



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2012年中国巧克力市场调查咨询及发展预测报告

一、调研说明

《2008-2012年中国巧克力市场调查咨询及发展预测报告》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/43908.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

对中国来讲，巧克力还是比较新的食品。它在中国发展的历史有50多年。规模生产从上世纪70年代开始，快速发展从90年代开始，到目前为止生产量还不是很大。目前全国的总生产量为7万吨左右。人均消费50-60克左右。而发达国家，如日本人均7公斤，欧洲人均基本都是在10公斤以上。可以说国内的发展很快，但差距很大。巧克力的发展是和生活水平相关的。生活水平提高，消费量会逐步扩大。近几年国家的人均收入逐步提高，今后3-5年也是我国巧克力发展比较快的阶段。巧克力行业集中度高，市场呈现寡头垄断状态，目前，德芙、吉百利、好时、金帝四个品牌已经占据了我国巧克力市场70%以上的份额，市场呈寡头竞争状态。竞争企业分化成三大阵营：第一阵营是以德芙、吉百利、好时、费列罗等为代表的外资品牌，占领了高档巧克力市场绝大部分份额；第二阵营是以金帝、恺撒威登为代表的合资品牌，主导中档巧克力市场；第三阵营是以申丰、金丝猴等为代表的本土品牌，占据了低档巧克力市场的主要份额。

机构研究数据显示：2002-2007年中国巧克力市场销量年均复合增长率(CAGR)为11%的趋势，从产品结构来看，目前袋装巧克力居市场主导地位，从产品口味来看，牛奶味巧克力糖果领先于其它产品。在过去的3年中，中国巧克力糖果行业受益于经济大幅增长，因此消费购买力的上升。机构预计到2012年中国巧克力市场将会达到98亿元左右的市场规模。

《2008-2012年中国巧克力市场调查咨询及发展预测报告》共分十一章，首先对巧克力行业的基本情况、生产工艺以及其发展环境进行介绍。其次对巧克力相关行业、巧克力市场的现状、各种类型的巧克力的市场销售规模以及巧克力品牌的发展进行较深刻的解析；接下来对巧克力包装行业以及该行业的重点企业进行较全面的分析。最后对巧克力行业的投资、发展趋势以及销售规模做了科学的预测。

本报告依据国家统计局、国家发改委、中国海关、中国贸易促进会、机构、国内外多种相关刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【目录】

第一章 中国巧克力行业发展概况 22

1.1 行业基本概述 22

1.1.1 巧克力定义 22

1.1.2 巧克力的分类 23

1.1.3 巧克力文化 24

1.2 巧克力生产工艺的介绍 25

1.2.1 巧克力的基本生产流程 25

1.2.2 巧克力的加工与调温 30

第二章 巧克力行业发展环境分析 30

2.1 2007年中国经济情况和分析 30

2.2 2008年二季度中国经济预测及政策展望 51

2.3 2008年中国经济发展趋势分析 52

2.3.1 2008年中国经济政策分析 52

2.3.2 2008年中国经济形势分析 53

2.4 巧克力行业标准法规 55

2.4.1 巧克力卫生标准 55

2.4.2 巧克力及其制品生产许可证审查细则 56

第三章 2008年中国糖果及巧克力行业分析 59

3.1 2007-2008年中国糖果及巧克力行业总体分析 59

3.1.1 2007年中国糖果及巧克力行业总体分析 67

3.1.2 2008年中国糖果及巧克力行业总体分析 70

3.2 2007-2008年中国糖果及巧克力行业盈利分析 73

3.2.1 2007-2008年中国糖果及巧克力行业成本费用利润分析 73

3.2.2 2007-2008年中国糖果及巧克力行业销售毛利率分析 74

3.2.3 2007-2008年中国糖果及巧克力行业销售利润率分析 75

3.2.4 2007-2008年中国糖果及巧克力行业总资产利润率分析 76

3.3 2007-2008年中国糖果及巧克力行业偿债能力分析 77

3.4 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析 78

3.4.1 2007年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析 78

3.4.2 2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数据分析 86

3.5	2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析	96
3.5.1	2007年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析	96
3.5.2	2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数据分析	100
第四章	中国糖果市场发展分析	105
4.1	中国糖果市场发展概述	105
4.1.1	中国糖果市场的发展过程	105
4.1.2	中国糖果市场特点	105
4.1.3	中国糖果市场现状	107
4.1.4	糖果行业各销售渠道的销售比	107
4.1.5	糖果企业各产品品类在市场的销售比	108
4.1.6	中国糖果市场竞争格局	110
4.2	中国糖果细分市场特点分析	112
4.2.1	奶糖市场特点	112
4.2.2	硬糖市场特点	113
4.2.3	软糖市场特点	113
4.2.4	巧克力市场特点	114
4.2.5	酥糖市场特点	114
4.3	2008年糖果产量分析	115
4.3.1	2002-2008年中国糖果生产供给情况	115
4.3.2	2007-2008年中国糖果区域供给集中度分析	116
4.3.3	2002-2008年主要省市省糖果产量统计	118
4.4	中国糖果企业面临的问题及对策	133
4.4.1	国内糖果企业面临的问题	133
4.4.2	中国糖果企业突围之路	134
4.4.3	中国糖果企业营销策略	136
4.5	中国糖果业发展前景趋势分析	138
4.5.1	功能性糖果发展前景	138
4.5.2	糖果行业发展趋势	140
4.5.3	糖果行业新的发展方向	140
4.5.4	中国糖果新的发展趋势	145

第五章 中国巧克力市场发展分析	146
5.1 中国巧克力市场概述	146
5.1.1 中国巧克力市场现状	146
5.1.2 中国巧克力市场竞争格局	147
5.1.3 中国巧克力礼品市场简析	148
5.2 2002-2007年中国巧克力市场规模分析	148
5.2.1 2002-2007年中国巧克力市场规模分析	148
5.2.2 2002-2007年中国片装巧克力市场规模分析	151
5.2.3 2002-2007年中国袋装巧克力市场规模分析	152
5.2.4 2002-2007年中国盒装巧克力市场规模分析	154
5.2 2002-2007年中国巧克力口味分析	156
5.2.1 2002-2007年牛奶巧克力市场占有率分析	157
5.2.2 2002-2007年黑巧克力市场占有率分析	157
5.2.3 2002-2007年夹心巧克力市场占有率分析	158
5.2.4 2002-2007年白巧克力市场占有率分析	159
5.3 中国巧克力品牌市场份额分析	159
5.3.1 不同品牌巧克力市场份额分析	159
5.3.2 巧克力主要企业市场份额分析	160
5.4 巧克力市场特征分析	161
5.4.1 巧克力成为消费市场一种文化特征	161
5.4.2 巧克力市场消费者的心理特征分析	161
5.4.3 巧克力市场价格走势特征	162
5.5 2008年巧克力及其他含可可的食品进出口分析	162
5.5.1 2001-2008年巧克力及其他含可可的食品进口总体分析	162
5.5.2 2001-2008年巧克力及其他含可可的食品出口分析	164
5.5.3 2008年中国巧克力及其他含可可的食品重点省市进出口分析	166
5.5.4 2008年主要国家巧克力及其他含可可的食品进出口分析	167
5.5.5 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进出口的均价趋势	170
5.6 中国巧克力市场存在的问题及解决策略	172
5.6.1 中国巧克力市场存在的问题	172
5.6.2 中国巧克力企业面临的问题	172
5.6.3 国内巧克力企业与国外企业的差距	173

5.6.4 开拓情侣巧克力市场策略 173

5.6.5 中国巧克力企业发展建议 174

第六章 中国巧克力品牌发展分析 175

6.1 巧克力市场品牌发展概述 175

6.1.1 巧克力品牌本源 175

6.1.2 中国巧克力品牌现状 175

6.1.3 中国巧克力品牌存在问题 177

6.2 中国巧克力品牌发展策略 178

6.2.1 巧克力品牌定位建议 178

6.2.2 中国巧克力打造品牌之路 179

6.2.3 中国巧克力品牌塑造之路 181

第七章 中国巧克力消费市场消费者调研分析 183

7.1 中国巧克力主要消费市场调研分析 183

7.1.1 北京市巧克力市场消费者调研分析 183

7.1.2 天津巧克力市场消费者调研分析 184

7.1.3 太原巧克力市场消费者调研分析 185

7.1.4 哈尔滨巧克力市场消费者调研分析 187

7.1.5 长春巧克力市场消费者调研分析 188

7.1.6 沈阳巧克力市场消费者调研分析 189

7.1.7 大连巧克力市场消费者调研分析 190

7.1.8 济南巧克力市场消费者调研分析 191

7.1.9 青岛巧克力市场消费者调研分析 192

7.1.10 南京巧克力市场消费者调研分析 194

7.1.11 苏州巧克力市场消费者调研分析 195

7.1.12 上海巧克力市场消费者调研分析 196

7.1.13 杭州巧克力市场消费者调研分析 197

7.1.14 宁波巧克力市场消费者调研分析 199

7.1.15 福州巧克力市场消费者调研分析 200

7.1.16 厦门巧克力市场消费者调研分析 201

7.1.17 合肥巧克力市场消费者调研分析 202

- 7.1.18 南昌巧克力市场消费者调研分析 204
- 7.1.19 郑州巧克力市场消费者调研分析 205
- 7.1.20 长沙巧克力市场消费者调研分析 206
- 7.1.21 武汉巧克力市场消费者调研分析 207
- 7.1.22 广州巧克力市场消费者调研分析 209
- 7.1.23 深圳巧克力市场消费者调研分析 210
- 7.1.24 佛山巧克力市场消费者调研分析 211
- 7.1.25 南宁巧克力市场消费者调研分析 212
- 7.1.26 海口巧克力市场消费者调研分析 214
- 7.1.27 成都巧克力市场消费者调研分析 215
- 7.1.28 重庆巧克力市场消费者调研分析 216
- 7.1.29 昆明巧克力市场消费者调研分析析 217
- 7.1.30 西安巧克力市场消费者调研分析 219
- 7.2 主要巧克力品牌消费者特征分析 220
 - 7.2.1 德芙消费者特征分析 220
 - 7.2.2 吉百利消费者特征分析 222
 - 7.2.3 金帝消费者特征分析 224
 - 7.2.4 雀巢消费者特征分析 226
 - 7.2.5 金丝猴消费者特征分析 228
 - 7.2.6 费列罗消费者特征分析 230
 - 7.2.7 好时消费者特征分析 232
 - 7.2.8 士力架消费者特征分析 233
 - 7.2.9 吉利莲消费者特征分析 235
 - 7.2.10 金莎消费者特征分析 237
- 7.3 中国巧克力消费者的生活态度分析 239
- 7.4 中国巧克力消费者的体育及休闲活动分析 242

第八章 中国巧克力包装行业分析 245

- 8.1 中国巧克力包装行业发展概述 245
 - 8.1.1 中国巧克力包装业发展现状 245
 - 8.1.2 中国巧克力包装业与国外存在差距 245
 - 8.1.3 中国解决巧克力包装业瓶颈对策 245

- 8.2 包装对巧克力的作用 246
 - 8.2.1 保质作用 246
 - 8.2.2 提高产品卫生安全性作用 246
 - 8.2.3 刺激消费作用 246
- 8.3 巧克力包装的发展趋势 247
 - 8.3.1 标准化的产品包装机向高速自动化发展趋势 247
 - 8.3.2 个性化产品包装机发展趋势 247
 - 8.3.3 巧克力包装设计发展趋势 247
 - 8.3.4 巧克力包装机械数字化最新发展趋势 248

第九章 重点企业巧克力经营分析 249

- 9.1 爱芬食品（北京）有限公司 249
 - 9.1.1 企业基本情况 249
 - 9.1.2 2007年企业偿债能力分析 249
 - 9.1.3 2007年企业盈利能力分析 251
 - 9.1.4 2007年企业成本费用分析 252
- 9.2 深圳金帝食品有限公司 252
 - 9.2.1 企业基本情况 252
 - 9.2.2 2007年企业偿债能力分析 254
 - 9.2.3 2007年企业盈利能力分析 255
 - 9.2.4 2007年企业成本费用分析 256
- 9.3 天津雀巢有限公司 257
 - 9.3.1 企业基本情况 257
 - 9.3.2 企业偿债能力分析 258
 - 9.3.3 企业盈利能力分析 259
 - 9.3.4 企业成本费用分析 260
- 9.4 上海申丰食品有限公司 261
 - 9.4.1 企业基本情况 261
 - 9.4.2 企业偿债能力分析 262
 - 9.4.3 企业盈利能力分析 263
 - 9.4.4 企业成本费用分析 264
- 9.5 好丽友食品有限公司 265

- 9.5.1 企业基本情况 265
- 9.5.2 企业偿债能力分析 266
- 9.5.3 企业盈利能力分析 266
- 9.5.4 企业成本费用分析 267
- 9.6 吉百利(中国)食品有限公司 267
- 9.6.1 企业基本情况 267
- 9.6.2 企业偿债能力分析 268
- 9.6.3 企业盈利能力分析 269
- 9.6.4 企业成本费用分析 269
- 9.7 上海丰原嘉丽可可食品有限公司 270
- 9.7.1 企业基本情况 270
- 9.7.2 企业偿债能力分析 271
- 9.7.3 企业盈利能力分析 271
- 9.7.4 企业成本费用分析 272
- 9.8 沈阳可可琳纳食品有限公司 273
- 9.8.1 企业基本情况 273
- 9.8.2 企业偿债能力分析 273
- 9.8.3 企业盈利能力分析 274
- 9.8.4 企业成本费用分析 274
- 9.9 味觉糖食品(上海)有限公司 275
- 9.9.1 企业基本情况 275
- 9.9.2 企业偿债能力分析 276
- 9.9.3 企业盈利能力分析 276
- 9.9.4 企业成本费用分析 277
- 9.10 浙江金旺达食品有限公司 277
- 9.10.1 企业基本情况 277
- 9.10.2 企业偿债能力分析 278
- 9.10.3 企业盈利能力分析 278
- 9.10.4 企业成本费用分析 279
- 9.11 台山市达利糖果玩品有限公司 280
- 9.11.1 企业基本情况 280
- 9.11.2 企业偿债能力分析 280

- 9.11.3 企业盈利能力分析 281
- 9.11.4 企业成本费用分析 281
- 9.12 上海百诺食品有限公司 282
 - 9.12.1 企业基本情况 282
 - 9.12.2 企业偿债能力分析 283
 - 9.12.3 企业盈利能力分析 283
 - 9.12.4 企业成本费用分析 284
- 9.13 广州市番禺区金花食品有限公司 284
 - 9.13.1 企业基本情况 284
 - 9.13.2 企业偿债能力分析 285
 - 9.13.3 企业盈利能力分析 286
 - 9.13.4 企业成本费用分析 286

第十章 巧克力行业投资分析 288

- 10.1 国外巧克力市场投资分析 288
 - 10.1.1 俄巧克力市场投资空间大 288
 - 10.1.2 法国巧克力巧克力市场需求量旺盛 288
 - 10.1.3 特色巧克力走俏日本情人节市场 288
 - 10.1.4 有机巧克力冲刺美国市场 289
- 10.2 中国巧克力市场投资策略 289
 - 10.2.1 中国巧克力市场发展潜力 289
 - 10.2.2 中国巧克力市场消发展特点 290
 - 10.2.3 巧克力市场营销策略 290
- 10.3 巧克力店的投资策略 291
 - 10.3.1 开业策划 291
 - 10.3.2 经营策略 292
 - 10.3.3 开业设备 292
 - 10.3.4 店址的选择 292
- 10.4 巧克力及其制品的新品开发投资分析 293
 - 10.4.1 巧克力配料的创新 293
 - 10.4.2 膨化食品的巧克力涂层解析 294
 - 10.4.3 巧克力生产技术的发展趋势 295

10.4.4 模注巧克力制品的开发 296

第十一章 中国巧克力行业发展前景及趋势分析 299

11.1 中国巧克力业发展前景及趋势 299

11.1.1 中国巧克力发展前景 299

11.1.2 品牌成为巧克力消费的发展方向 300

11.1.3 2008年玛氏并购箭牌后中国市场的走向 300

11.1.4 巧克力发展趋势 301

11.2 2008-2012年中国巧克力市场规模预测 302

11.2.1 2008-2012年中国巧克力市场规模预测 302

11.2.2 2008-2012年中国片装巧克力市场规模预测 303

11.2.3 2008-2012年中国袋装巧克力市场规模预测 305

11.2.4 2008-2012年中国盒装巧克力市场规模预测 306

图表目录

图表 1 巧克力基本生产流程的条件 24

图表 2 巧克力调温得临界温度 28

图表 3 2003-2007年中国GDP增长趋势图 29

图表 4 2003-2007年中国居民消费价格涨跌幅度 30

图表 5 2007年居民消费价格比上年涨跌幅度 30

图表 6 2003-2007年国家外汇储备情况 31

图表 7 2003-2007年税收收入及其增长情况 31

图表 8 2003-2007年粮食产量及其增长情况 32

图表 9 2003-2007年工业增加值及其增长情况 32

图表 10 2007年主要工业产品产量及其增长速度 33

图表 11 2007年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 34

图表 12 2003-2007年固定资产投资及其增长情况 35

图表 13 2007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 35

图表 14 2007年固定资产投资新增主要生产能力 36

图表 15 2003-2007年社会消费品零售总额及其增长情况 37

图表 16 2003-2007年货物进出口总额及其增长情况 38

图表 17 2007年货物进出口总额及其增长速度 38

- 图表 18 2007年对主要国家和地区货物进出口总额及其增长速度 39
- 图表 19 2007年分行业外商直接投资及其增长速度 39
- 图表 20 2007年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 40
- 图表 21 2007年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 41
- 图表 22 2003-2007年电话用户数 42
- 图表 23 2007年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 42
- 图表 24 2003-2007年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长情况 43
- 图表 25 2003-2007年各类教育招生人数 44
- 图表 26 2007年中国人口数及其构成 45
- 图表 27 2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长情况 46
- 图表 28 2003-2007年城镇居民人均纯收入及其增长情况 46
- 图表 29 2003-2007年能源消费总量及其增长情况 48
- 图表 30 巧克力行业卫生标准理化指标情况 53
- 图表 31 巧克力行业细菌指标标准 53
- 图表 32 巧克力及制品产品质量检验项目表 55
- 图表 33 2007-2008年中国糖果及巧克力行业企业数量统计 57
- 图表 34 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业数量统计 57
- 图表 35 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同规模企业所占份额 57
- 图表 36 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业数量统计 58
- 图表 37 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同性质企业所占份额 58
- 图表 38 2007-2008年中国糖果及巧克力行业工业总产值统计 58
- 图表 39 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业工业总产值统计 59
- 图表 40 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同规模企业工业总产值所占份额 59
- 图表 41 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业工业总产值统计 59
- 图表 42 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同性质企业工业总产值所占份额 60
- 图表 43 2007-2008年中国糖果及巧克力行业资产统计 60
- 图表 44 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业资产统计 60
- 图表 45 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同规模企业资产所占份额 61
- 图表 46 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业资产统计 61
- 图表 47 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同性质企业资产所占份额 61
- 图表 48 2007-2008年中国糖果及巧克力行业销售收入统计 62
- 图表 49 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业销售收入统计 62

图表 50 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同规模企业销售收入所占份额 62

图表 51 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业销售收入统计 62

图表 52 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同性质企业销售收入所占份额 63

图表 53 2007-2008年中国糖果及巧克力行业利润统计 63

图表 54 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业利润统计 63

图表 55 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同规模企业利润所占份额 64

图表 56 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业利润统计 64

图表 57 2008年5月中国糖果及巧克力行业不同性质企业利润所占份额 64

图表 58 2007年中国糖果及巧克力行业经济指标统计 65

图表 59 2007年糖果及巧克力行业前五省区企业数量排名 66

图表 60 2007年糖果及巧克力行业前五省区工业总产值排名 67

图表 61 2007年糖果及巧克力行业前五省区资产总计排名 67

图表 62 2007年糖果及巧克力行业前五省区销售收入排名 67

图表 63 2007年糖果及巧克力行业前五省区利润总额排名 68

图表 64 2008年H中国糖果及巧克力行业经济指标统计 68

图表 65 2008年H糖果及巧克力行业前五省区企业数量排名 70

图表 66 2008年H糖果及巧克力行业前五省区工业总产值排名 70

图表 67 2008年H糖果及巧克力行业前五省区资产总计排名 70

图表 68 2008年H糖果及巧克力行业前五省区销售收入排名 71

图表 69 2008年H糖果及巧克力行业前五省区利润总额排名 71

图表 70 2007-2008年中国糖果及巧克力行业成本费用利润率 72

图表 71 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业盈利能力比较 72

图表 72 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业盈利能力比较 72

图表 73 2007-2008年中国糖果及巧克力行业销售毛利率 73

图表 74 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业销售毛利率比较 73

图表 75 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业销售毛利率比较 73

图表 76 2007-2008年中国糖果及巧克力行业销售利润率 73

图表 77 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业销售利润率比较 74

图表 78 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业销售利润率比较 74

图表 79 2007-2008年中国糖果及巧克力行业总资产利润率 74

图表 80 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业总资产利润率比较 74

图表 81 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业总资产利润率比较 75

图表 82 2007-2008年中国糖果及巧克力行业资产负债率 76

图表 83 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同规模企业资产负债率比较 76

图表 84 2007-2008年中国糖果及巧克力行业不同性质企业资产负债率比较 76

图表 85 2007年中国糖果及巧克力行业国有企业全部经济指标 77

图表 86 2007年中国糖果及巧克力行业股份合作企业全部经济指标 78

图表 87 2007年中国糖果及巧克力行业股份制企业全部经济指标 79

图表 88 2007年中国糖果及巧克力行业民营企业全部经济指标 80

图表 89 2007年中国糖果及巧克力行业外商及港澳台投资企业全部经济指标 82

图表 90 2007年中国糖果及巧克力行业其它企业经济指标 83

图表 91 2008年中国糖果及巧克力行业国有企业全部经济指标 85

图表 92 2008年中国糖果及巧克力行业集体企业全部经济指标 86

图表 93 2008年中国糖果及巧克力行业股份合作企业全部经济指标 87

图表 94 2008年中国糖果及巧克力行业股份制企业全部经济指标 89

图表 95 2008年中国糖果及巧克力行业民营企业全部经济指标 90

图表 96 2008年中国糖果及巧克力行业外商及港澳台投资企业全部经济指标 91

图表 97 2008年中国糖果及巧克力行业其它企业全部经济指标 92

图表 98 2007年中国糖果及巧克力行业大型企业经济数据 94

图表 99 2007年中国糖果及巧克力行业中型企业经济数据 95

图表 100 2007年中国糖果及巧克力行业小型企业经济数据 96

图表 101 2008年中国糖果及巧克力行业大型企业经济数据 98

图表 102 2008年中国糖果及巧克力行业中型企业经济数据 99

图表 103 2008年中国糖果及巧克力行业小型企业经济数据 101

图表 104 传统型糖果品牌份额 107

图表 105 功能型糖果品牌份额 107

图表 106 胶母型糖果品牌份额 108

图表 107 2002-2008年中国糖果产量统计及增长情况 113

图表 108 2002-2008年中国糖果产量增长趋势图 113

图表 109 2007年中国糖果月度产量数据统计 114

图表 110 2008年1-5月数据统计 114

图表 111 2007-2008年中国糖果产品产量省区集中度 115

图表 112 2007-2008年中国各大区糖果产量情况 115

图表 113 2007年中国各省区糖果产量排名情况 115

图表 114 2008年1-5月糖果产量排名情况 116

图表 115 2002-2008年5月广东糖果产量统计及增长情况 116

图表 116 2007年广东糖果月度产量数据统计 117

图表 117 2008年广东糖果月度产量数据统计 117

图表 118 2002-2008年5月上海糖果产量统计及增长情况 118

图表 119 2007年上海糖果月度产量数据统计 118

图表 120 2008年上海糖果月度产量数据统计 118

图表 121 2002-2008年5月福建糖果产量统计及增长情况 119

图表 122 2007年福建糖果月度产量数据统计 119

图表 123 2008年福建糖果月度产量数据统计 120

图表 124 2002-2008年5月湖南糖果产量统计及增长情况 120

图表 125 2007年湖南糖果月度产量数据统计 120

图表 126 2008年湖南糖果月度产量数据统计 121

图表 127 2002-2008年5月湖北糖果产量统计及增长情况 121

图表 128 2007年湖北糖果月度产量数据统计 121

图表 129 2008年湖北糖果月度产量数据统计 122

图表 130 2002-2008年5月北京糖果产量统计及增长情况 122

图表 131 2007年北京糖果月度产量数据统计 123

图表 132 2008年北京糖果月度产量数据统计 123

图表 133 2002-2008年5月江苏糖果产量统计及增长情况 124

图表 134 2007年江苏糖果月度产量数据统计 124

图表 135 2008年江苏糖果月度产量数据统计 124

图表 136 2002-2008年5月浙江糖果产量统计及增长情况 125

图表 137 2007年浙江糖果月度产量数据统计 125

图表 138 2008年浙江糖果月度产量数据统计 126

图表 139 2002-2008年5月河南糖果产量统计及增长情况 126

图表 140 2007年河南糖果月度产量数据统计 126

图表 141 2008年河南糖果月度产量数据统计 127

图表 142 2002-2008年5月山东糖果产量统计及增长情况 127

图表 143 2007年山东糖果月度产量数据统计 127

图表 144 2008年山东糖果月度产量数据统计 128

图表 145 2002-2008年5月辽宁糖果产量统计及增长情况 128

图表 146 2007年辽宁糖果月度产量数据统计 129

图表 147 2008年辽宁糖果月度产量数据统计 129

图表 148 2002-2008年5月四川糖果产量统计及增长情况 130

图表 149 2007年四川糖果月度产量数据统计 130

图表 150 2008年四川糖果月度产量数据统计 130

图表 151 2002-2007年中国巧克力销量统计 146

图表 152 2002-2007年中国巧克力销量增长趋势图 147

图表 153 2002-2007年中国巧克力销售收入统计 147

图表 154 2002-2007年中国巧克力销售收入增长趋势图 147

图表 155 2007年中国巧克力市场结构 (volume) 148

图表 156 2007年中国巧克力市场结构 (value) 148

图表 157 2002-2007年中国巧克力销量增长情况 148

图表 158 2002-2007年中国巧克力销售收入增长情况 148

图表 159 2002-2007年中国片装巧克力销量统计 149

图表 160 2002-2007年中国片装巧克力销量增长趋势图 149

图表 161 2002-2007年中国片装巧克力销售收入统计 149

图表 162 2002-2007年中国片装巧克力销售收入增长趋势图 150

图表 163 2002-2007年中国片装巧克力销量增长情况 150

图表 164 2002-2007年中国片装巧克力销售收入增长情况 150

图表 165 2002-2007年中国袋装巧克力销量统计 151

图表 166 2002-2007年中国袋装巧克力销量增长趋势图 151

图表 167 2002-2007年中国袋装巧克力销售收入统计 151

图表 168 2002-2007年中国袋装巧克力销售收入增长趋势图 152

图表 169 2002-2007年中国袋装巧克力销量增长情况 152

图表 170 2002-2007年中国袋装巧克力销售收入增长情况 152

图表 171 2002-2007年中国盒装巧克力销量统计 153

图表 172 2002-2007年中国盒装巧克力销量增长趋势图 153

图表 173 2002-2007年中国盒装巧克力销售收入统计 153

图表 174 2002-2007年中国盒装巧克力销售收入增长趋势图 154

图表 175 2002-2007年中国盒装巧克力销量增长情况 154

图表 176 2002-2007年中国盒装巧克力销售收入增长情况 154

图表 177 2007年中国巧克力口味结构分析 (volume) 155

图表 178 2004-2007年牛奶巧克力占市场份额情况 155

图表 179 2004-2007年牛奶巧克力占市场份额趋势图 (%) 155

图表 180 2004-2007年黑巧克力占市场份额情况 156

图表 181 2004-2007年黑巧克力占市场份额趋势图 (%) 156

图表 182 2004-2007年夹心巧克力占市场份额情况 156

图表 183 2004-2007年夹心巧克力占市场份额趋势图 (%) 156

图表 184 2004-2007年白巧克力占市场份额情况 157

图表 185 2004-2007年白巧克力占市场份额趋势图 (%) 157

图表 186 不同品牌巧克力所占市场份额情况 158

图表 187 不同巧克力企业所占巧克力市场份额情况 158

图表 188 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进口数量统计 161

图表 189 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进口数量趋势图 161

图表 190 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进口金额统计 161

图表 191 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进口金额趋势图 162

图表 192 2001-2007年中国巧克力及其他含可可的食品出口数量统计 162

图表 193 2001-2007年中国巧克力及其他含可可的食品出口数量趋势图 163

图表 194 2001-2007年中国巧克力及其他含可可的食品出口金额统计 163

图表 195 2001-2007年中国巧克力及其他含可可的食品出口金额趋势图 163

图表 196 2007年中国分省市巧克力及其他含可可的食品出口数量和金额统计 164

图表 197 2008年H中国分省市巧克力及其他含可可的食品出口数量和金额统计 164

图表 198 2007年中国分省市巧克力及其他含可可的食品进口数量和金额统计 165

图表 199 2008年H中国分省市巧克力及其他含可可的食品进口数量和金额统计 165

图表 200 2007年中国巧克力及其他含可可的食品出口流向统计 166

图表 201 2008年H中国巧克力及其他含可可的食品出口流向统计 167

图表 202 2007年中国巧克力及其他含可可的食品进口来源统计 167

图表 203 2008年H中国巧克力及其他含可可的食品进口来源统计 168

图表 204 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品出口均价统计 169

图表 205 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品出口均价趋势图 169

图表 206 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进口均价统计 169

图表 207 2001-2008年中国巧克力及其他含可可的食品进口均价趋势图 170

图表 208 北京市巧克力消费市场主要指标情况 181

图表 209 北京市巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 181

图表 210 北京市巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 182

图表 211 天津巧克力消费市场主要指标情况 182

图表 212 天津巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 183

图表 213 天津巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 183

图表 214 太原巧克力消费市场主要指标情况 184

图表 215 太原巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 184

图表 216 太原巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 184

图表 217 哈尔滨巧克力消费市场主要指标情况 185

图表 218 哈尔滨巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 185

图表 219 哈尔滨巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 185

图表 220 长春巧克力消费市场主要指标情况 186

图表 221 长春巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 186

图表 222 长春巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 187

图表 223 沈阳巧克力消费市场主要指标情况 187

图表 224 沈阳巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 187

图表 225 沈阳巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 188

图表 226 大连巧克力消费市场主要指标情况 188

图表 227 大连巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 188

图表 228 大连巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 189

图表 229 济南巧克力消费市场主要指标情况 189

图表 230 济南巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 190

图表 231 济南巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 190

图表 232 青岛巧克力消费市场主要指标情况 191

图表 233 青岛巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 191

图表 234 青岛巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 191

图表 235 南京巧克力消费市场主要指标情况 192

图表 236 南京巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 192

图表 237 南京巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 193

图表 238 苏州巧克力消费市场主要指标情况 193

图表 239 苏州巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 193

图表 240 苏州巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 194

图表 241 上海巧克力消费市场主要指标情况 194

图表 242 上海巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 195

图表 243 上海巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 195

图表 244 杭州巧克力消费市场主要指标情况 196

图表 245 杭州巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 196

图表 246 杭州巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 196

图表 247 宁波巧克力消费市场主要指标情况 197

图表 248 宁波巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 197

图表 249 宁波巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 198

图表 250 福州巧克力消费市场主要指标情况 198

图表 251 福州巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 198

图表 252 福州巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 199

图表 253 厦门巧克力消费市场主要指标情况 199

图表 254 厦门巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 200

图表 255 厦门巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 200

图表 256 合肥巧克力消费市场主要指标情况 201

图表 257 合肥巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 201

图表 258 合肥巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 201

图表 259 南昌巧克力消费市场主要指标情况 202

图表 260 南昌巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 202

图表 261 南昌巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 203

图表 262 郑州巧克力消费市场主要指标情况 203

图表 263 郑州巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 203

图表 264 郑州巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 204

图表 265 长沙巧克力消费市场主要指标情况 204

图表 266 长沙巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 205

图表 267 长沙巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 205

图表 268 武汉巧克力消费市场主要指标情况 206

图表 269 武汉巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 206

图表 270 武汉巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 206

图表 271 广州巧克力消费市场主要指标情况 207

图表 272 广州巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 207

图表 273 广州巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 208

图表 274 深圳巧克力消费市场主要指标情况 208

图表 275 深圳巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 208

图表 276 深圳巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 209

图表 277 佛山巧克力消费市场主要指标情况 209

图表 278 佛山巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 210

图表 279 佛山巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 210

图表 280 南宁巧克力消费市场主要指标情况 211

图表 281 南宁巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 211

图表 282 南宁巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 211

图表 283 海口巧克力消费市场主要指标情况 212

图表 284 海口巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 212

图表 285 海口巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 213

图表 286 成都巧克力消费市场主要指标情况 213

图表 287 成都巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 213

图表 288 成都巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 214

图表 289 重庆巧克力消费市场主要指标情况 214

图表 290 重庆巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 215

图表 291 重庆巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 215

图表 292 昆明巧克力消费市场主要指标情况 216

图表 293 昆明巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 216

图表 294 昆明巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 216

图表 295 西安巧克力消费市场主要指标情况 217

图表 296 西安巧克力消费市场品牌渗透率 (TOP10) 217

图表 297 西安巧克力消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10) 218

图表 298 德芙巧克力的消费者的性别构成 218

图表 299 德芙巧克力的消费者的年龄构成 218

图表 300 德芙巧克力的消费者的婚姻状况 218

图表 301 德芙巧克力的消费者的家庭成员构成情况 219

图表 302 德芙巧克力的消费者个人收入情况 219

图表 303 德芙巧克力的消费者家庭收入情况 219

图表 304 德芙巧克力的消费者职业情况 220

图表 305 吉百利的消费者的性别构成 220

图表 306 吉百利的消费者的年龄构成 220

图表 307 吉百利的消费者的婚姻状况 220

图表 308 吉百利的消费者的家庭成员构成情况 221

图表 309 吉百利的消费者个人收入情况 221

图表 310 吉百利的消费者家庭收入情况 221

图表 311 吉百利的消费者职业情况 222

图表 312 金帝的消费者的性别构成 222

图表 313 金帝的消费者的年龄构成 222

图表 314 金帝的消费者的婚姻状况 222

图表 315 金帝的消费者的家庭成员构成情况 223

图表 316 金帝的消费者个人收入情况 223

图表 317 金帝的消费者家庭收入情况 223

图表 318 金帝的消费者职业情况 224

图表 319 雀巢的消费者的性别构成 224

图表 320 雀巢的消费者的年龄构成 224

图表 321 雀巢的消费者的婚姻状况 224

图表 322 雀巢的消费者的家庭成员构成情况 225

图表 323 雀巢的消费者个人收入情况 225

图表 324 雀巢的消费者家庭收入情况 225

图表 325 雀巢的消费者职业情况 226

图表 326 金丝猴的消费者的性别构成 226

图表 327 金丝猴的消费者的年龄构成 226

图表 328 金丝猴的消费者的婚姻状况 226

图表 329 金丝猴的消费者的家庭成员构成情况 227

图表 330 金丝猴的消费者个人收入情况 227

图表 331 金丝猴的消费者家庭收入情况 227

图表 332 金丝猴的消费者职业情况 227

图表 333 费列罗的消费者的性别构成 228

图表 334 费列罗的消费者的年龄构成 228

图表 335 费列罗的消费者的婚姻状况 228

图表 336 费列罗的消费者的家庭成员构成情况 228

图表 337 费列罗的消费者个人收入情况 229

图表 338 费列罗的消费者家庭收入情况 229

图表 339 费列罗的消费者职业情况 229

图表 340 好时的消费者的性别构成 230

图表 341 好时的消费者的年龄构成 230

图表 342 好时的消费者的婚姻状况 230

图表 343 好时的消费者的家庭成员构成情况 230

图表 344 好时的消费者个人收入情况 230

图表 345 好时的消费者家庭收入情况 231

图表 346 好时的消费者职业情况 231

图表 347 士力架的消费者的性别构成 231

图表 348 士力架的消费者的年龄构成 231

图表 349 士力架的消费者的婚姻状况 232

图表 350 士力架的消费者的家庭成员构成情况 232

图表 351 士力架的消费者个人收入情况 232

图表 352 士力架的消费者家庭收入情况 232

图表 353 士力架的消费者职业情况 233

图表 354 吉利莲的消费者的性别构成 233

图表 355 吉利莲的消费者的年龄构成 233

图表 356 吉利莲的消费者的婚姻状况 233

图表 357 吉利莲的消费者的家庭成员构成情况 234

图表 358 吉利莲的消费者个人收入情况 234

图表 359 吉利莲的消费者家庭收入情况 234

图表 360 吉利莲的消费者职业情况 234

图表 361 金莎的消费者的性别构成 235

图表 362 金莎的消费者的年龄构成 235

图表 363 金莎的消费者的婚姻状况 235

图表 364 金莎的消费者的家庭成员构成情况 235

图表 365 金莎的消费者个人收入情况 236

图表 366 金莎的消费者家庭收入情况 236

图表 367 金莎的消费者职业情况 236

图表 368 中国巧克力消费者的品牌观 237

图表 369 中国巧克力消费者的广告观 237

图表 370 中国巧克力消费者的购物投资观 238

图表 371 中国巧克力消费者的饮食生活观 238

图表 372 中国巧克力消费者的个性时尚观 239

图表 373 中国巧克力消费者的工作成就观 239

图表 374 中国巧克力消费者的科技环保观 240

图表 375 中国巧克力消费者参加体育运动所占份额 240

图表 376 中国巧克力消费者参加休闲活动所占份额 241

图表 377 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司应收账款统计 247

图表 378 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司流动资产统计 248

图表 379 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司固定资产统计 248

图表 380 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司资产统计 248

图表 381 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司负债统计 248

图表 382 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司偿债能力情况 248

图表 383 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司流动资产周转情况 248

图表 384 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司应收账款周转情况 248

图表 385 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司销售统计 249

图表 386 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司利润统计 249

图表 387 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司盈利能力情况 249

图表 388 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司销售毛利率情况 249

图表 389 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司销售利润率情况 249

图表 390 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司资产利润率情况 249

图表 391 2007年爱芬食品(北京)有限公司成本费用结构图 250

图表 392 2004-2007年爱芬食品(北京)有限公司成本费用统计 250

图表 393 2004-2007年深圳金帝食品有限公司应收账款统计 252

图表 394 2004-2007年深圳金帝食品有限公司流动资产统计 252

图表 395 2004-2007年深圳金帝食品有限公司固定资产统计 252

图表 396 2004-2007年深圳金帝食品有限公司资产统计 252

图表 397 2004-2007年深圳金帝食品有限公司负债统计 252

图表 398 2004-2007年深圳金帝食品有限公司偿债能力情况 253

图表 399 2004-2007年深圳金帝食品有限公司流动资产周转情况 253

图表 400 2004-2007年深圳金帝食品有限公司应收账款周转情况 253

图表 401 2004-2007年深圳金帝食品有限公司销售统计 253

图表 402 2004-2007年深圳金帝食品有限公司利润统计 253

图表 403 2004-2007深圳金帝食品有限公司盈利能力情况 253

图表 404 2004-2007深圳金帝食品有限公司销售毛利率情况 254

图表 405 2004-2007深圳金帝食品有限公司销售利润率情况 254

图表 406 2004-2007深圳金帝食品有限公司资产利润率情况 254

图表 407 2007年深圳金帝食品有限公司成本费用结构图 254

图表 408 2004-2007年深圳金帝食品有限公司成本费用统计 254

图表 409 天津雀巢有限公司应收账款统计 256

图表 410 天津雀巢有限公司流动资产统计 256

图表 411 天津雀巢有限公司固定资产统计 256

图表 412 天津雀巢有限公司资产统计 256

图表 413 天津雀巢有限公司负债统计 256

图表 414 天津雀巢有限公司偿债能力情况 256

图表 415 天津雀巢有限公司流动资产周转情况 257

图表 416 天津雀巢有限公司应收账款周转情况 257

图表 417 天津雀巢有限公司销售统计 257

图表 418 天津雀巢有限公司利润统计 257

图表 419 天津雀巢有限公司盈利能力情况 257

图表 420 天津雀巢有限公司销售毛利率情况 257

图表 421 天津雀巢有限公司销售利润率情况 257

图表 422 天津雀巢有限公司资产利润率情况 258

图表 423 天津雀巢有限公司成本费用结构图 258

图表 424 天津雀巢有限公司成本费用统计 258

图表 425 上海申丰食品有限公司应收账款统计 260

图表 426 上海申丰食品有限公司流动资产统计 260

图表 427 上海申丰食品有限公司固定资产统计 260

图表 428 上海申丰食品有限公司资产统计 260

图表 429 上海申丰食品有限公司负债统计 260

图表 430 上海申丰食品有限公司偿债能力情况 261

图表 431 上海申丰食品有限公司流动资产周转情况 261

图表 432 上海申丰食品有限公司应收账款周转情况 261

图表 433 上海申丰食品有限公司销售统计 261

图表 434 上海申丰食品有限公司利润统计 261

图表 435 上海申丰食品有限公司盈利能力情况 261

图表 436 上海申丰食品有限公司销售毛利率情况 261

图表 437 上海申丰食品有限公司销售利润率情况 262

图表 438 上海申丰食品有限公司资产利润率情况 262

图表 439 上海申丰食品有限公司成本费用结构图 262

图表 440 上海申丰食品有限公司成本费用统计 262

图表 441 好丽友食品有限公司主要财务数据（单位：千元）264

图表 442 好丽友食品有限公司偿债能力指标数据 264

图表 443 好丽友食品有限公司运营能力指标数据（单位：次）264

图表 444 好丽友食品有限公司盈利能力指标数据 264

图表 445 好丽友食品有限公司成本费用结构图 265

图表 446 好丽友食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元）265

图表 447 吉百利(中国)食品有限公司主要财务数据（单位：千元）266

图表 448 吉百利(中国)食品有限公司偿债能力指标数据 267

图表 449 吉百利(中国)食品有限公司运营能力指标数据（单位：次）267

图表 450 吉百利(中国)食品有限公司盈利能力指标数据 267

图表 451 吉百利(中国)食品有限公司成本费用结构图 268

图表 452 吉百利(中国)食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元）268

图表 453 上海丰原嘉丽可可食品有限公司主要财务数据（单位：千元）269

图表 454 上海丰原嘉丽可可食品有限公司偿债能力指标数据 269

图表 455 上海丰原嘉丽可可食品有限公司运营能力指标数据（单位：次）269

图表 456 上海丰原嘉丽可可食品有限公司盈利能力指标数据 270

图表 457 上海丰原嘉丽可可食品有限公司成本费用结构图 270

图表 458 上海丰原嘉丽可可食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元）270

图表 459 沈阳可可琳纳食品有限公司主要财务数据（单位：千元）271

图表 460 沈阳可可琳纳食品有限公司偿债能力指标数据 271

图表 461 沈阳可可琳纳食品有限公司运营能力指标数据（单位：次）272

图表 462 沈阳可可琳纳食品有限公司盈利能力指标数据 272

图表 463 沈阳可可琳纳食品有限公司成本费用结构图 273

图表 464 沈阳可可琳纳食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元）273

图表 465 味觉糖食品（上海）有限公司主要财务数据（单位：千元）274

图表 466 味觉糖食品（上海）有限公司偿债能力指标数据 274

图表 467 味觉糖食品（上海）有限公司运营能力指标数据（单位：次） 274

图表 468 味觉糖食品（上海）有限公司盈利能力指标数据 274

图表 469 味觉糖食品（上海）有限公司成本费用结构图 275

图表 470 味觉糖食品（上海）有限公司成本费用指标数据（单位：千元） 275

图表 471 浙江金旺达食品有限公司主要财务数据（单位：千元） 276

图表 472 浙江金旺达食品有限公司偿债能力指标数据 276

图表 473 浙江金旺达食品有限公司运营能力指标数据（单位：次） 276

图表 474 浙江金旺达食品有限公司盈利能力指标数据 277

图表 475 浙江金旺达食品有限公司成本费用结构图 277

图表 476 浙江金旺达食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元） 277

图表 477 台山市达利糖果玩品有限公司主要财务数据（单位：千元） 278

图表 478 台山市达利糖果玩品有限公司偿债能力指标数据 278

图表 479 台山市达利糖果玩品有限公司运营能力指标数据（单位：次） 279

图表 480 台山市达利糖果玩品有限公司盈利能力指标数据 279

图表 481 台山市达利糖果玩品有限公司成本费用结构图 279

图表 482 台山市达利糖果玩品有限公司成本费用指标数据（单位：千元） 280

图表 483 上海百诺食品有限公司主要财务数据（单位：千元） 281

图表 484 上海百诺食品有限公司偿债能力指标数据 281

图表 485 上海百诺食品有限公司运营能力指标数据（单位：次） 281

图表 486 上海百诺食品有限公司盈利能力指标数据 281

图表 487 上海百诺食品有限公司成本费用结构图 282

图表 488 上海百诺食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元） 282

图表 489 广州市番禺区金花食品有限公司主要财务数据（单位：千元） 283

图表 490 广州市番禺区金花食品有限公司偿债能力指标数据 283

图表 491 广州市番禺区金花食品有限公司运营能力指标数据（单位：次） 283

图表 492 广州市番禺区金花食品有限公司盈利能力指标数据 284

图表 493 广州市番禺区金花食品有限公司成本费用结构图 284

图表 494 广州市番禺区金花食品有限公司成本费用指标数据（单位：千元） 285

图表 495 2008-2012年中国巧克力销量预测 300

图表 496 2003-2012年中国巧克力销量及预测趋势图 300

图表 497 2008-2012年中国巧克力销售收入预测 300

图表 498 2003-2012年中国巧克力销售收入及预测趋势图 301
图表 499 2007-2012年中国巧克力销量增长趋势预测 301
图表 500 2007-2012年中国巧克力销售收入增长趋势预测 301
图表 501 2008-2012年中国片装巧克力销量预测 302
图表 502 2003-2012年中国片装巧克力销量及预测趋势图 302
图表 503 2008-2012年中国片装巧克力销售收入预测 302
图表 504 2003-2012年中国片装巧克力销售收入及预测趋势图 302
图表 505 2007-2012年中国片装巧克力销量增长趋势预测 303
图表 506 2007-2012年中国片装巧克力销售收入增长趋势预测 303
图表 507 2008-2012年中国袋装巧克力销量预测 303
图表 508 2003-2012年中国袋装巧克力销量及预测趋势图 303
图表 509 2008-2012年中国袋装巧克力销售收入预测 304
图表 510 2003-2012年中国袋装巧克力销售收入及预测趋势图 304
图表 511 2007-2012年中国袋装巧克力销量增长趋势预测 304
图表 512 2007-2012年中国袋装巧克力销售收入增长趋势预测 304
图表 513 2008-2012年中国盒装巧克力销量预测 305
图表 514 2003-2012年中国盒装巧克力销量及预测趋势图 305
图表 515 2008-2012年中国盒装巧克力销售收入预测 305
图表 516 2003-2012年中国盒装巧克力销售收入及预测趋势图 305
图表 517 2007-2012年中国盒装巧克力销量增长趋势预测 306
图表 518 2007-2012年中国盒装巧克力销售收入增长趋势预测 306

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43908.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提供专业投资咨询报告、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。