2017-2022年中国糖果、巧克力行业竞争现状及十三五运行态势预测报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国糖果、巧克力行业竞争现状及十三五运行态势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://baogao.chinabaogao.com/shipin/261663261663.html

报告价格：电子版: 7200元　纸介版：7200元　电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

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%。2016年全国糖果总产量达到262.58万吨。2016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%。2016年，全国以上糖果企业完成产量362.41万吨，同比增长13.84%。

中国糖果巧克力生产集中度较高，主要集中在北京、上海、广东、福建等地。在糖果市场上，已形成诸如箭牌、德芙、华纳、吉百利、阿尔卑斯、徐福记、金帝、金丝猴、雅客、大白兔、喔喔、马大姐、韩世、金冠、黎祥等一批强势品牌，各品牌在各自的细分市场上都占有一定优势。中国糖果巧克力市场呈现国际品牌，本土品牌和众多中小企业参与竞争的格局。各品牌在激烈市场竞争中开发新产品引导消费，抢占市场精耕细作，呈现出稳健增长态势。

中国糖果、巧克力行业需求稳健，极具增长潜力。目前中国人均糖果为0.8公斤，约为发达国家的1/10，国际人均水平的1/3，还有巨大市场发展潜力。随着人民生活水平的不断提高和人们对糖果的科学认识，以及新功能、新口味、复合型等糖果新产品的涌现，糖果的市场需求将进一步扩大。中国已是全球第二大经济体，但是巧克力市场的发展还远远落后于经济发展的脚步。接下来的10年中，中国将会成为世界第二大巧克力市场。

中国报告网发布的《2017-2022年中国糖果、巧克力行业竞争现状及十三五运行态势预测报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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：

第一章糖果巧克力的相关概述
1.1 糖果巧克力概念及分类
1.1.1 糖果的定义与特性
1.1.2 糖果的起源及发展
1.1.3 巧克力的定义与分类
1.1.4 巧克力的起源
1.2 糖果、巧克力生产技术分析
1.2.1 奶糖制作方法介绍
1.2.2 硬糖制作方法简介
1.2.3 软糖制作方法简析
1.2.4 巧克力制作方法简介
第二章2014-2016年全球糖果巧克力行业分析
2.1 2014-2016年全球糖果巧克力市场发展状况
2.1.1 全球糖果巧克力市场发展综述
2.1.2 全球糖果市场发展动态
2.1.3 国际糖果巧克力的发展特色
2.2 美国
2.2.1 美国糖果经济行情分析
2.2.2 美国巧克力市场青睐健康
2.2.3 有机巧克力在美国市场受宠
2.2.4 益生菌巧克力在美面市
2.3 英国
2.3.1 英国糖果巧克力市场发展概况
2.3.2 英国巧克力市场需求持续增长
2.3.3 英国市场出现吸入式巧克力
2.3.4 英国研制出低热注水巧克力
2.4 其他国家
2.4.1 日本巧克力市场分析
2.4.2 印度尼西亚巧克力市场概况
2.4.3 俄罗斯糖果市场发展动态
2.4.4 阿联酋巧克力市场发展概况
2.4.5 非洲及中东地区糖果巧克力市场发展
第三章2014-2016年中国糖果巧克力行业分析
3.1 糖果巧克力行业发展总体概况
3.1.1 糖果巧克力行业发展现状

3.1.2 糖果巧克力行业呈现多元化发展态势
3.2 2014-2016年中国糖果巧克力市场发展现状
3.2.1 2016年我国糖果巧克力行业发展概况
3.2.2 2016年我国糖果巧克力行业发展分析
3.2.3 2016年我国糖果巧克力行业发展动态
3.3 2014-2016年全国及重点省市糖果产量分析
3.3.1 2016年全国及主要省份糖果产量分析
3.3.2 2016年全国及主要省份糖果产量分析
3.3.3 2016年全国及主要省份糖果产量分析
3.4 中国糖果巧克力企业发展分析
3.4.1 中小糖果巧克力企业的困局与机遇
3.4.2 中国糖果巧克力企业战略危机特征分析
3.4.3 我国本土糖果企业应以创新突围
3.4.4 糖果企业应对成本危机的建议
3.4.5 中小巧克力企业面临的现实危机及出路
3.5 中国糖果巧克力行业面临的问题与对策
3.5.1 糖果产品开发存在的问题
3.5.2 小型生产企业存在质量问题
3.5.3 巧克力市场面临的问题
3.5.4 国产巧克力行业的发展出路
第四章2014-2016年中国糖果市场分析
4.1 中国糖果市场的发展
4.1.1 我国糖果市场的发展阶段
4.1.2 我国糖果市场的发展概况
4.1.3 功能糖果成为市场主流趋势
4.2 2014-2016年中国糖果市场发展分析
4.2.1 2016年我国糖果市场状况分析
4.2.2 2016年我国糖果市场销售状况
4.2.3 2016年我国糖果市场发展动态
4.3 2014-2016年糖及糖食进出口数据分析
4.3.1 2014-2016年中国糖及糖食进出口总量分析
4.3.2 2014-2016年主要国家糖及糖食进出口情况分析
4.3.3 2014-2016年主要省份糖及糖食进出口情况分析
4.4 2014-2016年糖果细分市场分析
4.4.1 中国奶糖产业以变通求可持续发展

4.4.2 中国口香糖市场分析
4.4.3 中国软糖市场简析
4.4.4 无糖糖果将是糖果市场的新亮点
4.5 2014-2016年糖果市场消费分析
4.5.1 中国糖果市场消费特点分析
4.5.2 我国糖果市场消费形态的
4.5.3 糖果市场消费者调查分析
4.6 糖果市场营销分析
4.6.1 糖果市场营销渠道
4.6.2 中国糖果市场营销的转变
4.6.3 喜糖市场营销创造惊喜
4.6.4 专卖店成糖果营销终端新形式
4.7 糖果市场品牌分析
4.7.1 糖果品牌市场格局及形成缘由
4.7.2 糖果企业品牌建设存在的问题及对策
4.7.3 提升糖果市场品牌影响力的思考
4.7.4 中小糖果品牌的市场突围
4.8 糖果市场竞争分析
4.8.1 市场竞争格局分析
4.8.2 糖果市场渠道竞争
4.8.3 糖果市场份额分析
4.8.4 中国糖果五霸竞争激烈
第五章2014-2016年中国巧克力市场分析
5.1 2014-2016年国内外巧克力市场总体概况
5.1.1 国际巧克力市场发展概况
5.1.2 我国巧克力市场发展现状
5.1.3 我国巧克力市场的发展特征
5.1.4 我国巧克力市场的营销模式
5.1.5 中国将成为全球第二大巧克力市场
5.2 2014-2016年中国巧克力消费市场分析
5.2.1 大城市中产阶级是主要消费群体
5.2.2 黑巧克力消费增长强劲
5.2.3 国外品牌占据市场
5.2.4 消费需求呈现多样化
5.2.5 巧克力市场消费者调查分析

5.3 2014-2016年巧克力市场品牌分析
5.3.1 国内外巧克力企业品牌的优劣势对比
5.3.2 中国巧克力市场的品牌之争
5.3.3 本土巧克力品牌应对国际品牌投资策略分析
5.3.4 我国巧克力品牌趋势预测光明
5.4 2014-2016年巧克力市场竞争分析
5.4.1 中国巧克力市场竞争格局分析
5.4.2 国产代可可脂巧克力的渠道竞争分析
5.4.3 我国巧克力市场竞争SWOT分析
5.4.4 我国巧克力市场竞争策略
第六章中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业财务状况
6.1 中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业经济规模
6.1.1 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售规模
6.1.2 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业利润规模
6.1.3 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业资产规模
6.2 中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业盈利能力指标分析
6.2.1 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业亏损面
6.2.2 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售毛利率
6.2.3 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业成本费用利润率
6.2.4 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售利润率
6.3 中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业营运能力指标分析
6.3.1 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业应收账款周转率
6.3.2 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业流动资产周转率
6.3.3 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业总资产周转率
6.4 中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业偿债能力指标分析
6.4.1 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业资产负债率
6.4.2 2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造业利息保障倍数
6.5 中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业财务状况综合评价
6.5.1 糖果、巧克力及蜜饯制造业财务状况综合评价
6.5.2 影响糖果、巧克力及蜜饯制造业财务状况的经济因素分析
第七章2014-2016年重点地区糖果巧克力市场分析
7.1 广东
7.1.1 广州糖果业发展历程
7.1.2 广东糖果业发展分析
7.1.3 广东糖果瞄准儿童市场

7.2 福建
7.2.1 福建糖果业发展概况
7.2.2 福建糖果巧克力质量安全状况良好
7.2.3 泉州工艺糖果出口大增成为出口亮点
7.2.4 福建糖果企业“简单化”成最大的暗礁
7.3 江西
7.3.1 几大品牌侧重各异
7.3.2 市场重心逐步下沉
7.3.3 小包装喜糖备受追捧
7.4 山西
7.4.1 晋南市场金丝猴处垄断地位
7.4.2 山西糖果业出口实现零突破
7.4.3 晋北喜糖消费促进专卖形式
7.4.4 南北商家忧愁各有不同
7.5 河北
7.5.1 阿尔卑斯金丝猴相对占优
7.5.2 徐福记喔喔紧跟其后
7.5.3 石家庄糖果市场格局简析
7.5.4 河北廊坊糖果出口埃及市场
第八章2014-2016年糖果巧克力包装行业分析
8.1 国外糖果巧克力包装现状
8.1.1 世界糖果巧克力包装现状分析
8.1.2 国外典型糖果巧克力包装发展综述
8.1.3 国外糖果包装出新品
8.2 中国糖果巧克力包装分析
8.2.1 包装在糖果巧克力制品中的作用
8.2.2 我国糖果包装市场发展现状
8.2.3 糖果包装的市场定位
8.2.4 糖果包装的改革
8.3 国内外糖果巧克力包装发展趋势
8.3.1 国际糖果巧克力包装的发展趋势
8.3.2 中国糖果巧克力包装向多功能化迈进
8.3.3 糖果小包装已成发展方向
第九章2014-2016年国外重点公司分析
9.1 卡夫食品有限公司

9.1.1 公司简介
9.1.2 卡夫食品公司的经营状况分析
9.1.3 卡夫-吉百利在华经营的品牌介绍
9.1.4 卡夫-吉百利将加速在华业务的整合
9.2 美国玛氏公司
9.2.1 公司简介
9.2.2 玛氏中国总部基地在北京奠基
9.2.3 “玛氏三角形”法则
9.2.4 玛氏公司的项目群管理方式
9.3 雀巢集团
9.3.1 集团简介
9.3.2 雀巢品牌发展历程
9.3.3 雀巢公司的经营状况分析
9.3.4 雀巢加大力度争夺巧克力市场
9.3.5 雀巢在中国市场的发展现状
9.3.6 雀巢模块组合营销策略的简析
9.4 美国好时公司
9.4.1 公司简介
9.4.2 美国好时的经营概况
9.4.3 好时的美国式体验营销分析
9.5 费列罗
9.5.1 公司简介
9.5.2 费列罗巧克力介绍
9.5.3 费列罗公司金莎巧克力的营销策略
9.6 味觉糖株式会社
9.6.1 公司简介
9.6.2 味觉糖中国的成功之路
9.6.3 “悠哈”成功带来的思考
第十章2014-2016年国内重点公司分析
10.1 徐福记食品有限公司
10.1.1 公司简介
10.1.2 徐福记的经营状况分析
10.1.3 终端直营造就徐福记霸主地位
10.1.4 徐福记低调成功营销的关键要素
10.1.5 徐福记成功营销对中小食品企业的启示

10.2 冠生园（集团）有限公司
10.2.1 公司简介
10.2.2 大白兔的“大动作”
10.2.3 冠生园集团经营概况
10.2.4 冠生园糖果生产基地奠基
10.3 福建雅客食品有限公司
10.3.1 公司简介
10.3.2 雅客V9的传奇解码
10.3.3 雅客公司糖果业务迅速崛起
10.3.4 雅客八大营销困境解析
10.4 中粮金帝食品（深圳）有限公司
10.4.1 公司简介
10.4.2 金帝公司SWOT分析
10.4.3 金帝巧克力的品牌危机
10.5 广东喜之郎集团有限公司
10.5.1 公司简介
10.5.2 喜之郎品牌发展历程
10.5.3 喜之郎品牌策略分析
10.5.4 喜之郎生产基地建设动态
10.5.5 喜之郎策略成败解析
10.6 金丝猴集团有限公司
10.6.1 集团简介
10.6.2 金丝猴集团的发展蜕变
10.6.3 金丝猴亟需建立全面竞争体系
第十一章2014-2016年糖果巧克力行业政策环境分析
11.1 全球糖果巧克力行业政策措施
11.1.1 欧盟放宽巧克力生产要求
11.1.2 美国实施涉及糖果、鲔鱼罐头的新食品标识法
11.1.3 瑞士制定有关糖果及可可产品条例的修订草案
11.2 中国糖果巧克力行业政策环境
11.2.1 巧克力行业新标准实施后七成产品要改名
11.2.2 新标准对中国巧克力市场的影响
11.2.3 中国《糖果和巧克力生产质量管理要求》发布
11.3 糖果巧克力相关法规
11.3.1 中华人民共和国食品包装法

11.3.2 糖果卫生标准
11.3.3 夹心糖果SB/T10019-
11.3.4 巧克力及巧克力制品GB/T19343-
11.3.5 巧克力卫生标准GB9678.2-
第十二章糖果巧克力行业发展趋势分析
12.1 糖果巧克力行业发展展望
12.1.1 健康、品质成全球糖果市场主导
12.1.2 全球糖果生产发展趋势
12.1.3 世界功能性巧克力市场前景剖析
12.1.4 2017-2022年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业预测分析
12.2 未来糖果巧克力行业的发展趋势（）
12.2.1 产业发展趋势
12.2.2 渠道发展趋势
12.2.3 技术发展趋势
12.2.4 包装发展趋势
12.2.5 营销模式发展趋势
12.2.6 糖果品类发展趋势
12.2.7 竞争发展趋势
12.2.8 消费需求发展趋势
图表目录：
图表：湿度对各种糖果质量的影响
图表：各种糖果的平衡相对湿度
图表：多种糖果的水分转移趋向
图表：中国与其他国家糖果巧克力人均年消费量对比
图表：不同巧克力基本构成情况
图表：胶质型奶糖和砂质型奶糖的构成
图表：淀粉软糖各组成成份的比例构成
图表：琼脂软糖各组成成份的比例构成
图表：热风连续焙炒机的工艺条件
图表：2016年全国糖果产量数据
图表：2016年广东省糖果产量数据
图表：2016年福建省糖果产量数据
图表：2016年湖南省糖果产量数据
图表：2016年湖北省糖果产量数据
图表：2016年上海市糖果产量数据

图表：2016年河南省糖果产量数据
图表：2016年山东省糖果产量数据
图表：2016年全国糖果产量数据
图表：2016年广东省糖果产量数据
图表：2016年福建省糖果产量数据
图表：2016年湖北省糖果产量数据
图表：2016年湖南省糖果产量数据
图表：2016年上海市糖果产量数据
图表：2016年全国糖果产量数据
图表：2016年广东省糖果产量数据
图表：2016年福建省糖果产量数据
图表：2016年湖南省糖果产量数据
图表：2016年上海市糖果产量数据
图表：2016年湖北省糖果产量数据
图表：2016年河南省糖果产量数据
图表：2016年吉林省糖果产量数据
图表：2014-2016年中国糖及糖食对外贸易总量
图表：2014-2016年中国糖及糖食对外贸易总量趋势图
图表：2014-2016年中国糖及糖食进口总量
图表：2014-2016年中国糖及糖食进口总量趋势图
图表：2014-2016年中国糖及糖食出口总量
图表：2014-2016年中国糖及糖食出口总量趋势图
图表：2014-2016年中国糖及糖食进、出口数量对比图
图表：2014-2016年中国糖及糖食进、出口金额对比图
图表：2016年主要国家糖及糖食进口量及进口额情况
图表：2016年主要国家糖及糖食进口量及进口额情况
图表：2016年主要国家糖及糖食进口量及进口额情况
图表：2016年主要国家糖及糖食出口量及出口额情况
图表：2016年主要国家糖及糖食出口量及出口额情况
图表：2016年主要国家糖及糖食出口量及出口额情况
图表：2016年主要省份糖及糖食进口量及进口额情况
图表：2016年主要省份糖及糖食进口量及进口额情况
图表：2016年主要省份糖及糖食进口量及进口额情况
图表：2016年主要省份糖及糖食出口量及出口额情况
图表：2016年主要省份糖及糖食出口量及出口额情况

图表：2016年主要省份糖及糖食出口量及出口额情况
图表：糖果市场细分结构图
图表：我国糖果市场现状的示意图
图表：糖果细分品类及领导品牌
图表：消费者最喜欢吃的糖果品牌
图表：消费者最喜欢吃的糖果口味
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
图表：糖果包装设计价格
图表：消费者购买糖果的地点选择
图表：平均每个月吃糖果的花费
图表：糖果最吸引消费者的地方
图表：消费者吃糖的顾虑
图表：厂家推出无糖糖果的购买选择
图表：糖果购买普及率
图表：糖果购买考虑因素
图表：糖果购买场所
图表：糖果食用频率
图表：糖果品牌知晓度
图表：品牌糖果食用频率
图表：品牌糖果购买频率
图表：品牌糖果议价空间
图表：品牌糖果推荐度
图表：糖果品牌形象
图表：品牌糖果综合分析
图表：品牌糖果广告到达率
图表：品牌糖果广告到达途径
图表：品牌糖果广告喜爱度
图表：品牌糖果广告购买说服力
图表：品牌糖果广告效果综合分析
图表：部分糖果企业构建市场竞争能力十大因素比较
图表：巧克力销售额10强糖果公司
图表：中国巧克力市场上主要品牌
图表：中国巧克力市场消费者最常食用品牌分析
图表：中国巧克力市场消费者食用频率分析
图表：中国巧克力市场消费者购买频率分析

图表：消费者最喜欢吃的巧克力品牌
图表：消费者最喜欢吃的巧克力口味
图表：消费者购买巧克力会考虑的前三个因素是口味、价格和品牌
图表：消费者购买巧克力的主要顾虑
图表：消费者认为巧克力最合适的价格区间
图表：巧克力最吸引消费者的特质
图表：平均每个月吃巧克力的花费
图表：巧克力购买普及率
图表：巧克力购买考虑因素
图表：巧克力购买频率
图表：巧克力购买场所
图表：巧克力食用频率
图表：品牌巧克力知晓度
图表：品牌巧克力食用频率
图表：品牌巧克力购买频率
图表：品牌巧克力议价空间
图表：品牌巧克力推荐度
图表：品牌巧克力形象
图表：品牌巧克力价值综合分析
图表：品牌巧克力广告到达率
图表：品牌巧克力广告到达途径
图表：品牌巧克力广告喜爱度
图表：品牌巧克力广告说服力
图表：品牌巧克力广告效果综合分析
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业销售收入
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业销售收入增长趋势图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业销售额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业销售额对比图
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业销售额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业销售额对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业销售额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业销售额对比图
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业销售额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业销售额对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业利润总额

图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业利润总额增长趋势图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业利润总额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业利润总额对比图
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业利润总额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业利润总额对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业利润总额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业利润总额
图表：2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业利润总额对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业资产总额
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业总资产增长趋势图
图表：截至2016年9月糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业总资产
图表：截至2016年9月糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同规模企业总资产对比图
图表：截至2016年9月糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业总资产
图表：截至2016年9月糖果、巧克力及蜜饯制造/业不同所有制企业总资产对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业亏损面
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业亏损企业亏损总额
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业销售毛利率趋势图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业成本费用率
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业成本费用利润率趋势图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业销售利润率趋势图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业应收账款周转率对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业流动资产周转率对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业总资产周转率对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业资产负债率对比图
图表：2014-2016年糖果、巧克力及蜜饯制造/业利息保障倍数对比图
图表：各品牌在香港市场知名度情况
图表：部分省市雅客糖果销售额比上年增长情况
图表：金丝猴不同阶段市场状况对照表
图表：不同年龄消费群体对“金丝猴”品牌的评价
图表：金丝猴主要产品市场运营状况分析
图表：糖果行业领导品牌营销策略
图表：理化指标
图表：微生物指标
图表：观感要求
图表：理化要求

图表：各类巧克力和各类巧克力制品的基本成分
图表：理化指标
图表：微生物指标
图表：2017-2022年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业收入预测
图表：2017-2022年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业利润预测
图表：2017-2022年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业产值预测
图表：2017-2022年中国糖果产量预测
（GYZT）
图表详见正文·····

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/shipin/261663261663.html