的功能需求各异
数据74: 部分功能性宣称（按性别和年龄群体区分），2021年

消费者未来糖果食用趋势

- 消费者对未来的糖果食用趋势持明确态度
数据75: 消费者未来糖果食用频次趋势，2021年
数据76: 消费者未来糖果食用趋势（按年龄区分），2021年
- 糖果子品类未来增长
数据77: 消费者未来糖果食用趋势（按会吃得更多、会尽量少吃或不吃的百分点差异区分），2021年
- 美容养颜宣称具有市场潜力
数据78: 消费者未来糖果食用趋势（按功能性宣称区分），2021年

食用态度

- 口味最重要
数据79: 部分食用态度，2021年
- 糖果不仅仅是给小孩吃的
数据80: 部分食用态度，2021年
数据81: 部分食用态度（按性别和年龄群体区分），2021年
- 代糖在消费者中仍然流行
数据82: 对代糖和摄入量的部分食用态度，2021年
数据83: 部分食用态度（按年龄群体区分），2021年
数据84: 气泡饮料——与糖和代糖相关的态度和行为，2021年

附录——市场规模与预测

- 数据85: 糖果的总销售额，中国，2015-2026年
数据86: 糖果的总销售量，中国，2015-2026年

附录——市场细分

- 数据87: 糖果销售额（口香糖除外），中国，2015-2026年
数据88: 口香糖销售额，中国，2015-2026年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。