



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年巧克力行业竞争格局与投资策略报告

一、调研说明

《2013-2017年巧克力行业竞争格局与投资策略报告》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/217890.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

巧克力在中国正由奢侈品向日常消费品转化，生产商要扩大市场就势必要在广告上下功夫。现在中国巧克力市场竞争激烈，国际名牌巧克力涌入，形成国内巧克力市场的激烈竞争。有“国际巧克力四大强国”之称的国际名牌巧克力，先后打入国内巧克力市场：法国巧克力、德国巧克力、比利时巧克力以及瑞士巧克力。从国外名牌巧克力蜂拥进入中国市场这个事实，就足够说明中国的巧克力市场潜力很大，否则他们不会瞄准中国市场，事实也是如此，中国巧克力市场可谓是国际巧克力市场中最有发展潜力的市场。

相对于欧美竞争激烈的巧克力市场来讲，中国巧克力市场行业竞争程度还较低、竞争产品较少、发展潜力巨大，这样的市场无疑是一个巨大的蛋糕，自然让西方巧克力巨头们垂涎三尺。目前，世界排名前二十位的重量级巧克力企业已经全部进入中国，在超市中可见的进口或合资巧克力品牌已多达70多个，进口巧克力品牌的不断加入加速了中国巧克力市场向国际化竞争演变的进程。巧克力品类的竞争企业大致分化成四大阵营。第一阵营是以德芙、吉百利、好时、费列罗，百乐嘉利宝等为代表的一线外资品牌，牢牢占领着高档巧克力市场绝大部分份额。第二阵营是以悠哈，明治，格力高，瑞士莲为代表的二线品牌，主导中高档巧克力市场，随时会改变目前的品牌格局。第三阵营是以金帝，徐福记为代表的三线品牌，主导中档巧克力市场，消费受众比较广大。第四阵营是东方豪威，申丰、金丝猴，恺撒威登等为代表的本土品牌，占据了低档代可可脂巧克力市场的主要份额。

近几年，随着中国巧克力消费市场的向上增长及良好的市场势态，巧克力发展到今天，在休闲消费越来越成为主流的情况下，巧克力已经成为品味和文化的载体。在当前休闲食品消费市场持续增长的形势下，巧克力市场发展前景被看好。中国吸引了越来越多跨国巧克力厂商的目光。除了欧美品牌，来自韩、日等亚洲国家的巧克力厂商争相加速在中国开拓场。中国巧克力人均年消费100至200克左右，而日本和韩国人均年消费量都在1.4公斤以上。跨国巧克力企业看好中国巧克力市场的高增长性，纷纷在中国设厂。随着中国经济发展及消费水平提高，未来10年内中国巧克力市场有望以每年近20%的速度增长。目前，中国是仅次于美国的全球第二大糖果巧克力市场。拥有14亿人口的中国，巧克力市场迅猛发展，市场消费潜力高达200亿元。中国人均年消费巧克力只要达到1千克，就是全球最大的巧克力市场。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家质量监督检验检疫总局、中国食品工业协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及巧克力专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国巧克力的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、产业竞争格局等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对巧克力市场发展动向作了详尽深入的分析，并根据巧克力行业的发展轨迹对巧克力未来的发展趋势

作了审慎的判断，为巧克力产业投资者寻找新的投资机会。最后阐明巧克力行业的投资空间，指明投资方向，提出研究者的战略创新建议，以供投资决策者参考。

第一部分 行业发展现状

第一章 巧克力行业发展概述 1

第一节 巧克力的定义及分类 1

一、巧克力的定义 1

二、巧克力的分类 1

1、按成分分类 1

2、按添加物分类 2

三、巧克力的工艺特性 2

1、基本生产流程 2

2、关键控制环节 2

3、质量安全问题 3

第二节 巧克力产业链分析 3

一、市场特点 3

二、行业经济特性 4

三、产业链结构分析 5

第三节 巧克力行业发展成熟度分析 7

一、行业发展周期分析 7

二、行业中外市场成熟度对比 7

第二章 全球巧克力市场发展分析 9

第一节 2011年全球巧克力市场分析 9

一、全球巧克力市场回顾 9

二、2011年全球巧克力市场环境 12

三、2011年全球巧克力销售分析 13

四、2011年全球巧克力市场规模 14

第二节 2012年全球巧克力市场分析 15

一、2012年全球巧克力需求分析 15

二、2012年全球巧克力品牌分析 16

三、2012年中外巧克力市场对比 24

第三节 主要国家地区巧克力市场分析 25

一、2011-2012年欧洲巧克力消费市场分析 25

二、2011-2012年欧洲巧克力市场分析 25

三、2011-2012年亚洲巧克力市场分析 27

四、2011-2012年俄罗斯巧克力市场分析 27

五、2011-2012年其他地区巧克力市场 28

第三章 我国巧克力行业发展现状 29

第一节 我国巧克力行业发展现状 29

一、巧克力行业品牌发展现状 29

1、巧克力品牌概述 29

2、巧克力品牌的本源 30

3、中国巧克力品牌问题 31

4、中国巧克力品牌塑造现状 32

二、巧克力行业消费市场现状 33

三、巧克力市场消费层次分析 35

四、我国巧克力市场走向分析 37

第二节 2010-2012年巧克力业发展情况分析 38

一、2010年巧克力行业发展情况分析 38

二、2011年巧克力行业发展情况分析 38

三、2012年巧克力行业发展特点分析 39

四、2012年1-8月巧克力行业发展情况 43

第三节 2011-2012年巧克力行业运行分析 43

一、2011-2012年巧克力业产销存企业数量分析 43

二、2010-2012年巧克力行业发展机遇分析 44

第四节 中国巧克力市场挑战与机遇 45

一、中国巧克力市场发展潜力 45

二、中国巧克力市场问题分析 46

三、中国企业塑造巧克力品牌走向 46

四、巧克力产品核心市场机会分析 47

第五节 巧克力消费市场发展分析 52

一、中国巧克力市场消费潜力 52

- 二、国内消费者对巧克力认知度分析 53
- 三、消费者消费因素调查 53
- 四、礼品市场分析 53
- 五、巧克力消费发展方向 54
- 第六节 国内代可可脂巧克力行业发展分析 54
 - 一、产品结构的调整和确定 54
 - 二、区域市场制胜策略 55
 - 三、品牌建设分析 56

第四章 我国巧克力市场发展研究 58

第一节 2011年我国巧克力市场发展研究 58

- 一、2011年1季度我国巧克力市场研究 58
- 二、2011年2季度我国巧克力市场研究 58
- 三、2011年3季度我国巧克力市场研究 58
- 四、2011年4季度我国巧克力市场研究 58

第二节 2012年我国巧克力市场情况 59

- 一、2012年1-8月我国巧克力产量情况 59
- 二、2012年8月我国巧克力市场价格情况 60
- 三、2012年1-5月我国巧克力市场发展情况 60

第三节 2012年我国巧克力业市场发展特点分析 61

- 一、我国巧克力市场格局特点 61
 - 1、国际名牌涌入，形成中国巧克力市场激烈竞争 61
 - 2、中国巧克力企业间的竞争加剧 62
 - 3、在细分巧克力市场下功夫 62
- 二、我国巧克力产品包装创新特点 63
- 三、我国巧克力市场竞争格局 64
- 四、我国巧克力市场品牌特点 66

第五章 我国巧克力市场调查分析 68

第一节 2011年我国巧克力市场调查分析 68

- 一、巧克力产品被广泛接受 68
- 二、上海人消费巧克力产品最多 68

三、巧克力市场已形成了几个品牌占据市场主要份额的态势 68

四、巧克力行业处于寡头垄断状况 68

五、消费者偏好度调查 69

六、孩子是巧克力消费群中极其重要的环节 69

第二节 德芙巧克力研究方案 69

第三节 上海巧克力市场调查 71

一、品牌集中度 71

二、消费者及消费倾向 72

三、消费者眼中的巧克力 73

1、巧克力的文化 73

2、巧克力的历史 75

3、巧克力与情人节 75

第四节 北京巧克力市场调查分析 76

第五节 点评及建议 83

第六章 巧克力行业经济运行分析 84

第一节 2011年巧克力产量分析 84

一、2011年第一季度巧克力产量 84

二、2011年第二季度巧克力产量 84

三、2011年第三季度巧克力产量 85

四、2011年第四季度巧克力产量 85

第二节 2011-2012年巧克力行业主要经济指标分析 86

一、行业利润前十家企业分析 86

二、2010年巧克力行业经济结构分析 87

三、2012年1-5月巧克力行业主要经济指标分析 88

第三节 2011-2012年我国巧克力行业绩效分析 89

一、2011-2012年巧克力、糖果制造行业生产规模分析 89

二、2011-2012年巧克力、糖果制造行业产销分析 90

三、2011-2012年巧克力、糖果制造行业盈利能力分析 90

四、2011-2012年巧克力、糖果制造行业偿债能力分析 90

五、2011-2012年巧克力、糖果制造行业营运能力分析 91

六、2011-2012年巧克力、糖果制造行业发展能力分析 91

第七章 我国巧克力行业进出口分析 92

第一节 我国巧克力进口分析 92

一、2011年进口总量分析 92

二、2011年进口结构分析 92

三、2011年进口区域分析 92

第二节 我国巧克力出口分析 92

一、2011年出口总量分析 92

二、2011年出口结构分析 93

三、2011年出口区域分析 93

第三节 2012年我国巧克力进出口情况 94

一、2012年1季度进口分析 94

二、2012年1季度出口分析 94

三、2012年2季度进口分析 95

四、2012年2季度出口分析 95

五、2012年8月份进口分析 96

六、2012年8月份出口分析 96

第八章 我国巧克力包装行业分析 97

第一节 包装在巧克力中的作用 97

一、保质功能 97

二、防护功能 97

三、刺激消费 98

第二节 我国巧克力包装现状 98

一、发展现状 98

二、存在差距 99

三、解决办法 99

第三节 巧克力包装的发展趋势 99

一、巧克力包装市场分析 99

二、标准化产品包装机发展趋势 104

三、个性化产品包装机发展趋势 104

四、包装设计趋势分析 104

第四节 中国糖果行业新品研发趋势 105

- 一、产品营养化 105
- 二、配方无糖化 105
- 三、食用便利化 106
- 四、包装个性化 106
- 五、功能杂文化 106
- 六、规格迷你化 106
- 七、口味多元化 106
- 八、原料天然化 107
- 九、个性定制化 107

第九章 2011年巧克力区域市场情况分析 108

第一节 华北地区 108

- 一、北京 108
- 二、山西 109
- 三、天津 109
- 四、内蒙古 110

第二节 华南地区 111

- 一、海南 111
- 二、广西 112
- 三、广东 113

第三节 华中地区 114

- 一、湖南 114
- 二、湖北 115
- 三、河南 116

第四节 华东地区 117

- 一、上海 117
- 二、江苏 118
- 三、浙江 119
- 四、安徽 120

五、福建 121

六、山东 122

第五节 西北地区 123

一、陕西 123

二、甘肃 124

三、新疆 124

第六节 东北地区 125

一、黑龙江 125

二、吉林 125

三、辽宁 126

第七节 西南地区 127

一、贵州 127

二、四川 128

三、云南 129

四、重庆 130

第十章 中国巧克力行业消费市场分析 131

第一节 中国巧克力消费者收入分析 131

一、中国人口、人民生活分析 131

二、2011-2012年消费者收入水平 131

三、2012年消费者信心指数分析 132

第二节 巧克力行业产品目标客户群体调查 133

一、不同收入水平消费者偏好调查 133

二、不同年龄的消费者偏好调查 133

三、不同地区的消费者偏好调查 133

第三节 巧克力市场消费需求分析 137

一、巧克力市场的消费需求变化 137

二、巧克力行业的需求情况分析 137

三、2012年巧克力品牌市场消费需求分析 137

第四节 巧克力消费市场状况分析 138

一、巧克力行业消费特点 138

二、巧克力消费者分析 138

三、巧克力消费结构分析 139

四、巧克力消费的市场变化 140

五、巧克力市场的消费方向 140

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 140

- 一、价格敏感程度 140
- 二、品牌的影响 141
- 三、购买方便的影响 142
- 四、广告的影响程度 142
- 五、包装的影响程度 146

第六节 巧克力行业产品的品牌市场调查 147

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 147
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 148
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 149
- 四、消费者经常购买的品牌调查 150
- 五、巧克力行业品牌忠诚度调查 150
- 六、巧克力行业品牌市场占有率调查 152
- 七、消费者的消费理念调研 152

第二部分 行业竞争格局

第十一章 巧克力行业竞争格局分析 154

第一节 行业竞争结构分析 154

- 一、现有企业间竞争 154
- 二、潜在进入者分析 155
- 三、替代品威胁分析 155
- 四、供应商议价能力 156
- 五、客户议价能力 157

第二节 行业集中度分析 157

- 一、市场集中度分析 157
- 二、企业集中度分析 157
- 三、区域集中度分析 158

第三节 中国巧克力行业竞争格局综述 159

- 一、2011年巧克力行业集中度 159
- 二、2011年巧克力行业竞争程度 159
- 三、2011年巧克力企业与品牌数量 159
- 四、2011年巧克力行业竞争格局分析 160

第四节 2011-2012年巧克力行业竞争格局分析 160

- 一、2011-2012年国内外巧克力竞争分析 160
- 二、2011-2012年我国巧克力市场竞争分析 163
- 三、2011-2012年我国巧克力市场集中度分析 163
- 四、2011-2012年国内主要巧克力企业动向 163

第十二章 巧克力企业竞争策略分析 164

第一节 巧克力市场竞争策略分析 164

- 一、2012年巧克力市场增长潜力分析 164
- 二、2012年巧克力主要潜力品种分析 164
- 三、现有巧克力产品竞争策略分析 164
- 四、潜力巧克力品种竞争策略选择 165
- 五、典型企业产品竞争策略分析 168

第二节 巧克力企业竞争策略分析 181

- 一、欧债危机对巧克力行业竞争格局的影响 181
- 二、欧债危机后巧克力行业竞争格局的变化 181
- 三、2013-2017年我国巧克力市场竞争趋势 181
- 四、2013-2017年巧克力行业竞争格局展望 182
- 五、2013-2017年巧克力行业竞争策略分析 182
- 六、2013-2017年巧克力企业竞争策略分析 184

第十三章 主要巧克力企业竞争分析 186

第一节 美国箭牌糖类有限公司 186

- 一、企业概况 186
- 二、竞争优势分析 187
- 三、2011-2012年经营状况 187
- 四、2013-2017年发展战略 187

第二节 美国玛氏公司 189

- 一、企业概况 189
- 二、竞争优势分析 190
- 三、2011-2012年经营状况 191
- 四、2013-2017年发展战略 191

第三节 瑞士雀巢集团 199

一、企业概况 199

二、竞争优势分析 203

三、2011-2012年经营状况 203

四、2013-2017年发展战略 205

第四节 吉百利史威士公司 206

一、企业概况 206

二、竞争优势分析 207

三、2011-2012年经营状况 207

四、2013-2017年发展战略 208

第五节 意大利费列罗集团 209

一、企业概况 209

二、竞争优势分析 209

三、2011-2012年经营状况 211

四、2013-2017年发展战略 212

第六节 徐福记食品有限公司 212

一、企业概况 212

二、竞争优势分析 213

三、2011-2012年经营状况 213

四、2013-2017年发展战略 214

第七节 冠生园（集团）有限公司 217

一、企业概况 217

二、竞争优势分析 218

三、2011-2012年经营状况 219

四、2013-2017年发展战略 219

第八节 福建雅客食品有限公司 220

一、企业概况 220

二、竞争优势分析 221

三、2011-2012年经营状况 221

四、2013-2017年发展战略 222

第九节 中粮金帝食品（深圳）有限公司 226

一、企业概况 226

- 二、竞争优势分析 226
- 三、2011-2012年经营状况 227
- 四、2013-2017年发展战略 228
- 第十节 金丝猴集团有限公司 232
- 一、企业概况 232
- 二、竞争优势分析 233
- 三、2011-2012年经营状况 234
- 四、2013-2017年发展战略 234

第三部分 行业前景预测

第十四章 巧克力行业发展趋势分析 236

第一节 我国巧克力行业前景与机遇分析 236

- 一、我国巧克力行业发展前景 236
- 二、我国巧克力发展机遇分析 237
- 三、2012年巧克力的发展机遇分析 238
- 四、欧债危机对巧克力行业的影响分析 238

第二节 2013-2017年中国巧克力市场趋势分析 239

- 一、2011-2012年巧克力市场趋势总结 239
- 二、2013-2017年巧克力发展趋势分析 241
- 三、2013-2017年巧克力市场发展空间 241
- 四、2013-2017年巧克力产业政策趋向 242
- 五、2013-2017年巧克力技术革新趋势 242
- 六、2013-2017年巧克力价格走势分析 244
- 七、2013-2017年国际环境对行业的影响 245

第十五章 未来巧克力行业发展预测 246

第一节 未来巧克力需求与消费预测 246

- 一、2013-2017年巧克力产品消费预测 246
- 二、2013-2017年巧克力市场规模预测 246
- 三、2013-2017年巧克力行业总产值预测 247
- 四、2013-2017年巧克力行业销售收入预测 247
- 五、2013-2017年巧克力行业总资产预测 248

第二节 2013-2017年中国巧克力行业供需预测 248

- 一、2013-2017年中国巧克力供给预测 248
- 二、2013-2017年中国巧克力产量预测 249
- 三、2013-2017年中国巧克力需求预测 249
- 四、2013-2017年中国巧克力供需平衡预测 249
- 五、2013-2017年中国巧克力产品价格预测 250
- 六、2013-2017年主要巧克力产品进出口预测 250

第四部分 投资战略研究

第十六章 巧克力行业投资现状分析 251

第一节 2011年巧克力行业投资情况分析 251

- 一、2011年投资规模情况 251
- 二、2011年投资增速情况 251

第二节 2012年巧克力行业投资情况分析 251

- 一、2012年投资规模预测 251
- 二、2012年投资增速预测 252

第十七章 巧克力行业投资环境分析 253

第一节 经济发展环境分析 253

- 一、2011-2012年我国宏观经济运行情况 253
- 二、2013-2017年我国宏观经济形势分析 277
- 三、2013-2017年投资趋势及其影响预测 278

第二节 政策法规环境分析 280

- 一、2012年巧克力行业政策环境分析 280
- 二、2012年国内宏观政策对其影响 287

第三节 技术发展环境分析 288

- 一、国内巧克力技术现状 288
- 二、2012年巧克力技术发展分析 289
- 三、2013-2017年巧克力技术发展趋势分析 292

第四节 社会发展环境分析 294

- 一、国内社会环境发展现状 294
- 二、2012年社会环境发展分析 299

三、2013-2017年社会环境对行业的影响分析 302

第十八章 巧克力行业投资机会与风险 303

第一节 行业投资收益率比较及分析 303

一、2011年相关产业投资收益率比较 303

二、2007-2011行业投资收益率分析 303

第二节 巧克力行业投资效益分析 304

一、2011-2012年巧克力行业投资状况分析 304

二、2013-2017年巧克力行业投资效益分析 304

三、2013-2017年巧克力行业投资趋势预测 304

四、2013-2017年巧克力行业的投资方向 306

五、2013-2017年巧克力行业投资的建议 306

六、新进入者应注意的障碍因素分析 308

第三节 影响巧克力行业发展的主要因素 309

一、2013-2017年影响巧克力行业运行的有利因素分析 309

二、2013-2017年影响巧克力行业运行的稳定因素分析 309

三、2013-2017年影响巧克力行业运行的不利因素分析 309

四、2013-2017年我国巧克力行业发展面临的挑战分析 310

五、2013-2017年我国巧克力行业发展面临的机遇分析 310

第四节 巧克力行业投资风险及控制策略分析 312

一、2013-2017年巧克力行业市场风险及控制策略 312

二、2013-2017年巧克力行业政策风险及控制策略 312

三、2013-2017年巧克力行业经营风险及控制策略 314

四、2013-2017年巧克力行业技术风险及控制策略 314

五、2013-2017年巧克力行业同业竞争风险及控制策略 315

六、2013-2017年巧克力行业其他风险及控制策略 315

第十九章 巧克力行业投资战略研究 316

第一节 巧克力行业发展战略研究 316

一、技术开发战略 316

二、产业战略规划 320

三、业务组合战略 322

四、营销战略规划	324
五、区域战略规划	326
六、企业信息化战略规划	336
第二节 对我国巧克力品牌的战略思考	337
一、企业品牌的重要性	337
二、巧克力实施品牌战略的意义	339
三、巧克力企业品牌的现状分析	339
四、我国巧克力企业的品牌战略	340
五、巧克力品牌战略管理的策略	341
第三节 巧克力行业投资战略研究	345
一、2012年食品行业投资战略	345
二、2012年巧克力行业投资战略	346
三、2013-2017年巧克力行业投资战略	347
四、2013-2017年细分行业投资战略	348
第四节 中国巧克力企业投资建议	349
一、产品创新建议	349
二、营销手法创新建议	350
三、渠道创新建议	351

图表目录

图表：行业生命周期曲线图	7
图表：糖果、巧克力及蜜饯制造工业销售产值及增长情况	38
图表：2012年上半年我国巧克力、糖果、蜜饯制造行业工业销售产值	43
图表：2012年7-8月我国巧克力、糖果、蜜饯制造行业工业销售产值	43
图表：2011年巧克力、糖果制造行业企业单位数	43
图表：中高档品牌金帝呈快速上升态势	48
图表：喜欢吃牛奶口味巧克力的消费者最多	48
图表：消费者购买巧克力关注的因素是口味、品牌和价格	49
图表：容易发胖和价格太高是吃巧克力的主要顾虑	49
图表：七成以上消费者认为每块48克巧克力价格在2-5元最合适	50
图表：巧克力产品最能吸引消费者的就是口感好	50
图表：八成消费者每月吃巧克力的花费在30元以下	51

图表：2011年1-3月巧克力、糖果、蜜饯制造行业工业销售产值 58

图表：2011年1-6月巧克力、糖果、蜜饯制造行业工业销售产值 58

图表：2011年1-3月巧克力、糖果、蜜饯制造行业工业销售产值 58

图表：2011年1-3月巧克力、糖果、蜜饯制造行业工业销售产值 58

图表：2012年1月巧克力、糖果制造行业产量 59

图表：2012年2月巧克力、糖果制造行业产量 59

图表：2012年3月巧克力、糖果制造行业产量 59

图表：2012年4月巧克力、糖果制造行业产量 59

图表：2012年5月巧克力、糖果制造行业产量 59

图表：2012年6月巧克力、糖果制造行业产量 59

图表：2012年7月巧克力、糖果制造行业产量 60

图表：2012年8月巧克力、糖果制造行业产量 60

图表：2012年8月以来我国巧克力市场品牌价格 60

图表：消费者最喜欢吃的糖果品牌调查 77

图表：消费者最喜欢吃水果口味和牛奶口味的糖果 78

图表：购买糖果消费者会考虑的前三个因素是口味、价格和品牌 78

图表：3元、5元和2元一袋的糖果包装最合适 79

图表：近六成消费者会在最近的小卖店购买糖果 79

图表：每月吃糖果的花费调查 80

图表：口味好才能吸引消费者购买的情况调查 81

图表：消费者吃糖果最大顾虑的调查 82

图表：无糖糖果也会有一定的市场空间 82

图表：2011年一季度巧克力、糖果产量及同比增长 84

图表：2011年二季度巧克力、糖果产量及同比增长 84

图表：2011年三季度巧克力、糖果产量及同比增长 85

图表：2011年四季度巧克力、糖果产量及同比增长 85

图表：2011年我国巧克力行业利润排名前十企业名单 86

图表：2010年我国巧克力及糖果登记注册类型 87

图表：2010年我国巧克力及糖果大、中、小企业规模 88

图表：2010年我国巧克力及糖果大、中、小企业规模 88

图表：2010年我国巧克力及糖果主要经济指标分析 88

图表：2011年巧克力、糖果制造行业资产总计 89

图表：2011年巧克力、糖果制造行业主营业务收入 89

图表：2011年巧克力、糖果制造行业利润总额 89

图表：2011年巧克力、糖果制造行业工业销售产值 90

图表：2011年巧克力、糖果制造行业销售利润率 90

图表：2011年巧克力、糖果制造行业成本费用利润率 90

图表：2011年巧克力、糖果制造行业资产负债比率 90

图表：2011年巧克力、糖果制造行业总资产周转率 91

图表：2011年巧克力、糖果制造行业总资产增长率 91

图表：2011年巧克力、糖果制造行业利润总额增长率 91

图表：2011年巧克力、糖果制造行业主营业务收入增长率 91

图表：2012年一季度我国巧克力进口值 94

图表：2012年一季度我国巧克力出口值 94

图表：2012年二季度我国巧克力进口值 95

图表：2012年二季度我国巧克力出口值 95

图表：2012年8月我国巧克力进口值 96

图表：2012年8月我国巧克力出口值 96

图表：2011年北京巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 108

图表：2011年北京巧克力及糖果产量 108

图表：2011年山西巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 109

图表：2011年天津巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 109

图表：2011年天津巧克力及糖果产量 110

图表：2011年内蒙古巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 110

图表：2011年海南巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 111

图表：2011年海南巧克力及糖果产量 111

图表：2011年广西巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 112

图表：2011年广西巧克力及糖果产量 112

图表：2011年广东巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 113

图表：2011年广东巧克力及糖果产量 113

图表：2011年湖南巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 114

图表：2011年湖南巧克力及糖果产量 114

图表：2011年湖北巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 115

图表：2011年湖北巧克力及糖果产量 115

图表：2011年河南巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 116

图表：2011年河南巧克力及糖果产量 116

图表：2011年上海巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 117

图表：2011年上海巧克力及糖果产量 117

图表：2011年江苏巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 118

图表：2011年江苏巧克力及糖果产量 118

图表：2011年浙江巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 119

图表：2011年浙江巧克力及糖果产量 119

图表：2011年安徽巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 120

图表：2011年安徽巧克力及糖果产量 120

图表：2011年福建巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 121

图表：2011年福建巧克力及糖果产量 121

图表：2011年山东巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 122

图表：2011年山东巧克力及糖果产量 122

图表：2011年陕西巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 123

图表：2011年陕西巧克力及糖果产量 123

图表：2011年甘肃巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 124

图表：2011年新疆巧克力及糖果产量 124

图表：2011年黑龙江巧克力及糖果产量 125

图表：2011年吉林巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 125

图表：2011年辽宁巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 126

图表：2011年辽宁巧克力及糖果产量 126

图表：2011年贵州巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 127

图表：2011年贵州巧克力及糖果产量 127

图表：2011年四川巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 128

图表：2011年四川巧克力及糖果产量 128

图表：2011年云南巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 129

图表：2011年云南巧克力及糖果产量 129

图表：2011年重庆巧克力、糖果及蜜饯工业销售产值 130

图表：2011年重庆巧克力及糖果产量 130

图表：2007-2011年中国总人口 131

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 131

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 132

图表：2012年消费者信心指数 132

图表：不同地区巧克力消费者购买普及率 134

图表：不同地区巧克力消费者购买频率 135

图表：不同地区巧克力消费者购买场所 135

图表：不同地区巧克力消费者食用频率 136

图表：巧克力消费者购买考虑因素 139

图表：品牌巧克力推荐度 141

图表：中国巧克力市场销售渠道对比情况 142

图表：品牌巧克力广告到达率 142

图表：品牌巧克力广告到达途径 143

图表：品牌巧克力广告喜爱度 144

图表：品牌巧克力广告说服力 145

图表：品牌巧克力广告效果综合分析 146

图表：品牌巧克力知晓度 147

图表：巧克力品牌形象 148

图表：品牌巧克力价值综合分析 149

图表：品牌巧克力购买频率 150

图表：品牌巧克力食用频率 151

图表：品牌巧克力议价空间 152

图表：德芙巧克力渠道分析 179

图表：2011年金帝巧克力终端供货价格 228

图表：金丝猴集团有限公司国内营销网络 233

图表：金丝猴集团有限公司国际营销网络 233

图表：2013-2017年巧克力市场规模预测 246

图表：2013-2017年巧克力总产值预测 247

图表：2013-2017年巧克力销售收入预测 247

图表：2013-2017年巧克力总资产预测 248

图表：2013-2017年巧克力产量预测 249

图表：2011年巧克力行业投资规模 251

图表：2011年巧克力行业投资规模增速 251

图表：2012年巧克力行业投资规模预测 251

图表：2012年巧克力行业投资规模增速预测 252

图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 253

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 254

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 254

图表：2011年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 255

图表：2006-2011年城镇新增就业人数 256

图表：2006-2011年年末国家外汇储备及其增长速度 256

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 257

图表：2006-2011年粮食产量及其增长速度 258

图表：2006-2011年全部工业增加值及其增长速度 259

图表：2011年主要工业产品产量及其增长速度 259

图表：2011年规模以上工业企业实现利润及其增长速度 261

图表：2006-2011年建筑业增加值及其增长速度 262

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 263

图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 263

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力 265

图表：2011年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 265

图表：2006-2011年社会消费品零售总额及其增长速度 266

图表：2011年货物进出口总额及其增长速度 267

图表：2011年主要商品出口数量、金额及其增长速度 268

图表：2011年主要商品进口数量、金额及其增长速度 268

图表：2011年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 269

图表：2006-2011年货物进出口总额 270

图表：2011年非金融领域外商直接投资及其增长速度 270

图表：2011年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 271

图表：2011年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 272

图表：2006-2011年年末电话用户数 273

图表：2011年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 274

图表：2006-2011年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 275

图表：2011年年末人口数及其构成 276

图表：巧克力及制品产品质量检验项目表 282

图表：巧克力主要原料和成分的应用 288

图表：纯巧克力生产流程图 289
图表：2006-2011年人口及其自然增长率变化趋势 295
图表：2011年末各年龄段人口比重 296
图表：2006-2011年各年龄段人口比重变化情况 296
图表：2006-2011年出生人口性别比变化情况 297
图表：区域发展战略咨询流程图 333
图表：区域SWOT战略分析图 334
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/217890.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专业提供投资咨询报告、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。