

# 2017-2022年中国巧克力行业 市场运营态势与发展建议咨询报告

## 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

《2017-2022年中国巧克力行业市场运营态势与发展建议咨询报告》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/R438025FP0.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

随巧克力是以可可浆和可可脂为主要原料制成的一种甜食。它不但口感细腻甜美，而且还具有一股浓郁的香气。巧克力可以直接食用，也可被用来制作蛋糕、冰激凌等。其主要原料可可豆产于赤道南北纬18度以内的狭长地带。巧克力的主要成分是可可脂，可可脂中含有可可碱，对多种动物有毒，但对人类来说，可可碱是一种健康的反镇静成分，故食用巧克力有提升精神，增强兴奋等功效。

巧克力不仅具有美妙的味道，更因其本身代表的一种特殊的文化而受人青睐。在国外，巧克力被称为“爱情巧克力”，和玫瑰花相配是情人节最好的礼物。喜庆日、节假日为亲朋好友送上一份精美的巧克力，就是送上一份深入肺腑的丝丝暖意。这份“浓浓之情”，体现了人的品位和真情真意。巧克力作为一种时尚的休闲食品益受欢迎，在欧洲，瑞士每年人均消费巧克力10公斤；在亚洲，韩国和日本的人均消费量也达1.4公斤。在中国，一个14亿人口的消费大国，拥有几千年的饮食文化沉淀，目前的巧克力消费量远远小于日本和韩国。

近年来，随着我国经济的快速发展，我国巧克力行业市场规模不断扩大，2015年我国巧克力行业市场规模为185.16亿元，2016年我国巧克力行业市场规模达到212.93亿元，增长速度较快。消费者对于巧克力品质的口感的是各不相同的，因此市场上巧克力的种类也是五花八门。而对于巧克力品质的追求，可以看出是人们物质生活以及精神生活水平要求的一种延伸，巧克力是非常个人个人化的食品，因而巧克力的品质要求就显得非常的重要。除此之外，巧克力的包装和品牌也是非常重要的，女生比较倾向于包装类精美的事物，品牌也会为其加分不少。随着企业数量不断增多，行业的竞争日益激烈，每个生产厂家必然要多市场进行细分。未来消费升级，天然可可未来将不断取代代可可脂。

中国的巧克力市场近几年开始呈现疲态。不仅如此，追求健康和天然的消费理念日益改变着中国消费者的购买行为，这也是巧克力品类增长面临的另一大挑战。2016年，我国巧克力行业销售量为12.03万吨，较上年相比，销售量下跌了3.84%，销售规模为183.5亿元，同比下跌1.33%。

2011-2016年中国巧克力市场销售量

2011-2016年中国巧克力市场销售规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国巧克力行业市场运营态势与发展建议咨询报告》共十一章。首先介绍了巧克力相关概念及发展环境，接着分析了中国巧克力规模及消费需求，然后对中国巧克力市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国巧克力面临的机遇及

发展前景。您若想对中国巧克力有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

## 第一章 中国巧克力行业发展概况 1

### 1.1 行业基本概述 1

#### 1.1.1 巧克力定义 1

#### 1.1.2 巧克力的分类 1

#### 1.1.3 巧克力文化 3

### 1.2 巧克力生产工艺的介绍 6

#### 1.2.1 巧克力的基本生产流程 6

#### 1.2.2 巧克力的加工与调温 7

## 第二章 巧克力行业发展环境分析 10

### 2.1 2016年中国经济情况和分析 10

### 2.2 2017年中国经济预测及政策展望 20

### 2.3 2017年中国经济发展趋势分析 23

#### 2.3.1 2017年中国经济政策分析 23

#### 2.3.2 2017年中国经济形势分析 25

### 2.4 巧克力行业标准法规 26

#### 2.4.1 巧克力卫生标准 26

#### 2.4.2 巧克力及其制品生产许可证审查细则 38

## 第三章 2016年中国糖果及巧克力行业分析 42

### 3.1 2015-2016年中国糖果及巧克力行业总体分析 42

#### 3.1.1 2015年中国糖果及巧克力行业总体分析 42

#### 3.1.2 2016年中国糖果及巧克力行业总体分析 46

### 3.2 2015-2016年中国糖果及巧克力行业盈利分析 46

- 3.2.1 2015-2016年中国糖果及巧克力行业成本费用利润率分析 46
- 3.2.2 2015-2016年中国糖果及巧克力行业销售毛利率分析 47
- 3.2.3 2015-2016年中国糖果及巧克力行业销售利润率分析 47
- 3.2.4 2015-2016年中国糖果及巧克力行业总资产利润率分析 47
- 3.3 2015-2016年中国糖果及巧克力行业偿债能力分析 47
- 3.4 2015-2016年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析 48
  - 3.4.1 2015年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析 48
  - 3.4.2 2016年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析 49
- 3.5 2015-2016年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析 50
  - 3.5.1 2015年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析 50
  - 3.5.2 2016年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析 51

#### 第四章 中国糖果市场发展分析 52

- 4.1 中国糖果市场发展概述 52
  - 4.1.1 中国糖果市场的发展过程 52
  - 4.1.2 中国糖果市场特点 52
  - 4.1.3 中国糖果市场现状 53
  - 4.1.4 糖果行业各销售渠道的销售比 54
  - 4.1.5 糖果企业各产品品类在市场的销售比 54
  - 4.1.6 中国糖果市场竞争格局 55
- 4.2 中国糖果细分市场特点分析 57
  - 4.2.1 奶糖市场特点 57
  - 4.2.2 硬糖市场特点 58
  - 4.2.3 软糖市场特点 58
  - 4.2.4 巧克力市场特点 59
  - 4.2.5 酥糖市场特点 59
- 4.3 2016年中国糖果供给分析 60
  - 4.3.1 2015-2016年中国糖果生产供给情况 60
  - 4.3.2 2015-2016年中国糖果区域供给集中度分析 61
  - 4.3.3 2015-2016年主要省市糖果产量统计 62
- 4.4 中国糖果企业面临的问题及对策 63
  - 4.4.1 国内糖果企业面临的问题 63

- 4.4.2 中国糖果企业突围之路 63
- 4.4.3 中国糖果企业营销策略 63
- 4.5 中国糖果业发展前景趋势分析 66
  - 4.5.1 功能性糖果发展前景 66
  - 4.5.2 糖果行业发展趋势 67
  - 4.5.3 糖果行业新的发展方向 68
  - 4.5.4 中国糖果新的发展趋势 68

## 第五章 中国巧克力市场发展分析 69

### 5.1 中国巧克力市场概述 69

#### 5.1.1 中国巧克力市场现状 69

2016年，中国巧克力市场依旧由外资企业主导，玛氏、费列罗、雀巢、好时、亿滋、雅客市场占有率高达80%，品牌上玛氏旗下德芙一家独大，市占高达26.5%。中国巧克力市场由国际糖果巨头企业占据着绝对主导地位，玛氏拥旗下德芙、M&M、士力架等众多知名品牌16年市占率达39.6%，费列罗依靠Ferrero Rocher和Kinder等品牌市占17.9%，雀巢、好时紧随其后，市占率分别达9.9%和8.4%。相比之下，国产品牌显得黯淡，原国产巧克力第一品牌金帝被反复收购后已经停产，徐福记被玛氏控股，而金丝猴被好时收购。

#### 2016年中国巧克力行业格局

#### 2016年中国巧克力行业品牌占有率

#### 5.1.2 中国巧克力市场竞争格局 69

#### 5.1.3 中国巧克力礼品市场简析 69

### 5.2 2015-2016年中国巧克力市场规模分析 70

#### 5.2.1 2015-2016年中国巧克力市场规模分析 70

#### 5.2.2 2015-2016年中国片装巧克力市场规模分析 71

#### 5.2.3 2015-2016年中国袋装巧克力市场规模分析 72

#### 5.2.4 2015-2016年中国盒装巧克力市场规模分析 73

### 5.3 中国巧克力品牌市场份额分析 73

#### 5.3.1 不同品牌巧克力市场份额分析 73

#### 5.3.2 巧克力主要企业市场份额分析 74

### 5.4 巧克力市场特征分析 75

#### 5.4.1 巧克力成为消费市场一种文化特征 75

- 5.4.2 巧克力市场消费者的心理特征分析 75
- 5.4.3 巧克力市场价格走势特征 77
- 5.5 2016年巧克力及其他含可可的食品进出口分析 77
  - 5.5.1 2015-2016年巧克力及其他含可可的食品进口总体分析 77
  - 5.5.2 2015-2016年巧克力及其他含可可的食品出口分析 78
  - 5.5.3 2016年中国巧克力及其他含可可的食品重点省市进出口分析 78
  - 5.5.4 2016年主要国家巧克力及其他含可可的食品进出口分析 79
  - 5.5.5 2015-2016年中国巧克力及其他含可可的食品进出口的均价趋势 79
- 5.6 中国巧克力市场存在的问题及解决策略 79
  - 5.6.1 中国巧克力市场存在的问题 79
  - 5.6.2 中国巧克力企业面临的问题 80
  - 5.6.3 国内巧克力企业与国外企业的差距 81
  - 5.6.4 开拓情侣巧克力市场策略 83
  - 5.6.5 中国巧克力企业发展建议 84

## 第六章 中国巧克力品牌发展分析 85

- 6.1 巧克力市场品牌发展概述 85
  - 6.1.1 巧克力品牌本源 85
  - 6.1.2 中国巧克力品牌现状 88
  - 6.1.3 中国巧克力品牌存在问题 89
- 6.2 中国巧克力品牌发展策略 90
  - 6.2.1 巧克力品牌定位建议 90
  - 6.2.2 中国巧克力打造品牌之路 91
  - 6.2.3 中国巧克力品牌塑造之路 92

## 第七章 中国巧克力消费市场消费者调研分析 93

- 7.1 中国巧克力主要消费市场调研分析 93
  - 7.1.1 北京市巧克力市场消费者调研分析 93
  - 7.1.2 天津巧克力市场消费者调研分析 94
  - 7.1.3 太原巧克力市场消费者调研分析 95
  - 7.1.4 哈尔滨巧克力市场消费者调研分析 96
  - 7.1.5 长春巧克力市场消费者调研分析 97

7.1.6	沈阳巧克力市场消费者调研分析	98
7.1.7	大连巧克力市场消费者调研分析	99
7.1.8	济南巧克力市场消费者调研分析	100
7.1.9	青岛巧克力市场消费者调研分析	101
7.1.10	南京巧克力市场消费者调研分析	102
7.1.11	苏州巧克力市场消费者调研分析	103
7.1.12	上海巧克力市场消费者调研分析	104
7.1.13	杭州巧克力市场消费者调研分析	105
7.1.14	宁波巧克力市场消费者调研分析	105
7.1.15	福州巧克力市场消费者调研分析	106
7.1.16	厦门巧克力市场消费者调研分析	107
7.1.17	合肥巧克力市场消费者调研分析	108
7.1.18	南昌巧克力市场消费者调研分析	109
7.1.19	郑州巧克力市场消费者调研分析	109
7.1.20	长沙巧克力市场消费者调研分析	110
7.1.21	武汉巧克力市场消费者调研分析	111
7.1.22	广州巧克力市场消费者调研分析	112
7.1.23	深圳巧克力市场消费者调研分析	113
7.1.24	佛山巧克力市场消费者调研分析	114
7.1.25	南宁巧克力市场消费者调研分析	115
7.1.26	海口巧克力市场消费者调研分析	116
7.1.27	成都巧克力市场消费者调研分析	117
7.1.28	重庆巧克力市场消费者调研分析	118
7.1.29	昆明巧克力市场消费者调研分析	119
7.1.30	西安巧克力市场消费者调研分析	120
7.2	主要巧克力品牌消费者特征分析	120
7.2.1	德芙消费者特征分析	120
7.2.2	吉百利消费者特征分析	122
7.2.3	金帝消费者特征分析	122
7.2.4	雀巢消费者特征分析	123
7.2.5	金丝猴消费者特征分析	124
7.2.6	费列罗消费者特征分析	124



- 7.2.7 好时消费者特征分析 129
- 7.2.8 士力架消费者特征分析 129
- 7.2.9 吉利莲消费者特征分析 130
- 7.2.10 金莎消费者特征分析 131
- 7.3 中国巧克力消费者的生活态度分析 132
- 7.4 中国巧克力消费者的体育及休闲活动分析 134

## 第八章 中国巧克力包装行业分析 135

- 8.1 中国巧克力包装行业发展概述 135
  - 8.1.1 中国巧克力包装业发展现状 135
  - 8.1.2 中国巧克力包装业与国外存在差距 135
  - 8.1.3 中国解决巧克力包装业瓶颈对策 135
- 8.2 包装对巧克力的作用 136
  - 8.2.1 保质作用 136
  - 8.2.2 提高产品卫生安全性作用 136
  - 8.2.3 刺激消费作用 136
- 8.3 巧克力包装的发展趋势 137
  - 8.3.1 标准化的产品包装机向高速自动化发展趋势 137
  - 8.3.2 个性化产品包装机发展趋势 137
  - 8.3.3 巧克力包装设计发展趋势 137
  - 8.3.4 巧克力包装机械数字化最新发展趋势 138

## 第九章 重点企业发展分析 140

- 9.1 玛氏食品(中国)有限公司 140
  - 9.1.1 企业基本情况 140
  - 9.1.2 2016年企业偿债能力分析 140
  - 9.1.3 2016年企业盈利能力分析 141
  - 9.1.4 2016年企业成本费用分析 141
- 9.2 深圳金帝食品有限公司 141
  - 9.2.1 企业基本情况 141
  - 9.2.2 2016年企业偿债能力分析 142
  - 9.2.3 2016年企业盈利能力分析 142

- 9.2.4 2016年企业成本费用分析 142
- 9.3 天津雀巢有限公司 143
  - 9.3.1 企业基本情况 143
  - 9.3.2 企业偿债能力分析 143
  - 9.3.3 企业盈利能力分析 143
  - 9.3.4 企业成本费用分析 144
- 9.4 上海申丰食品有限公司 144
  - 9.4.1 企业基本情况 144
  - 9.4.2 企业偿债能力分析 145
  - 9.4.3 企业盈利能力分析 145
  - 9.4.4 企业成本费用分析 145
- 9.5 好丽友食品有限公司 146
  - 9.5.1 企业基本情况 146
  - 9.5.2 2016年企业偿债能力分析 146
  - 9.5.3 2016年企业盈利能力分析 147
  - 9.5.4 2016年企业成本费用分析 147
- 9.6 吉百利(中国)食品有限公司 147
  - 9.6.1 企业基本情况 147
  - 9.6.2 企业偿债能力分析 148
  - 9.6.3 企业盈利能力分析 149
  - 9.6.4 企业成本费用分析 149
- 9.7 上海丰原嘉丽可可食品有限公司 149
  - 9.7.1 企业基本情况 149
  - 9.7.2 企业偿债能力分析 150
  - 9.7.3 企业盈利能力分析 150
  - 9.7.4 企业成本费用分析 151
- 9.8 沈阳可可琳纳食品有限公司 151
  - 9.8.1 企业基本情况 151
  - 9.8.2 企业偿债能力分析 151
  - 9.8.3 企业盈利能力分析 152
  - 9.8.4 企业成本费用分析 152
- 9.9 味觉糖食品(上海)有限公司 152

- 9.9.1 企业基本情况 152
- 9.9.2 企业偿债能力分析 153
- 9.9.3 企业盈利能力分析 153
- 9.9.4 企业成本费用分析 153
- 9.10 浙江金旺达食品有限公司 154
  - 9.10.1 企业基本情况 154
  - 9.10.2 企业偿债能力分析 154
  - 9.10.3 企业盈利能力分析 155
  - 9.10.4 企业成本费用分析 155
- 9.11 台山市达利糖果玩品有限公司 155
  - 9.11.1 企业基本情况 155
  - 9.11.2 企业偿债能力分析 156
  - 9.11.3 企业盈利能力分析 156
  - 9.11.4 企业成本费用分析 157
- 9.12 上海百诺食品有限公司 157
  - 9.12.1 企业基本情况 157
  - 9.12.2 企业偿债能力分析 157
  - 9.12.3 企业盈利能力分析 158
  - 9.12.4 企业成本费用分析 158
- 9.13 广州市番禺区金花食品有限公司 158
  - 9.13.1 企业基本情况 158
  - 9.13.2 企业偿债能力分析 159
  - 9.13.3 企业盈利能力分析 159
  - 9.13.4 企业成本费用分析 159

## 第十章 巧克力行业投资分析 160

- 10.1 国外巧克力市场投资分析 160
  - 10.1.1 俄巧克力市场投资空间大 160
  - 10.1.2 法国巧克力市场需求量旺盛 161
  - 10.1.3 特色巧克力走俏日本情人节市场 162
  - 10.1.4 有机巧克力冲刺美国市场 162
- 10.2 中国巧克力市场投资策略 163

10.2.1 中国巧克力市场发展潜力	163
10.2.2 中国巧克力市场消费发展特点	163
10.2.3 巧克力市场营销策略	164
10.3 巧克力店的投资策略	166
10.3.1 开业策划	166
10.3.2 经营策略	166
10.3.3 开业设备	166
10.3.4 店址的选择	167
10.4 巧克力及其制品的新品开发投资分析	167
10.4.1 巧克力配料的创新	167
10.4.2 膨化食品的巧克力涂层解析	168
10.4.3 巧克力生产技术的发展趋势	169
10.4.4 模注巧克力制品的开发	170
第十一章 中国巧克力行业发展前景及趋势分析	172 (ZY ZM)
11.1 中国巧克力业发展前景及趋势	172
11.1.1 中国巧克力发展前景	172
11.1.2 品牌成为巧克力消费的发展方向	172
11.1.3 2016年玛氏并购箭牌后中国市场的走向	172
11.1.4 巧克力发展趋势	173
11.2 2017-2022年中国巧克力市场规模预测	174
11.2.1 2017-2022年中国巧克力市场总体销售规模预测	174
11.2.2 2017-2022年中国片装巧克力市场销售规模预测	175
11.2.3 2017-2022年中国袋装巧克力市场销售规模预测	176
11.2.4 2017-2022年中国盒装巧克力市场销售规模预测	177

图表目录：

图表：巧克力的基本生产流程 6

图表：巧克力浇模成型流程图 9

图表：2011-2016年全国粮食产量 10

图表：2015-2016年规模以上工业增加增速（月度同比） 11

图表：2015-2016年规模以上工业增加增速（累计同比） 12

图表：2015-2016年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比） 13

图表：2015-2016年房地产开发投资增速（累计同比） 14

图表：2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 15

图表：2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（累计同比） 15

图表：2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比） 16

图表：2015-2016年居民消费价格上涨情况（累计同比） 17

图表：2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比） 17

图表：2015-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（累计同比） 18

图表：2011-2015年中国总人口数和自然增长率 20

图表：机构对2017年我国GDP增速的预测 21

图表：机构对2017年CPI、PPI增速的预测 22

图表：糖果巧克力工厂的环境微生物监控要求 36

图表：糖果巧克力工厂的成品、半成品等的微生物监控要求 37

图表：巧克力及巧克力制品基本生产流程 38

图表：巧克力及制品产品质量检验项目表 40

图表：2015-2016年中国糖果及巧克力行业成本费用利润率分析 46

图表：2015-2016年中国糖果及巧克力行业销售毛利率分析 47

图表：2015-2016年中国糖果及巧克力行业销售利润率分析 47

图表：2015-2016年中国糖果及巧克力行业总资产利润率分析 47

图表：2015-2016年中国糖果及巧克力行业偿债能力分析 47

图表：2015年中国糖果及巧克力行业不同性质企业占比分析 48

图表：2016年中国糖果及巧克力行业不同性质企业占比分析 49

图表：2015年中国糖果及巧克力行业不同规模企业占比分析 50

图表：2016年中国糖果及巧克力行业不同规模企业占比分析 51

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/R438025FP0.html>