头豹 LeadLeo

400-072-5588

2019 年
中国口香糖行业概览

行业走势图



消费研究团队

孟树远 分析师

邮箱 :cs@leadleo.com

相关热点报告

- 食品饮料系列概览——2020 年中国饮料酒行业概览
- 食品饮料系列概览——2019 年中国团餐行业研究报告
- 休闲服务系列深度研究——2019 年中国素食餐厅行业研概览

报告摘要

口香糖是以天然橡胶、丁苯橡胶、碳酸钙、甘油树脂或天然树胶为胶体的基础，加入薄荷、香料、抗氧化剂、糖浆、乳化剂和甜味剂等调和压制而成的一种供人们放入口中嚼咬的糖。口香糖产品为随机型消费品，受到互联网行业的影响，口香糖行业市场规模持续下降。中国口香糖行业市场规模由 2014 年的 118.4 亿元下降至 2018 年的 101.4 亿元，年复合增长率为-3.8%。

热点一：口香糖健康属性

木糖醇等无糖口香糖由于不含蔗糖，咀嚼口香糖可减少唾液酸度，促进牙釉质再矿化，有助于预防蛀牙。咀嚼口香糖可改善脸部血液循环、促进脸部肌肉运动、提高皮肤细胞的代谢活动，有助于促进脸部健康。咀嚼口香糖有助于病人肠道恢复，可作为开腹手术后促进胃肠动力恢复的辅助性治疗方法。咀嚼口香糖可使人减轻内心的压力。当嘴部咀嚼食物并进行吞咽的时候可转移人对焦虑和紧张感的注意。在消费升级的大环境下消费者由于口香糖的健康属性将提升消费者对于口香糖的购买。

热点二：可降解材料促进口香改革

口香糖由于胶基残渣具有难以降解、污染环境和传播病毒等弊端广受诟病，清除口香糖胶基需耗费大量人力财力。市场中诸多专利可帮助口香糖生产企业研发可降解口香糖胶基，如专利 CN1517029A、专利 US2006240143（A1）和专利 CN1736237A。

热点三：中国网民平均周上网时长增长

消费者对口香糖的购买通常为随机性购买，消费者在超市购物时上电梯或排队结账的过程中，可能因为无聊而购买口香糖。然而，随着移动互联网的快速普及，中国网民平均上网时长的增长对口香糖产品的销量产生不利影响。中国网民平均每周上网时长由 2014 年的 26.1 小时增长至 2018 年的 27.6 小时。互联网占据了消费者大量的时间，消费者上网时间增长导致消费者在搭乘电梯与排队结账时注意力集中在手机而非周边货架，口香糖等商品难以引起消费者注意力，销量难以提高。

目录

1 方法论 5

1.1 研究方法 5

1.2 名词解释 6

2 中国口香糖行业市场综述 9

2.1 口香糖定义及分类 9

2.2 中国口香糖行业发展历程 10

2.3 中国口香糖行业产业链 11

2.3.1 上游分析 12

2.3.2 中游分析 14

2.3.3 下游分析 14

2.4 中国口香糖行业市场规模 16

3 中国口香糖行业驱动与制约因素 17

3.1 驱动因素 17

3.1.1 口香糖对健康有益 17

3.1.2 口香糖胶基可降解材料的研发 20

3.2 制约因素 21

3.2.1 中国网民平均周上网时长增长 21

3.2.2 移动支付与电子商务蓬勃发展 22

4 中国口香糖行业政策及监管分析 23

5 中国口香糖行业市场趋势 24

5.1 口香糖产品向多功能化发展 24

5.2 口香糖企业营销模式趋向于市场热点 25
6 中国口香糖行业竞争格局分析 26
6.1 中国口香糖行业竞争格局概述 26
6.2 中国口香糖行业典型企业分析 27
6.2.1 福建雅客食品有限公司 27
6.2.2 福建久久王食品工业有限公司 30
6.2.3 福建美乐食品厂 32

图表目录

图 2-1 口香糖分类 10

图 2-2 中国口香糖行业发展历程 10

图 2-3 中国口香糖行业产业链 12

图 2-4 口香糖生产流程 14

图 2-5 口香糖经销商 15

图 2-6 中国口香糖行业市场规模，2014-2023 年预测 17

图 3-1 口香糖健康属性 18

图 3-2 口香糖可降解胶基相关研发专利 20

图 3-3 中国网民平均周上网时长，2014-2018 年 22

图 3-4 中国网络零售市场交易规模，2013-2017 年 23

图 4-1 口香糖行业政策 24

图 5-1 口香糖附加功能 25

图 5-2 口香糖营销 26

图 6-1 口香糖行业竞争格局 27

图 6-2 福建雅客产品 29

图 6-3 福建久久王商业模式 31

图 6-4 福建美乐产品 33

1 方法论

1.1 研究方法

头豹研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从消费、食品、等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

- ✓ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

- ✓ 头豹研究院本次研究于 2019 年 8 月完成。

1.2 名词解释

- **冲动消费**：顾客在外界因素促发下所进行的事先没有计划或者意识的购买行为。
- **食用香精**：由多种香料调配出来的、具有一定香气的、可直接用于食品加香的混合物。
- **卵磷脂**：又称为蛋黄素，被誉为与维生素和蛋白质并列的“第三营养素”，主要构成为磷脂酰胆碱和不饱和脂肪酸。
- **木糖醇**：原产于芬兰，是从玉米芯、橡树、甘蔗渣和白桦树等植物原料中提取出来的一种天然甜味剂。
- **夫妻店**：夫妻两人共同经营的小商店。
- **KA**：Key Account，中文意为“重要客户”，对于企业来说 KA 客户就是营业面积、客流量和发展潜力等方面都处于优势的大终端，如沃尔玛、家乐福、麦德龙、佰宜万购等。
- **乳化剂**：由油相和水相组成，能够改善乳浊液中各种构成相之间的表面张力，使之形成均匀稳定的分散体系或乳浊液的物质。乳化剂是表面活性物质，分子中同时具有亲水基和亲油基，聚集在油或水界面上可降低界面张力和减少形成乳状液所需要的能量，从而提高乳状液的能量。
- **微晶蜡**：以 C31-70 的支链饱和烃为主，含少量的环状、直链烃。微晶蜡为白色无定形非晶状固体蜡，无臭无味，不溶于乙醇，略溶于热乙醇，可溶于乙醚、苯、氯仿等，可与各种热脂肪油、植物蜡和矿物蜡互溶。
- **石蜡**：又称晶形蜡，是碳原子数约为 18～30 的烃类混合物，主要组分为直链烷烃以及少量带个别支链的烷烃和带长侧链的单环环烷烃。
- **松香**：一种天然树脂，可从多种松树中获得。松香 90%左右的成分为树脂酸，分子式为 C19H29 COOH，分子量为 302.46。

- **甘油酯：**通常指由脂肪酸和甘油经酯化所生成的酯类，甘油酯是中性物质，不溶于水，可溶于有机溶剂，会发生水解。
- **明胶：**又称动物明胶，是由动物肌膜、骨骼、皮肤等结缔组织中的胶原部分降解而成为微带光泽、半透明、白色或淡黄色的粉粒或薄片。明胶属于大分子的亲水胶体，是营养价值较高的低卡保健食品，可用来制作糖果添加剂、冷冻食品添加剂等。
- **胶基：**一种无营养，不溶于水且不消化的易咀嚼性固体，是口香糖及泡泡糖中最基本的咀嚼物质。
- **酸性物质：**能够提供氢质子或者能够接受一个电子对的物质。
- **牙釉质：**人体骨质中最坚硬的部分，包绕在牙冠表面，呈半透明状、乳白色，约 2～2.5mm 厚，质坚而脆。
- **海马体：**又名大脑海马、海马区和海马回，海马体位于内侧颞叶和大脑丘脑之间，属于边缘系统的一部分，主要负责长时记忆的存储转换和定向等功能。
- **二氧化钛：**粉末状的两性氧化物或白色固体，分子量为 79.9，化学式为 TiO_2。二氧化钛是一种白色无机颜料，具有无毒、最佳的不透明性、最佳白度和光亮度，被认为是现今世界上性能最好的一种白色颜料。
- **锐钛矿：**二氧化钛的矿物形式之一，产于火成岩及变质岩内的矿脉中，一般还出现于砂矿床中，呈闪亮、坚硬的正方晶系晶体，并具有不同的颜色。
- **熔融缩聚：**又称熔融聚合，是单体的一种聚合方式。熔融缩聚是放热反应，缩聚产物的分子量和产量逐步增长，因此到达缩聚反应终点的所需时间较长，为避免物料经受长时间高温氧化，整个缩聚反应过程都需要在减压和氮气保护下进行。
- **己内酯：**无色至淡黄色液体，带有一种草本的的气味，由环氧乙烷与钠代丙二酸酯反应而得。

- **乙交酯：**一种化学物质，分子式为 $C_4H_4O_4$。纯净的乙交酯是白色片状晶体,不纯的乙交酯呈淡黄色，其熔点为 84°C。
- **开环聚合：**环状化合物单体经过开环加成转变为线型聚合物的反应。
- **聚合物：**由许多相同的、简单的结构单元通过共价键重复连接而成的高分子量化合物。
- **可降解物：**在一段时间内，在动力学和热力学意义上均可降解的物质。
- **黄酮：**两个具有酚羟基的苯环（A-与 B-环）通过中央三碳原子相互连结而成的一系列化合物，其基本母核为 2-苯基色原酮。
- **亚麻酸：**LNA，属 ω-3 系列多烯脂肪酸，属于全顺式 9、12、15 十八碳三烯酸。亚麻酸以甘油酯的形式存在于深绿色植物中，是构成人体组织细胞的主要成分，在体内能合成、代谢，转化为机体必需的生命活性因子 EPA 和 DHA。
- **磷脂：**也称磷脂类、磷脂质，是指含有磷酸的脂类，属于复合脂。
- **牙菌斑：**牙菌斑是基质包裹的互相粘附、或粘附于牙面、牙间或修复体表面的软而未矿化的细菌性群体，为不能被水冲去或漱掉的一种细菌性生物膜。
- **四氯化碳：**化学式为 CCl_4，是一种无色有毒液体，能溶解脂肪、油漆等多种物质，易挥发，具有氯仿的微甜气味。
- **α脑波：**脑电波的基本波形之一，频率为 8~13 赫兹，振幅为 20~100 微伏。α脑波被认为是连接意识和潜意识的桥梁，是仅有的有效进入潜意识的途径，能够促进灵感的产生，加速信息收集，增强记忆力，是促进学习与思考的最佳脑波。



2 中国口香糖行业市场综述

2.1 口香糖定义及分类

口香糖是以丁苯橡胶、碳酸钙、甘油树脂或天然树胶为基础胶体，加入薄荷、香料、抗氧化剂、糖浆、乳化剂和甜味剂等添加剂调和压制而成的一种供人们放入口中嚼咬的糖果。

口香糖可按照功能和吹泡泡性划分（见图 2-1）。以功能为分类标准，口香糖可分为无糖口香糖、不粘牙口香糖和保健口香糖：**（1）无糖口香糖**为使用木糖醇作为甜味剂生产的口香糖；**（2）不粘牙口香糖**为采用特殊配方的胶基生产的口香糖，在咀嚼时不易粘牙；**（3）保健口香糖**为具有保健成分并符合医药生产 GMP 级别工厂生产的口香糖。

以吹泡泡性为分类标准，口香糖可分为普通口香糖和泡泡糖：**（1）普通口香糖**主要功能以清新口气为主，具有低吹泡泡性；**（2）泡泡糖**为特制用于吹泡泡的口香糖，可通过口腔呼气将口香糖体吹成泡泡，其泡泡糖的粘性比普通一般口香糖要高。

图 2-1 口香糖分类

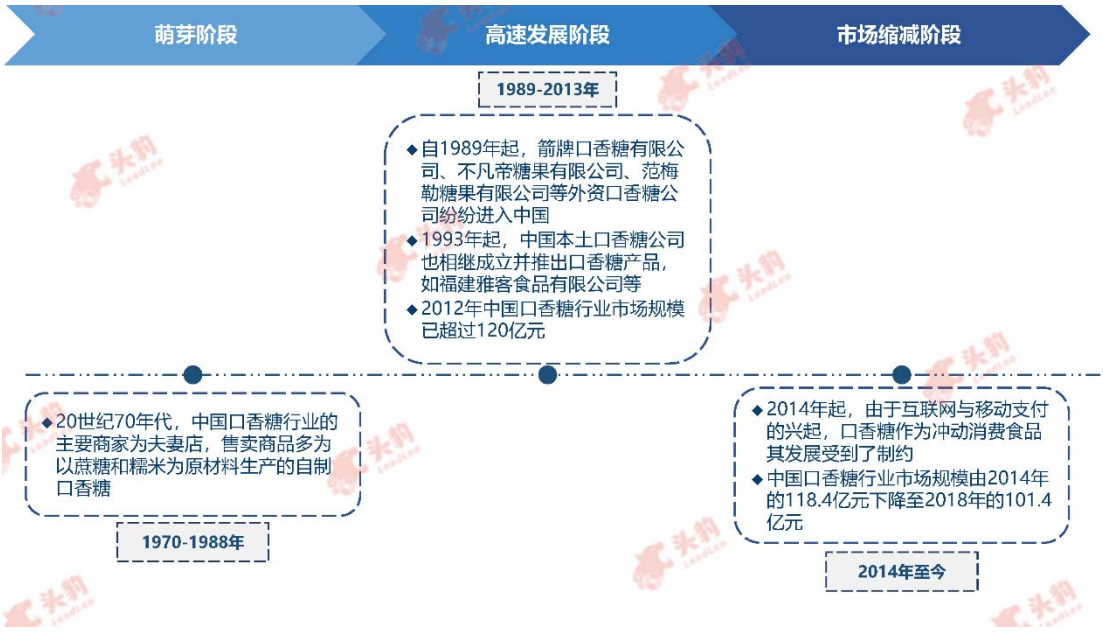
划分依据	包含类别	定义
按功能划分	无糖口香糖	使用木糖醇作为甜味剂生产的口香糖
	不粘牙口香糖	采用特殊配方的胶基生产的口香
	保健口香糖	主要功能以清新口气为主，具有低吹泡泡性生产的口香糖
按泡泡性划分	口香糖	主要功能以清新口气为主，具有低吹泡泡性
	泡泡糖	特制用于吹泡泡的口香糖，可通过口腔呼气将口香糖体吹成泡泡，其泡泡糖的粘性比普通一般口香糖要高

来源：头豹研究院编辑整理

2.2 中国口香糖行业发展历程

中国口香糖行业自 1970 年开始发展，经历了萌芽阶段、高速发展阶段和市场缩减阶段（见图 2-2）。

图 2-2 中国口香糖行业发展历程



来源：头豹研究院编辑整理

（1）萌芽阶段（1970-1988 年）

20 世纪 70 年代，中国口香糖行业的主要商家为夫妻店，售卖商品多为以蔗糖和糯米为原材料生产的自制口香糖。这一阶段的中国口香糖行业市场规模分散，口香糖产品销售区域小，通常仅可覆盖店铺周边社区，尚未形成具有规模的口香糖生产公司及口香糖品牌，口

香糖行业标准及监管政策仍处于空白状态。

（2）高速发展阶段（1989-2013 年）

自 1989 年起，箭牌口香糖有限公司、不凡帝糖果有限公司、范梅勒糖果有限公司等外资口香糖公司纷纷进入中国。1993 年起，中国本土口香糖公司也相继成立并推出口香糖产品，如福建雅客食品有限公司等。各企业相继推出口香糖产品如益达、绿箭、雅客、曼妥思和雅客等口香糖和泡泡糖，中国口香糖市场迅速发展，2012 年中国口香糖行业市场规模已超过 120 亿元。

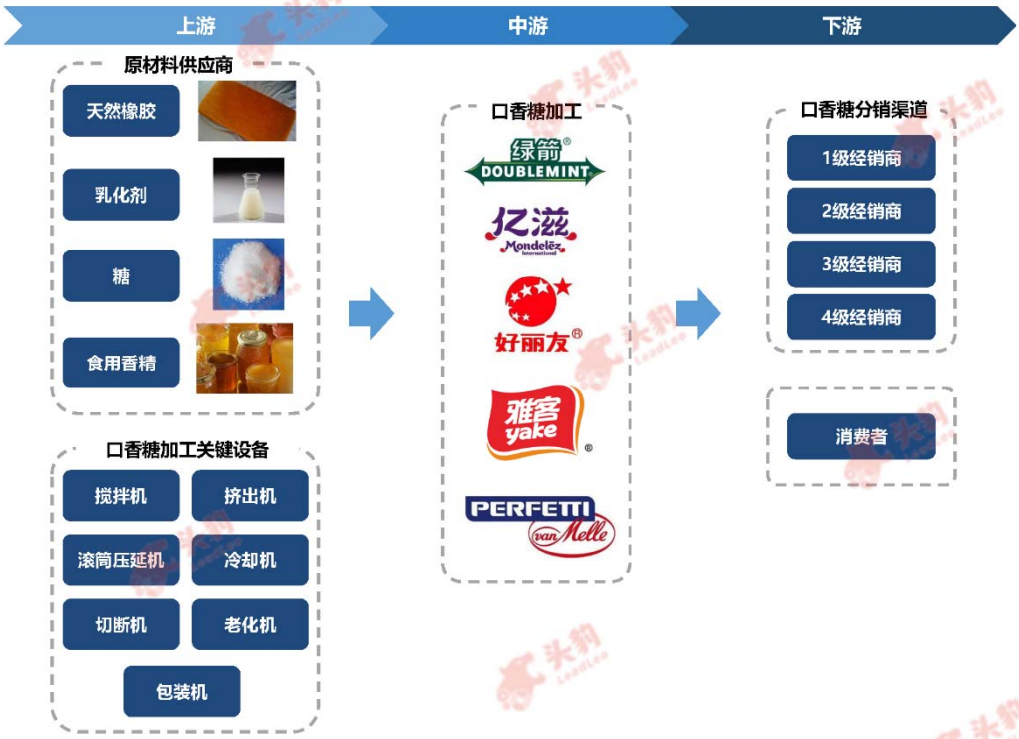
（3）市场缩减阶段（2014 年至今）

2014 年起，由于互联网与移动支付的兴起，口香糖作为随机型消费品其发展受到了制约。由于互联网的兴起，中国消费者的购物习惯逐渐向线上转移，线下购物率大幅降低。口香糖的主要销售渠道为各大商超收银台前的货架，作为消费者排队等候时消费的主要产品，由于线下超市购买人数的减少与移动支付带来的结账效率提升，导致消费者购买口香糖的随机性降低。中国口香糖行业市场规模由 2014 年的 118.4 亿元下降至 2018 年的 101.4 亿元。

2.3 中国口香糖行业产业链

中国口香糖行业产业链上游参与主体为原材料供应商与口香糖设备供应商。中游为口香糖加工生产商，下游主要涉及分销渠道和消费者（见图 2-3）。

图 2-3 中国口香糖行业产业链



来源：头豹研究院编辑整理

2.3.1 上游分析

中国口香糖行业产业链上游参与主体之一为口香糖原材料供应商。口香糖原材料供应商即为口香糖产品生产、制作提供必须原材料的商家。口香糖生产设备供应商为口香糖产品生产、制作提供机器的商家。口香糖的组成成分为约 25%的胶基和约 75%的添加剂：

胶基

口香糖胶基主要由橡胶组成，包括明胶、枇杷、天然橡胶或合成橡胶等。胶基是口香糖产品的核心组成部分，胶基配方是口香糖生产企业的商业机密，成本约占口香糖整体成本的四分之一。天然橡胶具有口感舒适和咀嚼性强等特点，通常大型口香糖生产企业使用天然橡胶制作口香糖胶基。而合成橡胶具有价格低廉等特点，中小型口香糖生产企业为了节省成本会使用合成橡胶制作口香糖胶基。

添加剂

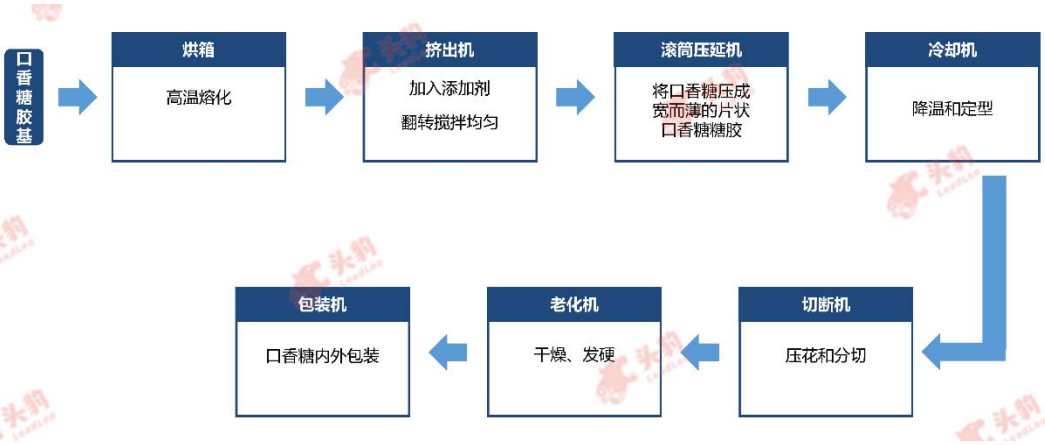
口香糖添加剂主要为酯类、蜡、乳化剂、糖、抗氧化剂和食用香精：（1）酯类具有增强口香糖浓度和粘合度的效果，通常由松香和甘油酯组成；（2）蜡在口香糖胶基中具有软化作用，通常由微晶蜡和石蜡组成；（3）乳化剂的主要成分为卵磷脂，能够在口香糖制作时稳定口香糖半成品不分层，起到亲和粘结各种胶基成分的作用；（4）糖能够增加口香糖产品的甜度，而无糖口香糖的甜度则来自于木糖醇；（5）抗氧化剂可保护口香糖产品不被氧化和提升口香糖产品的保质期，其主要成分为卵磷脂；（6）口香糖食用香精具有香气浓、耐高温和留香持久等特点，可使口香糖产品长久留香。

由于酯类、蜡、乳化剂、糖、抗氧化剂和食用香精等添加剂供应商众多且价格普遍稳定，此类供应商议价能力弱。

口香糖加工设备

口香糖加工设备主要有搅拌机、挤出机、滚筒压延机、冷却机、切断机、老化机和包装机。口香糖生产加工流程为：（1）口香糖胶基在烘箱中进行高温熔化后在搅拌机内加入添加剂进行翻转搅拌均匀；（2）口香糖坯料通过挤出机将搅拌均匀制作成片状或条状的口香糖糖胶；（3）片状或条状的口香糖糖胶通过滚筒压延机将口香糖压成宽而薄的片状口香糖糖胶；（4）宽而薄的口香糖糖胶放入冷却机进行降温和定型；（5）经过定型后的口香糖糖胶通过切断机进行压花和分切；（6）经过分切后的口香糖糖胶放入老化机内将口香糖表面进行干燥、发硬，并确保口香糖成品到了货架之后保持最佳的新鲜度；（7）经过老化的口香糖糖胶通过包装机进行内外包装（图 2-4）。由于口香糖生产设备仅为口香糖生产企业在建立口香糖生产线时购买的设备，设备周期长达数年且科技程度低，口香糖加工设备供应商议价能力弱。

图 2-4 口香糖生产流程



来源：头豹研究院编辑整理

2.3.2 中游分析

中游环节口香糖加工生产商的生产模式可分为自建生产体系与寻求外部合作生产商两种类型。自建生产体系模式具有管理成本低廉与毛利率高等优势和建设成本高与灵活性低等劣势。外部合作生产模式具有灵活度高和毛利率低等优势和管理成本高与配方保密性差等劣势。

口香糖加工生产商可通过自身情况选择合适的生产方式：(1) 当口香糖企业产品生产配方保密度高、生产成本较高、生产工艺复杂、同时具有高盈利、高销量等特点时，企业可选择自建生产线；(2) 当口香糖企业产品属于生产工艺简单或处于试行生产阶段，无法确认产品销量与市场反馈，构建专门生产线花销较大，企业可选择寻求外部合作生产商生产。

2.3.3 下游分析

口香糖行业产业链下游环节涉及分销渠道和消费者。

分销渠道

口香糖行业的分销渠道分为线上和线下渠道：(1) 线上渠道为天猫和京东等网络营销平台。中国消费者的消费习惯随着互联网使用率的提升逐渐由线下向线上转变，口香糖产品线

上购买率由 2014 年的 20%增长至 2018 年的 40%；(2) 线下渠道分为 KA 渠道和经销商：①KA 渠道为大型商超，如家乐福等。KA 渠道销售利润率约为 30%，口香糖商家对于 KA 渠道销量无要求；②口香糖经销商分为 1 至 4 级，1 级经销商负责省级区域销售，销售利润率约为 35%，口香糖年销售额要求约为 3,000 万元。2 级经销商负责市级区域销售，销售利润率约为 30%，口香糖年销售额要求约为 1,000 万元。3 级经销商负责区级区域销售，销售利润率约为 25%至 26%，口香糖年销售额要求约为 500 万元。4 级经销商负责社区级区域销售，销售利润率约为 20%，口香糖年销售额要求约为 100 万元（见图 2-5）。

图 2-5 口香糖经销商

经销商	销售利润率	销售额要求	销售区域
1级	35%	3,000万元	省级区域
2级	30%	1,000万元	市级区域
3级	25%~26%	500万元	区级区域
4级	20%	100万元	社区级区域

来源：头豹研究院编辑整理

拥有超过十年大型口香糖企业工作经验的专家指出口香糖 KA 分销渠道由于为各大口香糖品牌产品的宣传窗口，议价能力强。1、2 级口香糖经销商由于负责销售能力普遍较强和管理的区域广泛，为口香糖生产企业主要依赖的销售方，1、2 级口香糖经销商议价能力强。3、4 级口香糖经销商由于销售区域较小、销售量较少且受到 1、2 级口香糖经销商的管理，议价能力较弱。

消费者

口香糖消费者约为 15 至 35 岁人群，其中男性偏于向口气清新的薄荷味口香糖，女性偏向于糖果口味的口香糖，香糖消费者主要购买口香糖的渠道为线下商超便利店。近年来受到消费升级的影响，消费者购买零食的消费倾向逐渐转向更加健康的坚果类零食，口香糖作

为没有附加营养价值的产品在消费者心中的竞争力下降。受到互联网和移动支付兴起的影响，消费者对于口香糖产品的购买随机性被互联网所替代，消费者排队时间由于移动支付大大缩减，口香糖作为在消费者排队期间由于无聊和等待时间过长而产生的随机型消费品受到了制约。

2.4 中国口香糖行业市场规模

由于互联网的快速发展，线上消费渗透率不断增长，消费者在线下商超便利店的消费频率降低。口香糖作为随机型消费品由于主要消费场景在商超便利店，销量随着消费者在商超便利店购物的频率下降而下降，口香糖行业市场规模持续下降。中国口香糖行业市场规模由2014 年的 118.4 亿元下降至 2018 年的 101.4 亿元，年复合增长率为-3.8%。

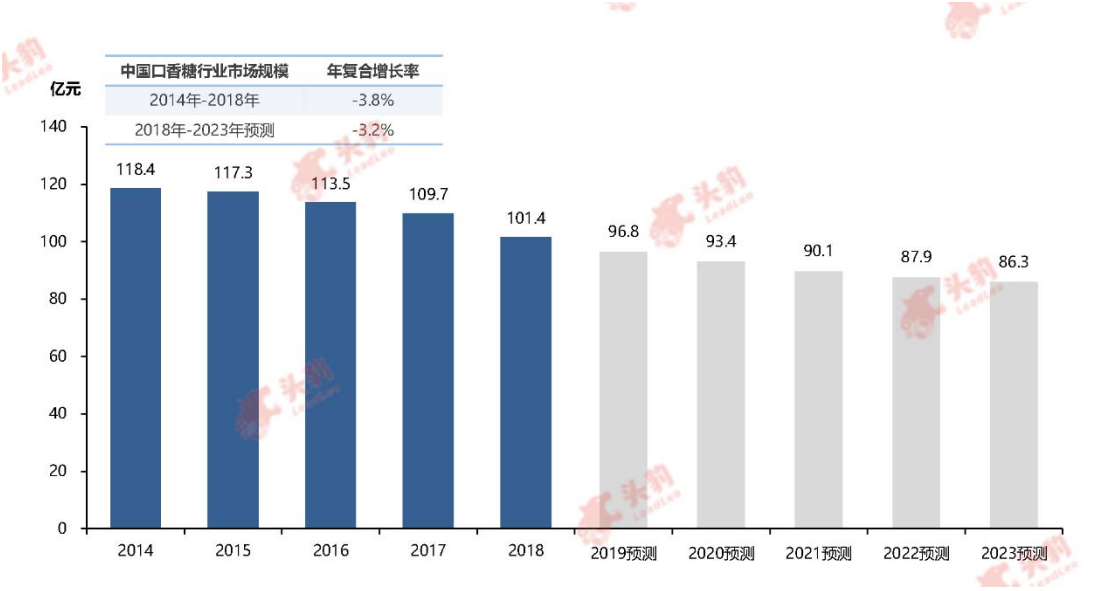
未来，随着新型口香糖产品的研发，中国口香糖行业市场规模下降速度将减缓，但整体下降趋势保持不变。2018 年以后的中国口香糖行业规模发展依据包括但不限于以下因素：

（1）新功能口香糖产品的开发。随着口香糖新功能的开发，如戒烟功能等，消费者对口香糖产品的需求将提升；

（2）可降解胶基口香糖的生产，将消除口香糖对环境的污染，改善消费者对口香糖产品的印象。

中国口香糖行业市场规模将由 2018 年的 101.4 亿元下降至 2023 年的 86.3 亿元，年复合增长率为-3.2%（见图 2-6)。

图 2-6 中国口香糖行业市场规模，2014-2023 年预测



来源：头豹研究院编辑整理

3 中国口香糖行业驱动与制约因素

3.1 驱动因素

3.1.1 口香糖对健康有益

口香糖具有清洁口腔、促进脸部健康、防止便秘和减压等益处（见图 3-1）：

（1）可预防龋齿和蛀牙。木糖醇等无糖口香糖由于不含蔗糖，咀嚼后可增加唾液流量，且由于口香糖的作用，唾液中的细菌无法代谢酸性物质。因此，咀嚼口香糖可减少唾液酸度，促进牙釉质再矿化，有助于预防蛀牙；

（2）可改善脸部血液循环、促进脸部肌肉运动、提高皮肤细胞的代谢活动，有助于促进脸部健康；

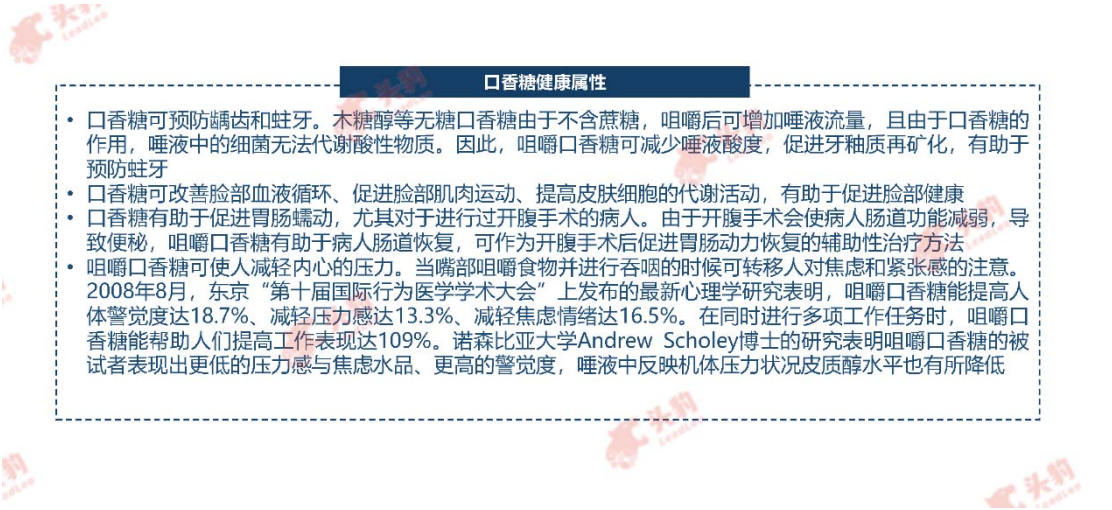
（3）有助于促进胃肠蠕动，尤其对于进行过开腹手术的病人。由于开腹手术会使病人肠道功能减弱，导致便秘，咀嚼口香糖有助于病人肠道恢复，可作为开腹手术后促进胃肠动

力恢复的辅助性治疗方法；

（4）咀嚼口香糖可使人减轻内心的压力。当嘴部咀嚼食物并进行吞咽的时候可转移人对焦虑和紧张感的注意。2008 年 8 月，东京“第十届国际行为医学学术大会”上发布的最新心理学研究表明，咀嚼口香糖能提高人体警觉度达 18.7%、减轻压力感达 13.3%、减轻焦虑情绪达 16.5%。在同时进行多项工作任务时，咀嚼口香糖能帮助人们提高工作表现达 109%。诺森比亚大学 Andrew Scholey 博士的研究表明咀嚼口香糖的被试者表现出更低的压力感与焦虑水品、更高的警觉度，唾液中反映机体压力状况皮质醇水平也有所降低。

口香糖的这些益处提升了消费者对于口香糖的认知，在消费升级的大环境下消费者将根据其健康属性购买口香糖产品。

图 3-1 口香糖健康属性



来源：头豹研究院编辑整理

innovation 创新地图 map

推广

前哨 2020 科技特训营

掌握创新武器　抓住科技红利

Insights into Tech and the Future

直播时间
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程
+私享群互动

随报随听



王煜全

海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人

扫码报名

微信咨询：InnovationmapSM
电话咨询：157-1284-6605

3.1.2 口香糖胶基可降解材料的研发

口香糖由于胶基残渣具有难以降解、污染环境和传播病毒等弊端广受诟病，清除口香糖胶基需耗费大量人力财力。为解决这一痛点，市场中诸多专利可帮助口香糖生产企业研发可降解口香糖胶基：

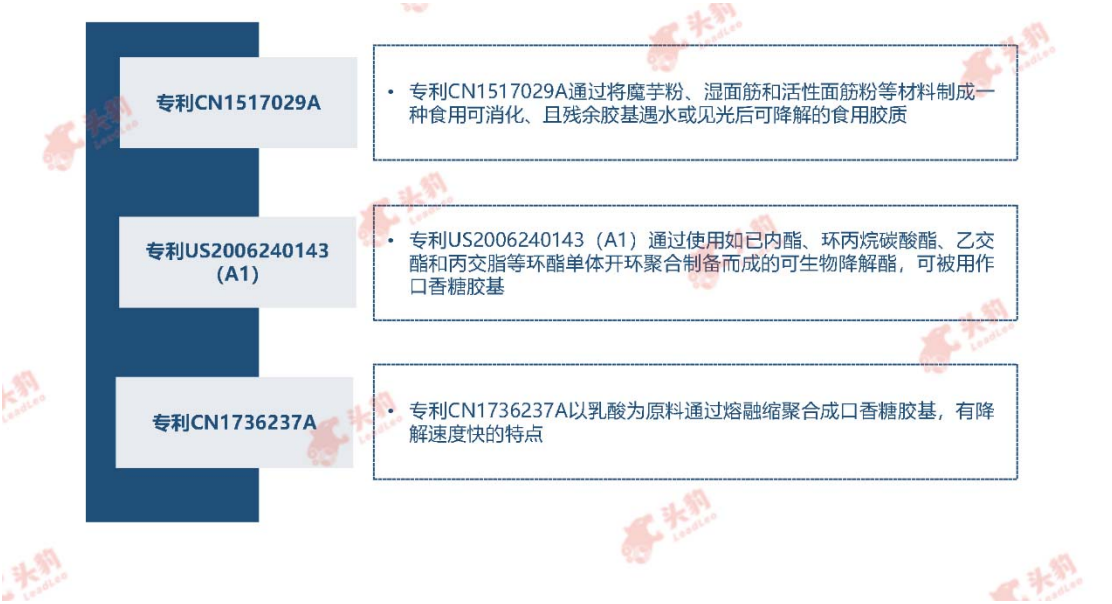
（1）专利 CN1517029A 通过将魔芋粉、湿面筋和活性面筋粉等材料制成一种食用可消化、且残余胶基遇水或见光后可降解的食用胶质；

（2）专利 US2006240143（A1）通过使用如已内酯、环丙烷碳酸酯、乙交酯和丙交脂等环酯单体开环聚合制备而成的可生物降解酯，可被用作口香糖胶基；

（3）专利 CN1736237A 以乳酸为原料通过熔融缩聚合成口香糖胶基，有降解速度快的特点。

可降解胶基口香糖由于残渣可自动消除更具环保优势，有助于改善口香糖在消费者心中污染环境的形象。口香糖生产企业可根据以上专利对口香糖胶基进行进一步的研发和改良，开发出更加环保的口香糖胶基，增加口香糖的环保程度，提升消费者对口香糖的接受度，促进口香糖行业发展。

图 3-2 口香糖可降解胶基相关研发专利



来源：头豹研究院编辑整理

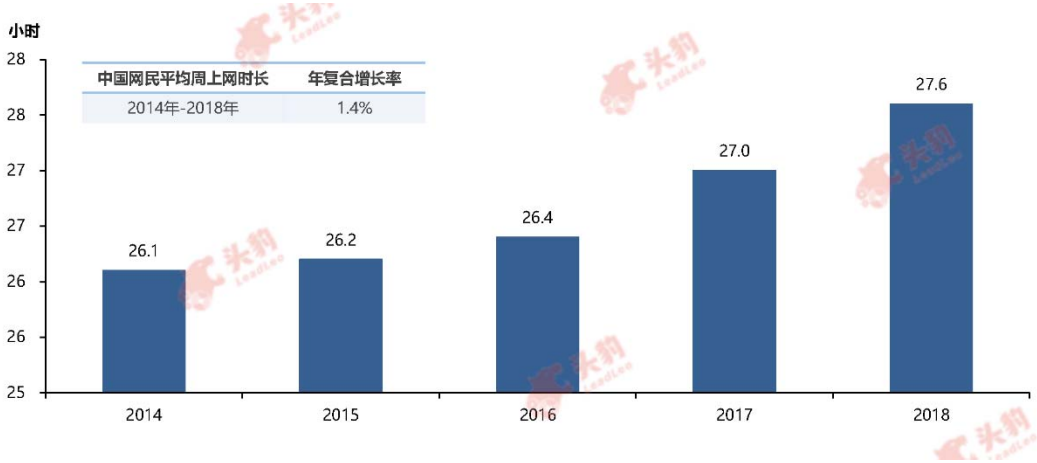
3.2 制约因素

3.2.1 中国网民平均周上网时长增长

口香糖并非生活必须品，通常不在消费者的购买清单中。消费者购买口香糖多属于随机消费行为，因此商家通常将口香糖产品放置于手扶电梯的中间货架或者商超便利店收银台周边以方便消费者在搭乘电梯或排队结账的等待过程中进行购买。

移动互联网的快速普及和中国网民平均上网时长的增长对口香糖产品的销量产生不利影响。据 CNNIC 统计，中国网民平均每周上网时长由 2014 年的 26.1 小时增长至 2018 年的 27.6 小时（见图 3-3）。互联网占据了消费者大量的时间，消费者上网时间增长导致消费者在搭乘电梯与排队结账时注意力集中在手机而非周边货架，口香糖等商品难以引起消费者注意力，销量难以提高。

图 3-3 中国网民平均周上网时长，2014-2018 年



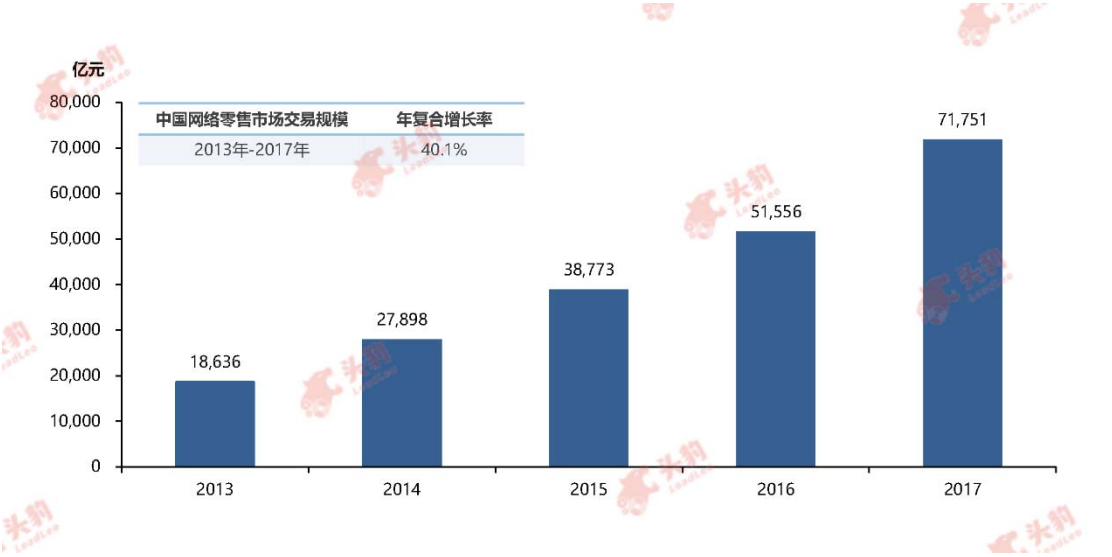
来源：CNNIC，头豹研究院编辑整理

3.2.2 移动支付与电子商务蓬勃发展

2019 年 3 月，中国人民银行颁布《2018 年支付体系运行总体情况》，指出 2018 年，银行业金融机构共处理电子支付业务 1,751.9 亿笔，金额 2,539.7 万亿元。其中，网上支付业务 570.1 亿笔，金额 2,126.3 万亿元，同比分别增长 17.4%和 2.5%。移动支付业务 605.3 亿笔，金额 277.4 万亿元，同比分别增长 61.2%和 36.7%。移动支付的兴起改变了线下实体商超便利店柜台的收银场景，解放了收银员的生产力，提升了柜台收银速度，减少了消费者排队等待的时间，在降低消费者随机消费的可能性的同时，移动支付取代了消费者曾经以口香糖代替零钱找零的场景。

根据中国电子商务研究中心数据显示，中国网络零售市场交易规模由 2013 年的 18,636 亿元增长至 2017 年的 71,751 亿元（见图 3-4）。中国居民进行网络购物数量与金额的提升降低了消费者在线下实体商超便利店的购物次数，且中国居民进行网络购物时难以接触到类似口香糖产品的随机型消费品，降低了口香糖的销量。

图 3-4 中国网络零售市场交易规模，2013-2017 年



来源：中国电子商务研究中心，头豹研究院编辑整理

4 中国口香糖行业政策及监管分析

中国政府尚未发布针对口香糖行业的监管或支持政策，口香糖行业生产销售主要遵循《中国人民共和国消费者权益保护法（2013 修正)》、《中华人民共和国食品安全法（2018 修正)》和《中华人民共和国产品质量法（2018 修正)》(见图 4-1)。

2013 年 10 月，中国第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过《中国人民共和国消费者权益保护法（2013 修正)》，明确了消费者权利、经营者义务、中国对消费者合法权益的保护和争议的解决方式等，维护了消费者权益，对包含口香糖在内的中国产品做出了约束。

2018 年 12 月，中国第十三届全国人民代表大会常务委员会第七次会议通过《中华人民共和国产品质量法（2018 修正)》，对加工、制造和用于销售的产品质量监督、生产者、销售者的产品质量责任和义务、损害赔偿和罚则等做出了明确规定，促进包含口香糖在内的中国产品质量的提升。

2018 年 12 月，中国第十三届全国人民代表大会常务委员会第七次会议通过《中华人

民共和国食品安全法（2018 修正）》，对食品安全、食品生产经营、食品检验、食品进出口、食品安全事故处理、监督管理和法律责任等食品安全领域做出了定义和规定。《中华人民共和国食品安全法（2018 修正）》在整个食品加工、生产、经营和检验领域对食品行业做出了规范，促进包含口香糖在内的食品行业规范发展。

图 4-1 口香糖行业政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《中华人民共和国食品安全法（2018修正）》	2018-12	第十三届全国人民代表大会常务委员会	对食品安全、食品生产经营、食品检验、食品进出口、食品安全事故处理、监督管理和法律责任等食品安全领域做出了定义和规定
《中华人民共和国产品质量法（2018修正）》	2018-12	第十三届全国人民代表大会常务委员会	对加工、制造和用于销售的产品质量监督、生产者、销售者的产品质量责任和义务、损害赔偿和罚则等做出了明确规定
《中国人民共和国消费者权益保护法（2013修正）》	2013-10	第十二届全国人民代表大会常务委员会	对消费者为生活消费需要购买、使用、商品或者服务进行保护，明确了消费者权利、经营者义务、中国对消费者合法权益的保护和争议的解决方式等，维护了消费者权益

来源：头豹研究院编辑整理

5 中国口香糖行业市场趋势

5.1 口香糖产品向多功能化发展

口香糖经过多年发展，单纯清新口气的功能已无法吸引消费者的注意力，口香糖生产企业可通过购买以下专利逐渐将口香糖赋予更多积极意义：

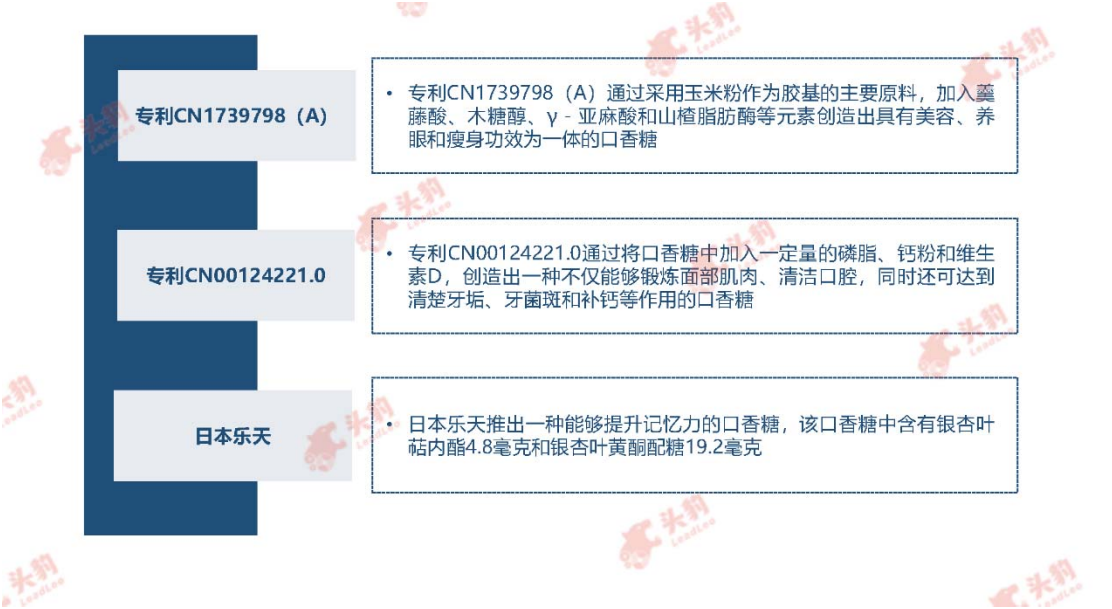
（1）专利 CN1739798（A）通过采用玉米粉作为胶基的主要原料，加入羹藤酸、木糖醇、γ - 亚麻酸和山楂脂肪酶等元素创造出具有美容、养眼和瘦身功效为一体的口香糖；

（2）专利 CN00124221.0 通过将口香糖中加入一定量的磷脂、钙粉和维生素 D，创造出一种不仅能够锻炼面部肌肉、清洁口腔，同时还可达到清楚牙垢、牙菌斑和补钙等作用的口香糖；

（3）日本乐天推出一种能够提升记忆力的口香糖，该口香糖中含有银杏叶萜内酯 4.8 毫克和银杏叶黄酮配糖 19.2 毫克，具有 9 枚薄片装和 12 枚颗粒装；

未来口香糖生产企业可通过收购专利或自主研发为口香糖产品赋予新的功能，包含美容、瘦身、补钙和增强记忆等。

图 5-1 口香糖附加功能



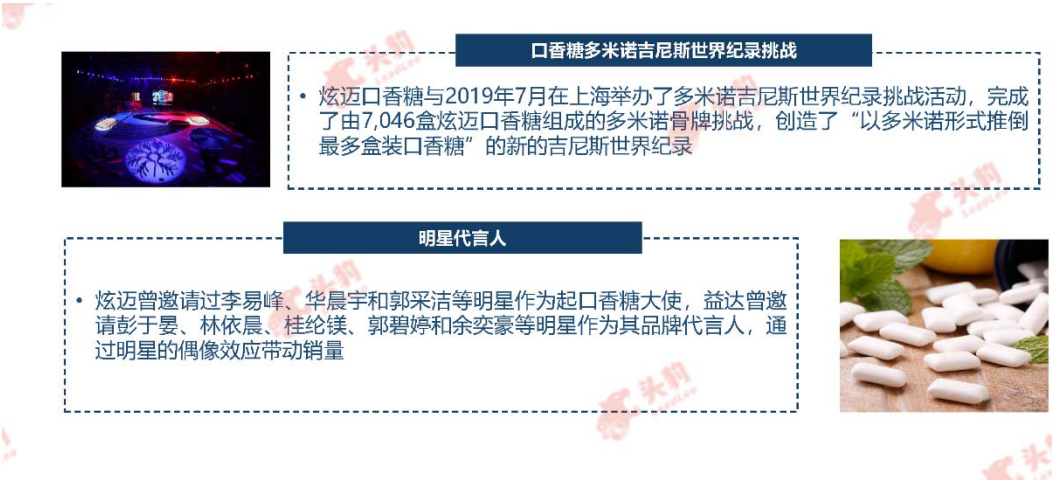
来源：头豹研究院编辑整理

5.2 口香糖企业营销模式趋向于市场热点

中国口香糖企业针对市场疲软进行了针对年轻人消费潮流的市场营销工作。口香糖企业通过了解当下年轻消费者的个性、喜好和文化，做出针对当下年轻消费者的热点营销，推出符合当下时尚潮流的口香糖产品。

炫迈口香糖与 2019 年 7 月在上海举办了多米诺吉尼斯世界纪录挑战活动，完成了由 7,046 盒炫迈口香糖组成的多米诺骨牌挑战，创造了“以多米诺形式推倒最多盒装口香糖”的新的吉尼斯世界纪录。此外，炫迈曾邀请过李易峰、华晨宇和郭采洁等明星作为起口香糖大使，益达曾邀请彭于晏、林依晨、桂纶镁、郭碧婷和余奕豪等明星作为其品牌代言人，通过明星的偶像效应带动销量。未来，更多口香糖企业将根据当下年轻人所喜好的潮流，通过发起具有吸引力的活动或邀请当红明星的模式，对其口香糖品牌进行热点营销。

图 5-2 口香糖营销



来源：头豹研究院编辑整理

6 中国口香糖行业竞争格局分析

6.1 中国口香糖行业竞争格局概述

中国口香糖行业市场竞争格局为寡头垄断市场格局，口香糖行业主要玩家为大型外资口香糖公司，其中外资企业市场份额约为 80%，主要的外资口香糖企业有箭牌糖果（中国）有限公司、亿滋（中国）有限公司、好丽友食品有限公司、乐天（中国）食品有限公司、不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司等。

大型外资口香糖公司具有口配品牌、强大的资金实力、领先的技术等优势。本土或合资口香糖企业约占市场份额的 20%，如福建雅客食品有限公司、福建久久王食品工业有限公司、浙江司必林糖果有限公司等。本土或合资口香糖企业具有了解中国市场、具备区域资源等优势（见图 6-1）。

图 6-1 口香糖行业竞争格局

竞争者企业类型	优势	代表企业	占比
外资企业	口配品牌、强大的资金实力、领先的技术	箭牌糖果（中国）有限公司、亿滋（中国）有限公司、好丽友食品有限公司、乐天（中国）食品有限公司、不凡帝范梅勒糖果（中国）有限公司	80%
本土或合资企业	了解中国市场、具备区域资源	福建雅客食品有限公司、福建久久王食品工业有限公司、浙江司必林糖果有限公司	20%

来源：头豹研究院编辑整理

6.2 中国口香糖行业典型企业分析

6.2.1 福建雅客食品有限公司

6.2.1.1 企业概况

福建雅客食品有限公司（简称“福建雅客”）成立于 1993 年，总部位于福建省晋江市。福建雅客具有 2 座工业园区、6 个分工厂、2 个研发中心、1 个跨国实验室、28 个分公司，福建雅客旗下产品销售至全球五大洲。福建雅客主营业务为糖果制品、果冻、膨化食品、饮料、饼干、保健食品、食品添加剂、调味品和货物与技术的进出口业务。



6.2.1.2 主营产品

福建雅客旗下拥有糖果产品、果冻产品、烘焙产品和长白甘泉四条产品线(见图 6-2)：（1）糖果产品线具有 84 款产品，包含蓝莓、葡萄、柠檬、草莓、香橙等各种水果口味和奶糖、牛扎糖、太妃糖、巧克力豆等产品；（2）果冻产品线具有 91 款产品，包含拉丝果冻、乳酸菌果冻及各种水果味果冻；（3）烘焙产品线具有 12 款产品，包含手撕面包、华夫饼、肉松饼等产品；(4)长白甘泉产品线包含 350ml、520ml 和 4l 装雅客长白甘泉天然矿泉水。

图 6-2 福建雅客产品



来源：头豹研究院编辑整理

6.2.1.3 竞争优势

（1）与国际同步的质量管理与研发技术

福建雅客自 2002 年起与德国糖果巧克力顾问公司 D&F 展开合作，并聘请该公司总经理伊万•法比瑞先生担任公司顾问，引进德国糖果技术。福建雅客引进瑞士、荷兰、意大利和德国等糖果产地国生产设备，将其生产线更新至国际水平。德国雅客通过了 ISO 9001:2000、保健食品 GMP 体系、出口卫生标准体系认证、ISO 22000 食品安全管理体系认证、ISO 14000:2004 环境管理体系认证、企业标准化管理体系认证和、ISO 9012 测量管理体系认证等质量管理体系认证。福建雅客公司与国际同步的质量管理与研发技术代表了福建雅客公司优质的科研水平与生产制作水平，有助于提升福建雅客公司旗下产品质量。

（2）积极的营销策略

2019 年 5 月，福建雅客公司参与位于上海新国际博览中心的“第二十届 SIAL China 中食展”，2018 年 1 月福建雅客公司开展“第三节雅客甜蜜特卖会”，2017 年 11 月福建雅客开展“甜蜜雅客，新年快乐”年货节订货会，2017 年 7 月福建雅客开展“甜蜜雅客，喜庆中国”全系列产品订货会，2017 年 4 月雅客长白甘泉成为中国国家帆船队、击剑队和体操队的赞助商，助力中国奥运国家队。福建雅客积极的营销策略提升了福建雅客的品牌知名度，提升了福建雅客旗下产品的销售量。

6.2.2 福建久久王食品工业有限公司

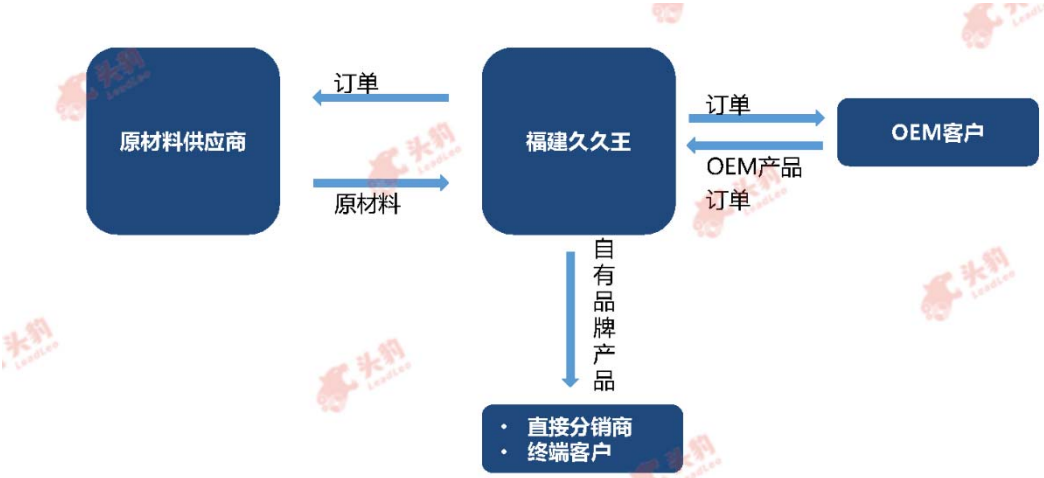
6.2.2.1 企业概况

福建久久王食品工业有限公司（简称“福建久久王”）成立于 1999 年，总部位于福建晋江。福建久久王为一家集休闲食品研发、生产、销售和出口为一体的食品公司。截至 2019 年 4 月，福建久久王拥有 31 条产品生产线，年产量约为 12,405.4 吨。截至 2018 年底，福建久久王拥有 90 名直接分销商，福建久久王收益约为 3.8 亿元，利润为 3,900 万元，2018 年毛利率为 30.1%。

6.2.2.2 商业模式

福建久久王商业模式为通过向原材料供应商下订单，购买食用香精、色素、木糖醇、葡萄糖和白糖等原材料，根据 OEM 客户需求或自有品牌产品需求将原材料加工为成品，为 OEM 客户提供食品加工服务与销售公司自有产品酷莎、拉拉卜及久久王等品牌产品，2018 年，福建久久王拥有 33 位 OEM 客户和 125 位自有品牌分销商（见图 6-3）。

图 6-3 福建久久王商业模式



来源：头豹研究院编辑整理

6.2.2.3 竞争优势

（1）全面的质量管理体系与流水线

福建久久王自 2000 年起全面引入国际质量管理体系，先后通过 HACCP 食品安全管理体系认证、ISO14001 环境管理体系、ISO9001、ISO22000 质量管理体系。福建久久王从英国、丹麦和德国等发达国家引进 36 条世界级先进的泡泡堂、口香糖、爽口片和木糖醇等全自动生产线及高级休闲糕点生产设备，以提升产品制作水平与质量。福建久久王引入的国际先进质量管理体系与生产线代表了福建久久王产品质量。

（2）企业荣誉与广阔的销售区域

福建久久王先后获得国家农业部“绿色食品理事会员单位”、“福建名牌产品“、“中国驰名商标”、“福建省食品行业龙头企业”、“全国食品安全示范单位”等众多荣誉称号。福建久久王产品远销马来西亚、越南、美国、菲律宾、新加坡、英国和南非等 30 多个国家和地区。福建久久王获得的荣誉与广阔的产品销售区域代表市场对福建久久王产品的认可。

6.2.3 福建美乐食品厂

6.2.3.1 企业概况

福建美乐食品厂（简称“福建美乐”）成立于 1998 年，工厂位于海峡西岸福州经济圈福安市。福建美乐主营业务为各类口香糖开发、生产和销售，通过引进国外先进的自动化生产设备，采用进口优质胶基为原料，充分保证产品的品质，目前已拥有“新神剑”、“神剑双柳”、“神剑清达”、“神剑冠军杯”、“神剑超级杯”和“神剑含木糖醇系列”等多种品牌系列产品。

6.2.3.2 主营产品

福建美乐具有“新神剑”、“神剑双柳”、“神剑清达”、“神剑冠军杯”、“神剑超级杯”和“神剑含木糖醇系列”等产品（图 6-4）：

（1）“新神剑”系列包括清凉薄荷味、绿茶薄荷味、柠檬薄荷味和巴西咖啡味口香糖；（2）“神剑双柳”系列包括薄荷味单片装和五片装口香糖；（3）“神剑清达”系列包括草莓味、薄荷味、哈密瓜味和西瓜味口香糖；（4）“神剑冠军杯”系列包括浓郁咖啡味、冰爽可乐味、独爱蓝莓味、水晶葡萄味、日常香橙味、酸甜柠檬味、精灵草莓味、甜蜜水蜜桃、芳甜菠萝味、愉悦香蕉味、神奇苹果味、超凉薄荷味、爽口西瓜味、甘甜哈密瓜和清香绿茶味口香糖；（5）“神剑超级杯”系列包括日常香橙味、甜蜜水蜜桃、愉悦香蕉味、精灵草莓味、神奇苹果味和水晶葡萄味口香糖；（6）“神剑含木糖醇系列”系列包括神奇苹果味、愉悦香蕉味和冰爽可乐味口香糖。

图 6-4 福建美乐产品



来源：头豹研究院编辑整理

6.2.3.3 竞争优势

（1）齐全的加工生产设备与企业证书

福建美乐“神剑”口香糖采用有机农场园栽薄荷叶，以进口优质胶基为原料，充分保证产品的品质。福建美乐采用先进的口香糖成型设备，包括韩国进口口香糖自动包装机、三维立体包装机，从分切到五片条装进行全自动化包装。福建美乐通过 HACCP 管理体系认证，获得中国国家食品卫生 A 级企业证书、食品生产加工质量安全承诺企业等证书。福建美乐采用优质的原材料，高效的生产加工设备，提升了福建美乐产品质量与加工速度。福建美乐获得的证书代表市场与中国政府对福建美乐产品的认可，促进了福建美乐的发展。

（2）专业安全的生产加工流水线

福建美乐具有神剑口香糖生产基地，神剑口香糖生产基地生产过程中生产人员需要身穿洁净工服、佩戴口罩、洗手并消毒、佩戴防过敏手套，并经过洁净风淋室进行多面风淋消毒。福建美乐加工生产过程中有专门工作人员对加工生产流程进行记录，设备出现问题时会有专业人员及时解决。福建美乐专业安全的生产加工流水线保证了口香糖的生产质量，提升了福建美乐口香糖产品的质量口碑。

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供**定制化报告**服务、**管理咨询**、**战略**调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师**外派驻场**服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、**奖项**评选、行业**白皮书**等服务

园区规划、产业规划

地方**产业规划**，**园区**企业孵化服务

报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报


图说


表说


专家说


数说

详情请咨询

客服电话

400-072-5588

上海

王先生： 13611634866
李女士： 13061967127

南京

杨先生： 13120628075
唐先生： 18014813521

深圳

李先生： 18916233114
李女士： 18049912451