

# 2016-2022年中国互联网+ 巧克力行业前景展望及投资战略分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国互联网+巧克力行业前景展望及投资战略分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/shipin/H47750H30R.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

近几年，我国巧克力市场一直保持着10%至15%的年增长率，高于全球糖果巧克力年均增长速度近6个百分点，已成为我国食品工业中发展速度较快的行业。总的来说，目前，我国巧克力行业呈现以下四个特点。一是巧克力文化的挖掘力度及产品的品牌宣传力度不够，大多数消费者对巧克力文化根本不了解；二是食品安全形势依然严峻，行业管理工作任重道远。在巧克力加工行业中，小型企业居多，在原料控制，生产管理等诸多方面都有待于提高和加强。三是原辅材料价格持续上涨、用工成本等不断提高，导致企业经营成本大幅增加，部分中小企业不堪重负。近几年，可可粉市场价格上涨高达4倍，由每吨8000元涨到每吨4万元，糖价上涨约36%，而且仍未出现下降或稳定的势头。四是众多中小企业实力不足，难于形成规模效益，不利于品牌培育。目前在我国巧克力行业，中小企业所占行业企业总数的90%以上，众多的中小企业，规模小，资源利用不合理，技术管理水平不高，产品质量得不到可靠保证，人才相对匮乏，信用等级低，信贷困难，普遍存在资金不足的问题，严重制约企业技术创新的步伐。

我国巧克力市场品牌可大体分为高端外资品牌、合资品牌和本土品牌三大类，总计约七八十个品牌。其中，世界巧克力巨头，如费列罗、吉百利、玛氏德芙、雀巢、好时等纷纷进入我国市场，都要分享我国巧克力市场这块大蛋糕。雀巢正式并购国内糖果巨头徐福记，大幅改变我国糖果市场格局，雀巢将借机向二三线城市乃至广阔的乡村市场延伸。国内品牌市场份额将进一步下滑，金帝、马大姐、金丝猴等本土品牌要想做大市场还有很长的路要走。

2014年我国巧克力产量达到35万吨，同比增长率为12.9%。行业总产值为220.8亿元，同比2013年增长15.02%。2012年我国巧克力行业企业数量为637个，增长率为5.23%，2013年增加了34家，增长率保持在5%左右，2014年企业数量增长率下降到3.28%，总企业数量为693家。我国巧克力生产企业虽然有693家，但是行业产能较为集中，4家行业巨头就占据了整个行业78%的产能。其中，玛氏产能份额38%，金帝产能份额17%，费列罗产能份额12%，吉百利产能份额11%。

随着电子商务飞速发展，互联网具备庞大的商机信息量、即时互动性、成本较低的特点，为广大巧克力生产企业开启了快速崛起、提升市场竞争力的营销新渠道。于此同时，国内的电子商务平台也如雨后春笋般层出不穷。让不少的巧克力企业尝到了甜头，进而引发了一股行业内电子商务投资热潮。国内德芙、吉百利、好时、费列罗、金帝、恺撒威登等知名家纺品牌都已成立自己的天猫旗舰店，上线阿里巴巴在线网络购物平台、京东、买购网、阳光一号进口食品网上商城等。还出现了专门做巧克力各类网站，如：德芙网上商城。然而，许多急于参与电子商务的巧克力企业在面对互联网营销时，并没有对其进行全方位的考察分析，多有跟风的特点。尤其是当前各类B2B、B2C第三方平台的涌现，层次、特色和优势各有不同

，也让不少企业看花了眼，不知怎样的电子商务平台适合自身的发展。同样是积极投资电子商务，有的巧克力企业能够以较快的速度迅速扩展自己的业务，提升业绩；而有的企业则依然不见起色，这其中与企业如何选择和经营电子商务平台有着很大的关系。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国互联网+巧克力行业前景展望及投资战略分析报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、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。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一部分 电子商务+巧克力行业基本概述

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

1、电子商务市场结构

2、电子商务区域结构

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

## 五、&ldquo;互联网+&rdquo;的趋势

### 第二章 互联网环境下巧克力行业的机会与挑战

#### 第一节 2015年中国互联网环境分析

##### 一、网民基本情况分析

###### 1、总体网民规模分析

###### 2、分省网民规模分析

###### 3、手机网民规模分析

###### 4、网民属性结构分析

##### 二、网民互联网应用状况

###### 1、信息获取情况分析

###### 2、商务交易发展情况

###### 3、交流沟通现状分析

###### 4、网络娱乐应用分析

#### 第二节 互联网环境下巧克力行业的机会与挑战

##### 一、互联网时代行业大环境的变化

##### 二、互联网直击传统行业消费痛点

##### 三、互联网助力企业开拓市场

##### 四、电商成为传统企业突破口

#### 第三节 互联网巧克力行业的改造与重构

##### 一、互联网重构行业的供应链格局

##### 二、互联网改变生产厂商营销模式

##### 三、互联网导致行业利益重新分配

##### 四、互联网改变行业未来竞争格局

#### 第四节 巧克力与互联网融合创新机会孕育

##### 一、电商政策变化趋势分析

##### 二、电子商务消费环境趋势分析

##### 三、互联网有助于精确巧克力行业市场定位

##### 四、电商黄金发展期机遇分析

##### 五、大数据创新巧克力行业需求开发

### 第二部分 电子商务+巧克力行业市场分析

### 第三章 巧克力行业发展现状分析

#### 第一节 巧克力行业发展环境分析

##### 一、国际宏观经济分析

- 1、2015年全球经济运行概况
- 2、2016年全球经济形势预测

##### 二、国内环境分析

- 1、2015年中国宏观经济运行概况
- 2、2016年中国宏观经济趋势预测

##### 三、社会环境分析

##### 四、技术环境分析

#### 第二节 巧克力行业发展现状分析

##### 一、巧克力行业产业政策分析

##### 二、巧克力行业发展现状分析

##### 三、巧克力行业主要企业分析

##### 四、巧克力行业市场规模分析

#### 第三节 巧克力行业市场前景分析

##### 一、巧克力行业发展机遇分析

##### 二、巧克力行业市场规模预测

##### 三、巧克力行业发展前景分析

### 第四章 巧克力行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 巧克力电商市场规模与渗透率

##### 一、巧克力电商总体开展情况

##### 二、巧克力电商交易规模分析

##### 三、巧克力电商渠道渗透率分析

#### 第二节 巧克力电商行业盈利能力分析

##### 一、巧克力电子商务发展有利因素

##### 二、巧克力电子商务发展制约因素

##### 三、巧克力电商行业经营成本分析

##### 四、巧克力电商行业盈利模式分析

##### 五、巧克力电商行业盈利水平分析

#### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、巧克力电商行业市场空间测算
- 二、巧克力电商市场规模预测分析
- 三、巧克力电商发展趋势预测分析

### 第三部分 电商策略分析

#### 第五章 巧克力企业互联网战略体系构建及平台选择

##### 第一节 巧克力企业转型电商构建分析

###### 一、巧克力电子商务关键环节分析

- 1、产品采购与组织
- 2、电商网站建设
- 3、网站品牌建设及营销
- 4、服务及物流配送体系
- 5、网站增值服务

###### 二、巧克力企业电子商务网站构建

- 1、商务分析阶段
- 2、设计阶段
- 3、建设变革阶段
- 4、整合运行阶段

##### 第二节 巧克力企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

##### 第三节 巧克力企业转型电商平台选择分析

###### 一、巧克力企业电商建设模式

###### 二、自建商城网店平台

- 1、自建商城概况分析
- 2、自建商城优势分析

###### 三、借助第三方网购平台

- 1、电商平台的优劣势
- 2、电商平台盈利模式

###### 四、电商服务外包模式分析

- 1、 电商服务外包的优势
  - 2、 电商服务外包可行性
  - 3、 电商服务外包前景
- 五、 巧克力企业电商平台选择策略

## 第六章 巧克力行业电子商务运营模式分析

### 第一节 巧克力电子商务B2B模式分析

- 一、 巧克力电子商务B2B市场概况
- 二、 巧克力电子商务B2B盈利模式
- 三、 巧克力电子商务B2B运营模式
- 四、 巧克力电子商务B2B的供应链

### 第二节 巧克力电子商务B2C模式分析

- 一、 巧克力电子商务B2C市场概况
- 二、 巧克力电子商务B2C市场规模
- 三、 巧克力电子商务B2C盈利模式
- 四、 巧克力电子商务B2C物流模式
- 五、 巧克力电商B2C物流模式选择

### 第三节 巧克力电子商务C2C模式分析

- 一、 巧克力电子商务C2C市场概况
- 二、 巧克力电子商务C2C盈利模式
- 三、 巧克力电子商务C2C信用体系
- 四、 巧克力电子商务C2C物流特征
- 五、 C2C电商企业物流模式选择

### 第四节 巧克力电子商务O2O模式分析

- 一、 巧克力电子商务O2O市场概况
- 二、 巧克力电子商务O2O优势分析
- 三、 巧克力电子商务O2O营销模式
- 四、 巧克力电子商务O2O潜在风险

## 第四部分 行业案例分析

### 第七章 巧克力主流网站平台比较及企业入驻选择

#### 第一节 天猫商城

- 一、天猫商城发展基本概述
- 二、天猫商城用户特征分析
- 三、天猫商城网购优势分析
- 四、天猫商城交易规模分析
- 五、天猫商城平均消费金额分析
- 六、天猫商城企业入驻情况

## 第二节 京东商城

- 一、京东商城发展基本概述
- 二、京东商城用户特征分析
- 三、京东商城网购优势分析
- 四、京东商城交易规模分析
- 五、京东商城平均消费金额分析
- 六、京东商城企业入驻情况

## 第三节 1号店

- 一、1号店发展基本概述
- 二、1号店用户特征分析
- 三、1号店网购优势分析
- 四、1号店交易规模分析
- 五、1号店平均消费金额分析
- 六、1号店企业入驻情况

## 第四节 亚马逊中国

- 一、亚马逊发展基本概述
- 二、亚马逊用户特征分析
- 三、亚马逊网购优势分析
- 四、亚马逊交易规模分析
- 五、亚马逊平均消费金额分析

## 第五节 当当网

- 一、当当网发展基本概述
- 二、当当网用户特征分析
- 三、当当网网购优势分析
- 四、当当网交易规模分析
- 五、当当网平均消费金额分析

## 第六节 上海百诺食品有限公司

### 一、上海百诺发展基本概述

### 二、上海百诺产品分析

### 三、上海百诺经营情况分析

### 四、上海百诺电商发展现状分析

### 五、上海百诺发展策略分析

## 第八章 巧克力企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 巧克力企业电子商务市场投资要素

#### 一、企业自身发展阶段的认知分析

#### 二、企业开展电子商务目标的确定

#### 三、企业电子商务发展的认知确定

#### 四、企业转型电子商务的困境分析

### 第二节 巧克力企业转型电商物流投资分析

#### 一、巧克力企业电商自建物流分析

##### 1、电商自建物流的优势分析

##### 2、电商自建物流的负面影响

#### 二、巧克力企业电商外包物流分析

##### 1、快递业务量完成情况

##### 2、快递业务的收入情况

##### 3、快递业竞争格局分析

### 第三节 巧克力企业电商市场策略分析

## 图表目录：

图表：2010-2015年电子商务交易规模

图表：2015年电子商务市场细分行业构成

图表：2010-2015年中国网民规模和互联网普及率

图表：2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2010-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2013-2015年中国网民性别结构

图表：2013-2015年中国网民年龄结构

图表：2013-2015年中国网民学历结构

图表：2013-2015年搜索/手机搜索用户规模

图表：2013-2015年博客用户规模

图表：2013-2015年网购/手机网购用户规模

图表：2015年网络购物市场品牌渗透率

图表：2013-2015年团购/手机团购用户规模

图表：2015年团购市场品牌渗透率

图表：2013-2015年网上支付/手机网上支付用户规模

图表：2015年网上支付市场品牌渗透率

图表：2013-2015年在线旅游预订/手机在线旅游预订用户规模

图表：2015年在线旅游市场品牌渗透率

图表：2013-2015年即时通信/手机即时通信用户规模

图表：2013-2015年微博客/手机微博客用户规模

图表：2013-2015年网络游戏/手机网络游戏用户规模

图表：2013-2015年网络文字用户规模

图表：2013-2015年网络视频/手机网络视频用户规模

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2015年居民消费价格比2014年涨跌幅度

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2015年全国一般公共预算收入

图表：2012-2015年国家外汇储备

图表：2015年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2012-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2011-2015年中国单位GDP增速吸纳的城镇就业人数走势图

图表：2011-2015年我国CPI同比增速及未来预测

图表：2011-2015年我国M2增速及未来预测

图表：2013-2015年我国固定资产投资完成额及分项累计同比增长率

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2012-2015年城镇新增就业人数

图表：2012-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2012-2015年卫生技术人员人数

图表：巧克力热风连续焙炒机的工艺条件

图表：2012-2015年中国巧克力行业企业数量

图表：2012-2015年中国巧克力行业市场规模

图表：2016-2022年中国巧克力行业市场规模预测

图表：2012-2015年我国巧克力电商交易规模

图表：不同口味巧克力味网购销售占比结构

图表：不同品牌巧克力网购销售量占比结构

图表：2012-2015年我国巧克力电商交易规模渗透率

图表：2016-2022年我国巧克力电商交易规模预测

图表：B2B电子商务供应链示意图

图表：买方集中模式的结构图

图表：卖方集中模式的结构图

图表：网上交易市场的结构图

图表：B2C电子商务销售渠道

图表：2015年商户选择移动终端方式情况

图表：食品企业电商建设模式情况

图表：巧克力行业垂直模式B2B结构

图表：面向中间交易市场的B2B销售商和采购商

图表：2012-2015年我国巧克力电商B2C市场规模

图表：天猫商城用户年龄结构

图表：2015年天猫商城数据

图表：2015年天猫商城平均消费金额分析

图表：京东用户各移动设备上网时间段分析

图表：2015年京东商城每单消费金额

图表：当当网用户地区分布

图表：当当网用户年龄分布

图表：上海百诺食品有限公司产品结构分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/H47750H30R.html>