

2021-2027年中国巧克力市场发展趋势与投资分析报告

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

《2021-2027年中国巧克力市场发展趋势与投资分析报告》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/S57750FCII.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

中国巧克力市场由国际糖果巨头企业占据绝对主导，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39.8%，费列罗依靠 Ferrero Rocher 和 Kinder 两大品牌市占 17.8%，雀巢、好时、亿滋紧随其后，市占率分别达 9.7%、8.6%和 3%。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后整合上出现问题。中国巧克力行业格局

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国巧克力市场发展趋势与投资分析报告》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

2.12018年中国经济情况分析

2.22018年中国经济预测及政策展望

2.32018年中国经济发展趋势分析

2.3.12018年中国经济政策分析

2.3.2018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2018年中国糖果及巧克力所属行业分析

3.12016-2018年中国糖果及巧克力所属行业总体分析

3.1.12018年中国糖果及巧克力所属行业总体分析

3.1.22018年中国糖果及巧克力所属行业总体分析

3.22016-2018年中国糖果及巧克力所属行业盈利分析

3.2.12016-2018年中国糖果及巧克力所属行业成本费用利润率分析

3.2.22016-2018年中国糖果及巧克力所属行业销售毛利率分析

3.2.32016-2018年中国糖果及巧克力所属行业销售利润率分析

3.2.42016-2018年中国糖果及巧克力所属行业总资产利润率分析

3.32016-2018年中国糖果及巧克力所属行业偿债能力分析

3.42016-2018年中国糖果及巧克力所属行业不同性质企业数据分析

3.4.12018年中国糖果及巧克力所属行业不同性质企业数据分析

3.4.22018年中国糖果及巧克力所属行业不同性质企业数据分析

3.52016-2018年中国糖果及巧克力所属行业不同规模企业数据分析

3.5.12018年中国糖果及巧克力所属行业不同规模企业数据分析

3.5.22018年中国糖果及巧克力所属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
- 4.32018年中国糖果供给分析
- 4.3.12016-2018年中国糖果生产供给情况
- 4.3.22018年中国糖果区域供给集中度分析
- 4.3.32018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
- 5.22016-2018年中国巧克力市场规模分析
- 5.2.12016-2018年中国巧克力市场规模分析2011-2018中国巧克力市场销售规模统计情况
- 5.2.22016-2018年中国片装巧克力市场规模分析
- 5.2.32016-2018年中国袋装巧克力市场规模分析
- 5.2.42016-2018年中国盒装巧克力市场规模分析
- 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
- 5.52018年巧克力及其他含可可的食品进出口分析
- 5.5.12016-2018年巧克力及其他含可可的食品进口总体分析
- 5.5.22016-2018年巧克力及其他含可可的食品出口分析
- 5.5.32018年中国巧克力及其他含可可的食品重点省市进出口分析
- 5.5.42018年主要国家巧克力及其他含可可的食品进出口分析
- 5.5.52016-2018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玛氏食品(中国)有限公司
 - 9.1.1企业基本情况
 - 9.1.2企业偿债能力分析
 - 9.1.3企业盈利能力分析
 - 9.1.4企业成本费用分析
- 9.2中粮金帝食品(深圳)有限公司
 - 9.2.1企业基本情况
 - 9.1.2企业偿债能力分析

9.1.3企业盈利能力分析

9.1.4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

9.1.2企业偿债能力分析

9.1.3企业盈利能力分析

9.1.4企业成本费用分析

9.4福建雅客食品有限公司

9.4.1企业基本情况

9.1.2企业偿债能力分析

9.1.3企业盈利能力分析

9.1.4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

9.1.2企业偿债能力分析

9.1.3企业盈利能力分析

9.1.4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

9.1.2企业偿债能力分析

9.1.3企业盈利能力分析

9.1.4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

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

11.22021-2027年中国巧克力市场规模预测

11.2.12021-2027年中国巧克力市场总体销售规模预测

11.2.22021-2027年中国片装巧克力市场销售规模预测

11.2.32021-2027年中国袋装巧克力市场销售规模预测

11.2.42021-2027年中国盒装巧克力市场销售规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/shipin/S57750FCII.html>