

# 2018-2024年中国巧克力行业市场深度调研及未来发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国巧克力行业市场深度调研及未来发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研,结合国家统计局,行业协会,工商,税务海关等相关数据,由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分,首先,报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述;其次,是本行业的上下游产业链,市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析,接着报告中列出数家该行业的重点企业,分析相关经营数据;最后,对该行业未来的发展前景,投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏,知悉竞争对手,进行战略投资具有重要帮助。

官方网址: https://www.icandata.com/view/291566.html

报告价格: 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: sales@icandata.com

联系人: 刘老师

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、摘要、目录、图表

# 报告目录:

第一章 中国巧克力行业发展概况

- 1.1 行业基本概述
- 1.1.1 巧克力定义
- 1.1.2 巧克力的分类
- 1.1.3 巧克力文化
- 1.2 巧克力生产工艺的介绍
- 1.2.1 巧克力的基本生产流程
- 1.2.2 巧克力的加工与调温
- 第二章 巧克力行业发展环境分析
- 2.1 2016年中国经济情况和分析
- 2.2 2017年四季度中国经济预测及政策展望
- 2.3 2017年中国经济发展趋势分析
- 2.3.1 2017年中国经济政策分析
- 2.3.2 2017年中国经济形势分析
- 2.4 巧克力行业标准法规
- 2.4.1 巧克力卫生标准
- 2.4.2 巧克力及其制品生产许可证审查细则
- 第三章 2017年中国糖果及巧克力行业分析
- 3.1 2014-2017年中国糖果及巧克力行业总体分析
- 3.1.1 2016年中国糖果及巧克力行业总体分析
- 3.1.2 2017年中国糖果及巧克力行业总体分析
- 3.2 2014-2017年中国糖果及巧克力行业盈利分析
- 3.2.1 2014-2017年中国糖果及巧克力行业成本费用利润分析
- 3.2.2 2014-2017年中国糖果及巧克力行业销售毛利率分析
- 3.2.3 2014-2017年中国糖果及巧克力行业销售利润率分析
- 3.2.4 2014-2017年中国糖果及巧克力行业总资产利润率分析
- 3.3 2014-2017年中国糖果及巧克力行业偿债能力分析
- 3.4 2014-2017年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析
- 3.4.1 2016年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析

- 3.4.2 2017年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析
- 3.5 2014-2017年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析
- 3.5.1 2016年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析
- 3.5.2 2017年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析

### 第四章 中国糖果市场发展分析

- 4.1 中国糖果市场发展概述
- 4.1.1 中国糖果市场的发展过程
- 4.1.2 中国糖果市场特点
- 4.1.3 中国糖果市场现状
- 4.1.4 糖果行业各销售渠道的销售比
- 4.1.5 糖果企业各产品品类在市场的销售比
- 4.1.6 中国糖果市场竞争格局
- 4.2 中国糖果细分市场特点分析
- 4.2.1 奶糖市场特点
- 4.2.2 硬糖市场特点
- 4.2.3 软糖市场特点
- 4.2.4 巧克力市场特点
- 4.2.5 酥糖市场特点
- 4.3 2017年中国糖果供给分析
- 4.3.1 2002-2017年中国糖果生产供给情况
- 4.3.2 2014-2017年中国糖果区域供给集中度分析
- 4.3.3 2002-2017年主要省市糖果产量统计
- 4.4 中国糖果企业面临的问题及对策
- 4.4.1 国内糖果企业面临的问题
- 4.4.2 中国糖果企业突围之路
- 4.4.3 中国糖果企业营销策略
- 4.5 中国糖果业发展前景趋势分析
- 4.5.1 功能性糖果发展前景
- 4.5.2 糖果行业发展趋势
- 4.5.3 糖果行业新的发展方向
- 4.5.4 中国糖果新的发展趋势
- 第五章 中国巧克力市场发展分析

- 5.1 中国巧克力市场概述
- 5.1.1 中国巧克力市场现状
- 5.1.2 中国巧克力市场竞争格局
- 5.1.3 中国巧克力礼品市场简析
- 5.2 2010-2017年中国巧克力市场规模分析
- 5.2.1 2010-2017年中国巧克力市场规模分析
- 5.2.2 2010-2017年中国片装巧克力市场规模分析
- 5.2.3 2010-2017年中国袋装巧克力市场规模分析
- 5.2.4 2010-2017年中国盒装巧克力市场规模分析
- 5.2 2010-2017年中国巧克力口味分析
- 5.2.1 2010-2017年牛奶巧克力市场占有率分析
- 5.2.2 2010-2017年黑巧克力市场占有率分析
- 5.2.3 2010-2017年夹心巧克力市场占有率分析
- 5.2.4 2010-2017年白巧克力市场占有率分析
- 5.3 中国巧克力品牌市场份额分析
- 5.3.1 不同品牌巧克力市场份额分析
- 5.3.2 巧克力主要企业市场份额分析
- 5.4 巧克力市场特征分析
- 5.4.1 巧克力成为消费市场一种文化特征
- 5.4.2 巧克力市场消费者的心理特征分析
- 5.4.3 巧克力市场价格走势特征
- 5.5 2017年巧克力及其他含可可的食品进出口分析
- 5.5.1 2005-2017年巧克力及其他含可可的食品进口总体分析
- 5.5.2 2005-2017年巧克力及其他含可可的食品出口分析
- 5.5.3 2017年中国巧克力及其他含可可的食品重点省市进出口分析
- 5.5.4 2017年主要国家巧克力及其他含可可的食品进出口分析
- 5.5.5 2005-2017年中国巧克力及其他含可可的食品进出口的均价趋势
- 5.6 中国巧克力市场存在的问题及解决策略
- 5.6.1 中国巧克力市场存在的问题
- 5.6.2 中国巧克力企业面临的问题
- 5.6.3 国内巧克力企业与国外企业的差距
- 5.6.4 开拓情侣巧克力市场策略

- 5.6.5 中国巧克力企业发展建议
- 第六章 中国巧克力品牌发展分析
- 6.1 巧克力市场品牌发展概述
- 6.1.1 巧克力品牌本源
- 6.1.2 中国巧克力品牌现状
- 6.1.3 中国巧克力品牌存在问题
- 6.2 中国巧克力品牌发展策略
- 6.2.1 巧克力品牌定位建议
- 6.2.2 中国巧克力打造品牌之路
- 6.2.3 中国巧克力品牌塑造之路
- 第七章 中国巧克力消费市场消费者调研分析
- 7.1 中国巧克力主要消费市场调研分析
- 7.1.1 北京市巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.2 天津巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.3 太原巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.4 哈尔滨巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.5 长春巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.6 沈阳巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.7 大连巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.8 济南巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.9 青岛巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.10 南京巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.11 苏州巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.12 上海巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.13 杭州巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.14 宁波巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.15 福州巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.16 厦门巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.17 合肥巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.18 南昌巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.19 郑州巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.20 长沙巧克力市场消费者调研分析

- 7.1.21 武汉巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.22 广州巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.23 深圳巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.24 佛山巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.25 南宁巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.26 海口巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.27 成都巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.28 重庆巧克力市场消费者调研分析
- 7.1.29 昆明巧克力市场消费者调研分析析
- 7.1.30 西安巧克力市场消费者调研分析
- 7.2 主要巧克力品牌消费者特征分析
- 7.2.1 德芙消费者特征分析
- 7.2.2 吉百利消费者特征分析
- 7.2.3 金帝消费者特征分析
- 7.2.4 雀巢消费者特征分析
- 7.2.5 金丝猴消费者特征分析
- 7.2.6 费列罗消费者特征分析
- 7.2.7 好时消费者特征分析
- 7.2.8 士力架消费者特征分析
- 7.2.9 吉利莲消费者特征分析
- 7.2.10 金莎消费者特征分析
- 7.3 中国巧克力消费者的生活态度分析
- 7.4 中国巧克力消费者的体育及休闲活动分析
- 第八章 中国巧克力包装行业分析
- 8.1 中国巧克力包装行业发展概述
- 8.1.1 中国巧克力包装业发展现状
- 8.1.2 中国巧克力包装业与国外存在差距
- 8.1.3 中国解决巧克力包装业瓶颈对策
- 8.2 包装对巧克力的作用
- 8.2.1 保质作用
- 8.2.2 提高产品卫生安全性作用
- 8.2.3 刺激消费作用

- 8.3 巧克力包装的发展趋势
- 8.3.1 标准化的产品包装机向高速自动化发展趋势
- 8.3.2 个性化产品包装机发展趋势
- 8.3.3 巧克力包装设计发展趋势
- 8.3.4 巧克力包装机械数字化最新发展趋势
- 第九章 重点企业发展分析
- 9.1 爱芬食品(北京)有限公司
- 9.1.1 企业基本情况
- 9.1.2 2017年企业偿债能力分析
- 9.1.3 2017年企业盈利能力分析
- 9.1.4 2017年企业成本费用分析
- 9.2 深圳金帝食品有限公司
- 9.2.1企业基本情况
- 9.2.2 2017年企业偿债能力分析
- 9.2.3 2017年企业盈利能力分析
- 9.2.4 2017年企业成本费用分析
- 9.3 天津雀巢有限公司
- 9.3.1 企业基本情况
- 9.3.2 企业偿债能力分析
- 9.3.3 企业盈利能力分析
- 9.3.4 企业成本费用分析
- 9.4 上海申丰食品有限公司
- 9.4.1企业基本情况
- 9.4.2 企业偿债能力分析
- 9.4.3 企业盈利能力分析
- 9.4.4 企业成本费用分析
- 9.5 好丽友食品有限公司
- 9.5.1企业基本情况
- 9.5.2 2017年企业偿债能力分析
- 9.5.3 2017年企业盈利能力分析
- 9.5.4 2017年企业成本费用分析
- 9.6 吉百利(中国)食品有限公司

- 9.6.1 企业基本情况
- 9.6.2 企业偿债能力分析
- 9.6.3 企业盈利能力分析
- 9.6.4 企业成本费用分析
- 9.7 上海丰原嘉丽可可食品有限公司
- 9.7.1 企业基本情况
- 9.7.2 企业偿债能力分析
- 9.7.3 企业盈利能力分析
- 9.7.4 企业成本费用分析
- 9.8 沈阳可可琳纳食品有限公司
- 9.8.1企业基本情况
- 9.8.2 企业偿债能力分析
- 9.8.3 企业盈利能力分析
- 9.8.4 企业成本费用分析
- 9.9 味觉糖食品(上海)有限公司
- 9.9.1企业基本情况
- 9.9.2 企业偿债能力分析
- 9.9.3 企业盈利能力分析
- 9.9.4 企业成本费用分析
- 9.10 浙江金旺达食品有限公司
- 9.10.1 企业基本情况
- 9.10.2 企业偿债能力分析
- 9.10.3 企业盈利能力分析
- 9.10.4 企业成本费用分析
- 9.11 台山市达利糖果玩品有限公司
- 9.11.1 企业基本情况
- 9.11.2 企业偿债能力分析
- 9.11.3 企业盈利能力分析
- 9.11.4 企业成本费用分析
- 9.12 上海百诺食品有限公司
- 9.12.1 企业基本情况
- 9.12.2 企业偿债能力分析

- 9.12.3 企业盈利能力分析
- 9.12.4 企业成本费用分析
- 9.13 广州市番禺区金花食品有限公司
- 9.13.1 企业基本情况
- 9.13.2 企业偿债能力分析
- 9.13.3 企业盈利能力分析
- 9.13.4 企业成本费用分析
- 第十章 巧克力行业投资分析
- 10.1 国外巧克力市场投资分析
- 10.1.1 俄巧克力市场投资空间大
- 10.1.2 法国巧克力市场需求量旺盛
- 10.1.3 特色巧克力走俏日本情人节市场
- 10.1.4 有机巧克力冲刺美国市场
- 10.2 中国巧克力市场投资策略
- 10.2.1 中国巧克力市场发展潜力
- 10.2.2 中国巧克力市场消费发展特点
- 10.2.3 巧克力市场营销策略
- 10.3 巧克力店的投资策略
- 10.3.1 开业策划
- 10.3.2 经营策略
- 10.3.3 开业设备
- 10.3.4 店址的选择
- 10.4 巧克力及其制品的新品开发投资分析
- 10.4.1 巧克力配料的创新
- 10.4.2 膨化食品的巧克力涂层解析
- 10.4.3 巧克力生产技术的发展趋势
- 10.4.4 模注巧克力制品的开发
- 第十一章中国巧克力行业发展前景及趋势分析(AKLT)
- 11.1 中国巧克力业发展前景及趋势
- 11.1.1 中国巧克力发展前景
- 11.1.2 品牌成为巧克力消费的发展方向
- 11.1.3 2017年玛氏并购箭牌后中国市场的走向

### 11.1.4 巧克力发展趋势

- 11.2 2018-2024年中国巧克力市场规模预测
- 11.2.1 2018-2024年中国巧克力市场总体销售规模预测
- 11.2.2 2018-2024年中国片装巧克力市场销售规模预测
- 11.2.3 2018-2024年中国袋装巧克力市场销售规模预测
- 11.2.4 2018-2024年中国盒装巧克力市场销售规模预测

### 图表目录:

- 图表 1 巧克力基本生产流程的条件
- 图表 2 巧克力调温得临界温度
- 图表 3 2004-2017年中国GDP增长趋势图
- 图表 4 2004-2017年中国居民消费价格涨跌幅度
- 图表 5 2017年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 6 2004-2017年国家外汇储备情况
- 图表 7 2004-2017年税收收入及其增长情况
- 图表 8 2004-2017年粮食产量及其增长情况
- 图表 9 2004-2017年工业增加值及其增长情况
- 图表 10 2017年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表 11 2017年1-12月规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表 12 2004-2017年固定资产投资及其增长情况
- 图表 13 2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表 14 2017年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表 15 2004-2017年社会消费品零售总额及其增长情况
- 图表 16 2004-2017年货物进出口总额及其增长情况
- 图表 17 2017年货物进出口总额及其增长速度
- 图表 18 2017年对主要国家和地区货物进出口总额及其增长速度
- 图表 19 2017年分行业外商直接投资及其增长速度
- 图表 20 2017年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表 21 2017年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表 22 2004-2017年电话用户数
- 图表 23 2017年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
- 图表 24 2004-2017年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长情况
- 图表 25 2004-2017年各类教育招生人数

图表 26 2017年中国人口数及其构成

图表 27 2004-2017年农村居民人均纯收入及其增长情况

图表 28 2004-2017年城镇居民人均纯收入及其增长情况

图表 29 2004-2017年能源消费总量及其增长情况

图表 30 巧克力行业卫生标准理化指标情况

图表 31 巧克力行业细菌指标标准

更多图表见正文……

详细请访问: https://www.icandata.com/view/291566.html

# 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

# 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务(销售)人员及客户进行访谈,获取最新的 一手市场资料;

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料;

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料;

行业公开信息;

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息;

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料;

行业资深专家公开发表的观点;

对行业的重要数据指标进行连续性对比,反映行业发展趋势;

中华人民共和国国家统计局 http://www.stats.gov.cn

中华人民共和国国家工商行政管理总局 http://www.saic.gov.cn

中华人民共和国海关总署 http://www.customs.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

中国证券监督管理委员会 http://www.csrc.gov.cn

中华人民共和国商务部 http://www.mofcom.gov.cn

世界贸易组织 https://www.wto.org

联合国统计司 http://unstats.un.org

联合国商品贸易统计数据库 http://comtrade.un.org

# 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网(www.icandata.com)隶属艾凯咨询集团(北京华经艾凯企业咨询有限公司) ,艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报,为企业商业决策赋能,是领先的市场研究 报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。 艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等,为用户及时了 解迅速变化中的世界和中国市场提供便利,为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队,密切关注市场最新动向。在多个行业,拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域,我们有国内外众多合作研究机构,同时我们聘请数名行业资深专家顾问,帮助客户分清市场现状和趋势,找准市场定位和切入机会,提出合适中肯的建议,帮助客户实现价值,与客户一同成长。

# 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴:

服务齐全促销、推荐指数、积分、网上支付等; 良好声誉广泛知名度、满意度,众多新老客户。