



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国巧克力产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国巧克力产业发展现状及市场监测报告》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/272532.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，原产中南美洲，其鼻祖是"xocolatl"，意为"苦水"。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液块，可可液块中含有可可碱，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。可可含有苯乙胺，坊间流传着能够使人有恋爱的感觉的流言。

最早饮用的是玛雅人，而最初是由墨西哥人制作，16世纪初期的西班牙探险家荷南多•科尔特斯在墨西哥发现当地的阿兹特克国王饮用一种可可豆加水和香料制成的饮料，科尔特斯品尝后在1528年带回西班牙，并在西非一个小岛上种植了可可树。西班牙人将可可豆磨成了粉，从中加入了水和糖，在加热后被制成的饮料称为"巧克力"，深受大众的欢迎。不久其制作方法被意大利人学会，并且很快传遍整个欧洲。

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家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 全球巧克力行业分析

第一节 全球巧克力市场分析

一、全球巧克力市场现状

二、玛氏收购箭牌的影响分析

三、中国巧克力提升品质与国际接轨

第二节 全球主要地区巧克力市场分析

一、欧洲巧克力市场分析

二、北美巧克力市场分析

三、亚太地区巧克力市场分析

四、非洲地区巧克力市场分析

五、大洋洲巧克力市场分析

第三节 部分国家巧克力市场分析

一、比利时巧克力市场分析

二、美国巧克力市场分析

三、瑞士巧克力市场分析

四、法国巧克力市场分析

五、意大利巧克力市场分析

第二章 中国巧克力市场发展现状分析

第一节 巧克力市场总体概况

一、我国巧克力市场发展现状

二、我国巧克力市场的发展特征

三、我国巧克力市场的营销模式

四、中国成为全球第二大巧克力市场

第二节 巧克力消费市场分析

一、大城市中产阶级是主要消费群体

二、黑巧克力消费增长强劲

三、国外品牌占据市场

四、消费需求呈现多样化

五、巧克力市场消费者调查分析

第三节 中国巧克力市场构成要素分析

一、巧克力产品购买主体构成分析

二、巧克力产品市场购买力分析

三、巧克力产品市场购买欲望分析

第四节 中国巧克力市场主要品牌分析

一、国外主要企业品牌分析

1、品牌数量及所占份额

2、主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析

二、国内主要品牌分析

1、品牌数量及所占份额

2、主要品牌在华发展历程及成功失败经验教训分析

3、国内外巧克力企业品牌的优劣势对比

4、中国巧克力市场的品牌之争

5、本土巧克力品牌应对国际品牌投资策略分析

6、我国巧克力品牌趋势预测光明

第五节 中国巧克力市场运行数据分析

一、中国巧克力市场产品销售情况分析

- 1、销售总量分析
- 2、主要销售区域分析
- 3、市场需求特点分析
- 二、中国巧克力市场产品供给情况分析
- 1、国内市场主要供给量分析
- 2、供给来源构成
- 3、供需格局分析

第三章 中国巧克力行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、中国宏观经济发展预测分析

第二节 巧克力行业标准法规

- 一、巧克力卫生标准
- 二、巧克力及其制品生产许可证审查细则

第四章 中国巧克力原材料市场分析

第一节 可可市场概况

- 一、可可的历史起源及生产
- 二、可可的消费及贸易情况
- 三、全球主要可可产地情况
- 1、科特迪瓦
- 2、加纳
- 3、印度尼西亚

第二节 果仁市场概括

- 一、2015年果仁产量分析
- 二、果仁的消费及贸易情况
- 三、全球果仁供给情况分析

第三节 砂糖市场概述

- 一、2015年砂糖产量分析
- 二、砂糖的消费及贸易情况

三、全球砂糖供给情况分析

四、砂糖市场价格走势分析

第四节 牛奶市场概述

一、2015年牛奶产量分析

二、牛奶的消费及贸易情况

三、全球牛奶供给情况分析

四、牛奶市场价格走势分析

第五节 我国巧克力主要原料供求状况

一、主要原料供求状况

二、主要供销渠道情况

第五章 中国巧克力市场消费能力分析

第一节 巧克力行业进出口市场分析

一、巧克力行业进出口综述

二、巧克力行业出口市场分析

三、巧克力行业进口市场分析

第二节 2015年中国巧克力市场消费能力现状分析

一、中国巧克力产品购买要素构成分析

二、巧克力产品替代产品威胁分析

三、主要消费领域消费能力对比分析

第三节 影响中国巧克力市场消费能力主要因素分析

一、购买者的购买目的及主要用途

二、购买者所处的消费环境

第四节 中国巧克力消费市场独有特征分析

第五节 中国巧克力市场增长潜力及驱动因素分析

第六节 中国巧克力出口面临的挑战及对策

一、中国巧克力出口面临的挑战

二、中国巧克力行业未来出口展望

三、中国巧克力产品出口对策

四、巧克力行业进出口前景及建议

第六章 中国巧克力区域市场消费能力分析

第一节 中国巧克力主要消费市场运营状况分析研究

一、上海巧克力市场运营状况分析分析

二、北京巧克力市场运营状况分析分析

三、广州巧克力市场运营状况分析分析

四、成都巧克力市场运营状况分析分析

五、武汉巧克力市场运营状况分析分析

第二节 中国巧克力产品城市、农村消费市场分析

一、城市、农村市场表现特征

二、城市、农村市场主要需求差异分析

1、产品功能差异

2、产品价格差异

3、产品购买力差异

三、城市、农村巧克力市场规模分析

第三节 中国巧克力市场潜在需求领域开拓及需求潜力

一、巧克力市场潜在需求领域发展情况

1、主要潜在需求领域介绍

2、当前该领域需求情况

二、潜在需求市场需求潜力预测

第七章 中国巧克力包装市场探究

第一节 包装在巧克力中的作用

一、保质功能

二、防护功能

三、刺激消费

第二节 我国巧克力包装现状

一、发展现状

二、存在差距

三、解决办法

第三节 巧克力包装的发展趋势

第八章 巧克力行业竞争形势及策略

第一节 巧克力行业竞争结构分析

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

第二节 巧克力行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析
- 四、集中度变化趋势

第三节 巧克力行业SWOT分析

- 一、巧克力行业优势分析
- 二、巧克力行业劣势分析
- 三、巧克力行业机会分析
- 四、巧克力行业威胁分析

第四节 中国巧克力行业竞争力分析

- 一、中国巧克力行业品牌竞争格局
- 二、我国巧克力行业竞争力剖析
- 三、国内巧克力企业竞争能力提升途径

第五节 巧克力行业竞争格局分析

- 一、国内外巧克力竞争分析
- 二、我国巧克力市场竞争分析

第六节 巧克力市场竞争策略分析

- 一、产品策略
- 二、品牌策略
- 三、技术策略
- 四、推广策略

第九章 2014-2015年巧克力行业领先企业经营形势分析

第一节 玛氏食品（中国）有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第二节 中粮金帝食品（深圳）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第三节 好时食品国际贸易（上海）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第四节 费列罗贸易（上海）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第五节 歌帝梵（上海）食品商贸有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第六节 明治制果食品工业（上海）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第七节 莲特贸易（上海）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第八节 雀巢（中国）有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第九节 上海江崎格力高食品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第十节 上海金丝猴食品股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业产品结构分析

三、企业技术水平分析

四、企业经营模式分析

五、企业经济指标分析

六、企业竞争优势分析

七、企业最新发展动向

第十章 2016-2022年巧克力行业前景及趋势预测

第一节 2016-2022年巧克力市场趋势预测

一、2016-2022年巧克力市场发展潜力

二、2016-2022年巧克力市场趋势预测展望

三、2016-2022年巧克力细分行业趋势预测分析

第二节 2016-2022年巧克力市场发展趋势预测

一、2016-2022年巧克力行业发展趋势

二、2016-2022年中国巧克力市场规模预测

三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国巧克力行业供需预测

一、2016-2022年中国巧克力行业供给特点

二、2016-2022年中国巧克力行业产量预测

三、2016-2022年中国巧克力市场销量预测

四、2016-2022年中国巧克力行业需求特点

五、2016-2022年中国巧克力行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、科研开发趋势及替代技术进展

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 中国巧克力市场销售渠道现状分析

第一节 主要营销模式分析及比较

一、直销营销模式

二、分公司营销模式

三、代理营销模式

四、关联营销模式

第二节 中国巧克力市场销售品牌研究

一、区域热卖品牌

二、龙头企业动态

第三节 中国巧克力市场标杆企业销售模式分析

一、国外品牌企业

二、国内龙头企业

三、营销案例分析

第十二章 开拓中国巧克力产品销售市场主要策略

第一节 中国巧克力产品目标市场选择策略及模式

第二节 影响中国巧克力目标市场策略因素分析

一、企业的资源特点

二、产品及市场特点

三、竞争者策略选择

第三节 中国巧克力目标市场营销策略

一、无差别性市场营销策略

二、差别性市场营销策略

三、集中性市场营销策略

第四节 开拓中国巧克力产品潜在需求市场策略

图表目录：

图表：全球巧克力市场规模

图表：欧洲巧克力市场规模

图表：北美巧克力市场规模
图表：亚太地区巧克力市场规模
图表：非洲巧克力市场规模
图表：大洋洲巧克力市场规模
图表：比利时巧克力市场规模
图表：美国巧克力市场规模
图表：瑞士巧克力市场规模
图表：法国巧克力市场规模
图表：意大利巧克力市场规模
图表：黑巧克力消费增长率
图表：国外品牌中国市场占比
图表：巧克力市场消费者调查分析
图表：巧克力产品购买主体构成分析
图表：巧克力产品市场购买力分析
图表：巧克力产品市场购买欲望分析
图表：国外品牌在华数量
图表：国外品牌在华所占份额
图表：国内品牌数量
图表：国内品牌所占份额
图表：销售总量分析
图表：主要销售区域分析
图表：国内市场主要供给量分析
图表：GDP历史变动轨迹分析
图表：固定资产投资历史变动轨迹分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272532.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。