2016-2022年中国巧克力市场深度调查与未来发展战略分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制
www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国巧克力市场深度调查与未来发展战略分析报告》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/R43802P9V0.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

巧克力是世界上最受欢迎的食品之一，它是用热带植物可可的果实可可豆磨成粉后，再加入糖和香料等制成的。巧克力带有浓郁的香味，用它可以制作出各种糖、糕点以及冰激凌等。

但是，最初的巧克力并不用来制作糖果、糕点和冰激凌。大约距今700年前，墨西哥的印第安人将可可豆烘烤后碾碎，再加入胡椒粉、香料、玉米粉和水，制成了一种饮料来饮用，这就是最初的巧克力。

哥伦布是第一个发现可可豆和巧克力的欧洲人，但他本人对此却不感兴趣。后来西班牙探险家科特兹在饮用了巧克力饮料后，精神大振，因此便认为这种饮料可以战胜疲劳和增强抵抗力，并由此意识到可可豆可以成为摇钱树，于是他很快便建立了自己的可可种植园，生产可可豆出口到欧洲。

自巧克力流传到欧洲以后，西班牙的厨师用糖代替了巧克力饮料中的胡椒粉，从而使巧克力的口味发生了根本性的变化。法国的厨师又将焦糖倒在杏仁上，外面再用巧克力包裹，从而制作出了杏仁巧克力。后来，荷兰化学家范•霍腾发明了从可可豆里提取可可油的方法，为巧克力的规模化生产铺平了道路。1847年，世界上第一块固体巧克力问世。此后不久，瑞士人又在巧克力中加入了奶粉，赋予了巧克力奶油般柔滑的纹理，由此生产出了世界上第一块奶油巧克力。

去年，瑞士生产的巧克力达到了17.6万多吨，营业额达到17亿瑞郎。瑞士莲(Lindt &Sprüngli)在世界高档巧克力中知名度最高；瑞士三角巧克力Toblerone很快成为家喻户晓的品牌；食品巨头雀巢(Nestlé)生产的一些条形巧克力最畅销，包括奇巧(Kit Kat)系列。

根据瑞士巧克力制造商联合会(chocosuisse)统计，瑞士去年生产了176’332吨巧克力(基本上和2010年持平)。

去年，瑞士进口的巧克力占34%，出口约占60.4%。主要是受到瑞郎坚挺的影响，瑞士巧克力销售额减少了3.1%，达到17亿瑞郎。瑞士人均的巧克力消费量为11.9公斤，为世界之最。

随着人们生活水平的不断提高以及新功能、新口味的糖果巧克力产品涌现，糖果巧克力市场的需求正在进一步扩大。近几年，中国糖果巧克力市场保持了8%至12%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，已成为中国食品工业中快速发展的行业。

2012年1-12月糖果巧克力产量242.1万吨、比上年增长4.7%，销售收入920.3亿元、比上年增16.7%，利润总额109.4千元、比上年增29%，销售税金6.4亿元、比上年增9.7%，出口交货值50.3亿元、比上年增5%。2013年1-12月全国糖果总产量达到262.58万吨。2013年我国糖果、

巧克力制造行业总资产达到689.66亿元，同比增长14.38%；行业销售收入为1106.13亿元，较2012年同期增长20.19%；行业利润总额为117.23亿元，同比增幅为7.17%。2014年1-12月，全国糖果、巧克力总产量达到285.3万吨。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国巧克力市场深度调查与未来发展战略分析报告》共十章。首先介绍了巧克力行业市场发展环境、巧克力整体运行态势等，接着分析了巧克力行业市场运行的现状，然后介绍了巧克力市场竞争格局。随后，报告对巧克力做了重点企业经营状况分析，最后分析了巧克力行业发展趋势与投资预测。您若想对巧克力产业有个系统的了解或者想投资巧克力行业，本报告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：

第一部分 行业运行现状
第一章 2016年中国巧克力行业宏观环境分析 1
第一节 巧克力行业定义分析 1
一、行业定义 1
二、行业产品分类 3
第二节 2016年巧克力行业宏观环境分析 4
一、政策环境 4
二、经济环境 7
三、技术环境 11
四、社会环境 12

第二章 2013-2016年中国巧克力行业经济指标分析 20
第一节 2013-2016年巧克力行业发展概述 20
一、2014年巧克力行业发展概述 20
二、2015年巧克力行业发展概述 28
三、2016年巧克力行业发展概述 29
第二节 2013-2016年巧克力行业经济运行状况 30
一、巧克力行业企业数量分析 30

二、巧克力行业资产规模分析 31
三、巧克力行业销售收入分析 32
四、巧克力行业利润总额分析 33
第三节 2013-2016年巧克力行业成本费用分析 34
一、巧克力行业销售成本分析 34
二、巧克力行业销售费用分析 35
三、巧克力行业管理费用分析 36
四、巧克力行业财务费用分析 37
第四节 2013-2016年巧克力行业运营效益分析 38
一、巧克力行业盈利能力分析 38
二、巧克力行业运营能力分析 41
三、巧克力行业偿债能力分析 44
四、巧克力行业成长能力分析 46

第二部分 行业深度分析
第三章 2016年中国巧克力行业市场与竞争分析 50
第一节 巧克力行业上下游市场分析 50
一、巧克力行业产业链简介 50
二、上游供给市场分析 52
三、下游需求市场分析 53
第二节 2016年巧克力行业市场供需分析 54
一、巧克力行业生产总量 54
二、巧克力行业市场总量 55
1、市场需求总量 55
2、各产品市场容量及变化 55
三、巧克力行业产品价格分析 55
第三节 巧克力行业五力竞争分析 56
一、上游议价能力分析 56
二、下游议价能力分析 56
三、替代品威胁分析 56
四、新进入者威胁分析 57
五、行业竞争现状分析 60

第四节 巧克力行业市场集中度分析 63
一、行业市场集中度分析 63
二、行业主要竞争者分析 63

第四章 中国巧克力行业传统商业模式分析 66
第一节 巧克力行业原料采购模式 66
第二节 巧克力行业经营模式 66
第三节 巧克力行业盈利模式 68
第四节 OEM、ODM、OBM模式分析 69

第五章 中国巧克力行业商业模式构建与实施策略 72
第一节 巧克力行业商业模式要素与特征 72
一、商业模式的构成要素 72
二、商业模式的模式要素 72
1、产品价值模式 72
2、战略模式 73
3、市场模式 73
4、营销模式 73
5、管理模式 84
6、资源整合模式 84
7、资本运作模式 85
8、成本模式 85
9、营收模式 85
三、成功商业模式的特征 85
第二节 巧克力行业企业商业模式构建步骤 89
一、挖掘客户价值需求 89
二、产业价值链再定位 90
1、客户价值公式 90
2、产业价值定位 92
3、商业形态定位 92
三、寻找利益相关者 94
四、构建盈利模式 95

第三节 巧克力行业商业模式的实施策略 97
一、企业价值链管理的目标 97
1、高效率 97
2、高品质 97
3、持续创新 98
4、快速客户响应 99
二、企业价值链管理系统建设 101
三、企业文化建设 104

第六章 中国巧克力行业商业模式创新转型分析 106
第一节 互联网思维对行业的影响 106
一、互联网思维三大特征 106
二、基于互联网思维的行业发展 107
第二节 互联网时代七大商业模式 108
一、平台模式 108
1、构成平台模式的6个条件 108
2、平台模式的特点 109
3、平台模式成功的四大要素 110
4、平台模式案例 110
二、免费模式 112
1、免费商业模式解析 112
2、免费战略的实施条件 112
3、免费战略的类型 115
（1）产品模式创新型 115
（2）伙伴模式创新型 116
（3）族群模式创新型 118
（4）渠道模式创新型 119
（5）沟通模式创新型 119
（6）客户模式创新型 119
（7）成本模式创新型 120
（8）壁垒模式创新型 121
三、软硬一体化模式 122

1、软硬一体化商业模式案例 122
2、软硬一体化模式受到市场追捧 122
3、软硬一体化模式是一项系统工程 125
4、软硬一体化模式是一项系统工程 126
5、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措 127
四、O2O模式 128
1、O2O模式爆发巨大力量 128
2、O2O模式分类 128
3、O2O模式的盈利点分析 129
4、O2O模式的思考 130
五、品牌模式 132
1、品牌模式的内涵及本质 132
2、成功的移动互联网品牌 132
3、如何推进品牌经营 133
六、双模模式 135
1、双模模式概述 135
2、移动互联网：用户规模是关键 136
3、双模模式案例 138
七、速度模式 144
1、什么是速度模式 144
2、速度模式的主要表现 144
3、速度模式应注意的几个问题 144
第三节 互联网背景下巧克力行业商业模式选择 144
一、巧克力行业与互联网思维的结合 144
二、互联网背景下巧克力行业商业模式选择 145

第七章 2011-2016年中国巧克力行业产品进出口分析 146
第一节 2011-2016年巧克力行业进出口分析 146
一、2011-2016年巧克力行业进口分析 146
1、巧克力行业进口数量情况 146
2、巧克力行业进口金额分析 146
3、巧克力行业进口来源分析 146

4、巧克力行业进口价格分析 147
二、2011-2016年巧克力行业出口分析 147
1、巧克力行业出口数量情况 147
2、巧克力行业出口金额分析 147
3、巧克力行业出口流向分析 148
4、巧克力行业出口价格分析 148
第二节 中国巧克力出口面临的挑战及对策 148
一、中国巧克力出口面临的挑战 148
二、中国巧克力行业未来出口展望 148
三、中国巧克力产品出口对策 148
四、巧克力行业进出口前景及建议 149
1、行业出口前景及建议 149
2、行业进口前景及建议 149

第三部分 竞争格局分析
第八章 2016年巧克力行业企业经营情况与商业模式分析 151
第一节 玛氏食品（中国）有限公司 151
一、企业发展概况分析 151
二、企业产品结构分析 151
三、企业技术水平分析 152
四、企业经营模式分析 153
五、企业产销能力分析 154
六、企业经济指标分析 154
七、企业竞争优劣势分析 155
第二节 中粮金帝食品（深圳）有限公司 158
一、企业发展概况分析 158
二、企业产品结构分析 158
三、企业技术水平分析 158
四、企业经营模式分析 159
五、企业经济指标分析 159
六、企业竞争优劣势分析 159
七、企业发展战略 160

第三节 好时食品国际贸易(上海)有限公司 160
一、企业发展概况分析 160
二、企业产品结构分析 160
三、企业技术水平分析 161
四、企业产销能力分析 161
五、企业经济指标分析 161
六、企业竞争优劣势分析 161
七、企业最新发展动向 161
第四节 亿滋食品企业管理（上海）有限公司 162
一、企业发展概况分析 162
二、企业产品结构分析 163
三、企业经营模式分析 163
四、企业产销能力分析 163
五、企业经济指标分析 164
六、企业竞争优劣势分析 165
七、企业最新发展动向 165
第五节 歌帝梵（上海）食品商贸有限公司 166
一、企业发展概况分析 166
二、企业产品结构分析 166
三、企业经营分析 166
四、企业产销能力分析 167
五、企业竞争优劣势分析 167
第六节 明治制果食品工业（上海）有限公司 167
一、企业发展概况分析 167
二、企业产品结构分析 167
三、企业经营分析 168
四、企业竞争优劣势分析 168
第七节 莲特贸易（上海）有限公司 168
一、企业发展概况分析 168
二、企业产品结构分析 168
三、企业技术水平分析 169
四、企业产销能力分析 169

五、企业经济指标分析 169
六、企业竞争优劣势分析 169
七、企业最新发展动向 170
第八节 雀巢（中国）有限公司 170
一、企业发展概况分析 170
二、企业产品结构分析 173
三、企业产销能力分析 175
四、企业经济指标分析 175
五、企业竞争优劣势分析 175
六、企业最新发展动向 176
第九节 上海江崎格力高食品有限公司 176
一、企业发展概况分析 176
二、企业产品结构分析 176
三、企业技术水平分析 177
四、企业经营分析 177
五、企业发展战略分析 177
六、企业竞争优劣势分析 178
七、企业最新发展动向 178
第十节 上海金丝猴食品股份有限公司 178
一、企业发展概况分析 178
二、企业产品结构分析 179
三、企业经营分析 179
四、企业发展战略 180
五、企业竞争优劣势分析 180
六、企业最新发展动向 181

第四部分 投资前景分析
第九章 2016-2022年中国巧克力行业发展前景预测分析 182
第一节 2016-2022年巧克力行业发展前景及趋势预测分析 182
一、巧克力行业发展前景 182
二、巧克力行业发展趋势预测 183
1、技术发展趋势分析 183

2、产品发展趋势分析 185
3、产品应用趋势分析 185
第二节 2016-2022年巧克力行业发展前景预测 185
一、2016-2022年巧克力行业生产规模预测 185
二、2016-2022年巧克力行业市场规模预测 186
三、2016-2022年巧克力行业盈利前景预测 186

第十章 2016-2022年中国巧克力行业投融资战略规划分析 187 （ZY GXH）
第一节 巧克力行业关键成功要素分析 187
第二节 巧克力行业投资壁垒分析 188
一、巧克力行业进入壁垒 188
二、巧克力行业退出壁垒 188
第三节 巧克力行业投资风险与规避 189
一、宏观经济风险与规避 189
二、行业政策风险与规避 189
三、原料市场风险与规避 191
四、市场竞争风险与规避 192
五、技术风险分析与规避 192
六、下游需求风险与规避 194
第四节 巧克力行业融资渠道与策略 194
一、巧克力行业融资渠道分析 194
二、巧克力行业融资策略分析 198 （ZY GXH）

图表目录：

图表：历年中国大学毕业生数量 15
图表：2013-2016年中国巧克力行业企业数量 30
图表：2013-2016年中国巧克力行业总资产 31
图表：2013-2016年中国巧克力行业销售收入 32
图表：2013-2016年中国巧克力行业利润规模 33
图表：2013-2016年中国巧克力行业销售成本 34
图表：2013-2016年中国巧克力行业销售费用 35
图表：2013-2016年中国巧克力行业管理费用 36

图表：2013-2016年中国巧克力行业财务费用 37
图表：2013-2016年中国巧克力行业销售利润率 38
图表：2013-2016年中国巧克力行业成本费用利润率 39
图表：2013-2016年中国巧克力行业亏损面 40
图表：2013-2016年中国巧克力行业应收帐款周转率 41
图表：2013-2016年中国巧克力行业总资产周转率 42
图表：2013-2016年中国巧克力行业流动资产周转率 43
图表：2013-2016年中国巧克力行业资产负债比率 44
图表：2013-2016年中国巧克力行业利息保障倍数 45
图表：2013-2016年中国巧克力行业总资产增长率 46
图表：2013-2016年中国巧克力行业利润总额增长率 47
图表：2013-2016年中国巧克力行业主营业务收入增长率 48
图表：2013-2016年中国巧克力行业资本保值增值率 49
图表：2016年巧克力行业生产总量 54
图表：2016年巧克力行业需求总量 55
图表：2016-2022年中国巧克力行业销量预测分析 55
图表：2015下半年巧克力行业上榜品牌C-BPI得分 61
图表：中国巧克力行业不同区域企业竞争格局分析 61
图表：中国巧克力行业不同规模企业竞争格局分析 62
图表：中国巧克力行业不同所有制企业竞争格局分析 62
图表：亿滋公司价值观结构图 163
图表：亿滋公司产品销售结构 164
图表：亿滋公司区域销售结构 165
图表：2016-2022年中国巧克力行业产量预测分析 185
图表：2016-2022年巧克力行业市场规模预测分析 186

详细请访问：http://www.abaogao.com/b/shipin/R43802P9V0.html