

2009-2012年中国巧克力行业调研及投资预测报告

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《2009-2012年中国巧克力行业调研及投资预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/5554355543.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 6200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目前巧克力产业的全球收入为510亿美元，而其中大部分贸易额集中在西欧地区，约为300亿美元。在爱尔兰、比利时、瑞士等国，巧克力产业是GDP的重要构成部分。中国巧克力市场的重要性就在于这是一个潜力巨大而未开发的市场，在未来几十年里将会有令人兴奋的成长机会。业内人士普遍认为，随着国民经济的发展，国民收入及消费水平的提高，未来的10年内，国内巧克力市场以每年接近20%的速度高速增长。我国的糖果巧克力产销量连续5年保持增长态势，成为食品工业中快速发展的行业之一。我国糖果巧克力总产量突破136.6万吨，销售额达350.75亿元。数据显示，我国糖果消费量增长迅速，巧克力占据甜食市场“半壁江山”。

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，自然使西方巧克力巨头们垂涎三尺。作为仅次于美国的全球第二大糖果巧克力市场，中国吸引了越来越多跨国巧克力厂商的目光。除了欧美品牌外，来自韩、日等亚洲国家的巧克力厂商也争相加速在中国开拓市场，推动着新的市场格局的形成。

2008年，随着占全球1/4市场份额的世界最大巧克力生产制造商——百乐嘉利宝集团在中国的第一个巧克力工厂开工，世界排名前20位的巧克力企业悉数进入中国，随着该全球最大巧克力生产制造商的生产线启动，完整的巧克力产业链在中国雏形初现。面对国际化进程的加速，始终徘徊于低端的本土巧克力产业链进一步受到挤压。

未来5年内，中国巧克力市场需求将以每年8.8%的惊人速度剧增，远远高于全球需求的2-3%的增长率。巧克力在中国正由奢侈品向日常消费品转化。沿海地区有5亿多潜在巧克力消费人群，中国巧克力市场将迅速发展，这对国内巧克力厂商来说是极好的契机。但面对洋品牌已经占优的局面，国内巧克力厂商只有不断提高产品的品质，进行原料精选和设备升级，在技术上与国际接轨，并注意市场创新，广建营销网络，加强品牌经营，才能够与国际巧克力企业在一个平台上进行竞争和交融，突破巧克力行业的寡头垄断状况。

本报告依据国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家食品药品监督管理局、国家发改委、中国食品工业协会、国际可可协会、国际可可巧克力和糖果制造商协会、中国焙烤食品糖制品工业协会等单位提供的大量资料，对我国巧克力市场的全球市场、发展现状、品牌发展、竞争格局、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国巧克力整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国巧克力行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目 录

第一章 巧克力概述

第一节 巧克力相关概念

一、巧克力的定义

二、巧克力药理知识

第二节 巧克力的分类

一、依成份分类

二、依添加物分类

第三节 巧克力的工艺

一、基本生产流程

二、关键控制环节

三、质量安全问题

第四节 巧克力的加工与调温

一、巧克力的切割

二、巧克力的熔化

三、巧克力的调温

第五节 巧克力文化

一、巧克力的文化

二、巧克力的历史

三、巧克力与情人节

第六节 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

三、代可可脂巧克力及代可可脂巧克力制品国内贸易行业标准

四、糖果巧克力标准体系框架草案拟定

第二章 2008-2009年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、2008年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 2008-2009年部分国家巧克力市场分析

一、俄罗斯巧克力市场分析

二、日本巧克力市场分析

三、瑞士巧克力市场分析

四、英国巧克力市场分析

五、美国巧克力市场分析

第三节 全球功能性巧克力市场前景分析

一、概述

二、消费者的3个最大的诉求

三、有前景的概念方向

第三章 2008-2009年巧克力包装行业分析

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

一、巧克力包装市场分析

二、标准化产品包装机发展趋势

三、个性化产品包装机发展趋势

四、包装设计趋势分析

第四章 2008-2009年中国糖果市场分析

第一节 中国糖果行业发展概况

一、我国糖果业发展概况

二、各销售渠道的销售比

三、各产品在市场的销售比

四、糖果细分市场发展概况

第二节 2008-2009年全国及各省市糖果产量分析

一、2008年全国及各省市糖果产量分析

二、2009年全国及各省市糖果产量分析

第三节 2008-2009年我国糖果市场发展分析

一、我国糖果行业销售分析

二、中国糖果品牌发展分析

三、2008年糖果行业搭上健康快车

四、内资糖果企业发展对策分析

（一）糖果行业宏观环境及内资糖果企业生存现状

（二）内资糖果企业突围对策

第四节 我国糖果行业发展趋势

一、中食协推进糖果业品牌战略

二、我国糖果行业的发展趋势分析

三、未来糖果业将面临的市场需求

第五章 2008-2009年中国巧克力市场分析

第一节 2008-2009年我国巧克力进出口分析

一、2008年我国巧克力进出口分析

二、2009年我国巧克力进出口分析

第二节 2008-2009年中国巧克力市场分析

一、我国巧克力市场特点分析

二、我国巧克力市场格局分析

三、巧克力占甜食市场“半壁江山”

四、2008年跨国巧克力厂商进入情况

五、2008年巧克力产品质量抽查情况

六、2008年我国巧克力行业市场亟待重整

七、中国巧克力市场存在的问题分析

第三节 巧克力消费分析

一、巧克力消费走出三误区

二、情人节巧克力消费成文化现象

三、情侣消费市场展开创意营销战

第四节 巧克力及其制品的新品开发

一、巧克力配料的创新情况

二、膨化食品的巧克力涂层

三、巧克力生产技术的发展

第六章 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业产销情况

一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业产成品

二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业工业总产值（当年价格）

三、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业产品销售收入

第二节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业成本费用情况

一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业销售成本

二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业销售费用

三、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业管理费用

四、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业财务费用

第三节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业资产负债情况

一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业资产总计

二、2008-20097年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业负债合计

三、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业资本负债率

四、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜饯制造业保值增值率

第四节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业行业规模情况

- 一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业企业单位数
- 二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业全部从业人员平均人数

第五节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业行业效益情况

- 一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业利润总额
- 二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业产值利税率
- 三、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业成本费用利润率
- 四、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业资金利润率
- 五、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业产成品资金占用率

第六节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业亏损情况

- 一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业亏损单位数
- 二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业亏损企业亏损总额

第七节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业不同规模企业主要经济指标

- 一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业大型企业主要经济指标
- 二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业中型企业主要经济指标
- 三、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业小型企业主要经济指标

第八节 2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业不同经济类型企业主要经济指标

- 一、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业国有企业主要经济指标
- 二、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业集体企业主要经济指标
- 三、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业股份合作企业主要经济指标
- 四、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业股份制企业主要经济指标
- 五、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业私营企业主要经济指标
- 六、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业外商和港澳台投资企业主要经济指标
- 七、2008-2009年中国糖果、巧克力及蜜钱制造业其它经济类型企业主要经济指标

第九节 2008-2009年糖果、巧克力及蜜钱制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

- 一、2008年糖果、巧克力及蜜钱制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标
- 二、2009年糖果、巧克力及蜜钱制造业全国销售收入前十家企业主要经济指标

第七章 2008-2009年巧克力品牌发展分析

第一节 巧克力行业品牌分析

- 一、巧克力品牌概述
- 二、巧克力品牌的本源
- 三、中国巧克力品牌问题
- 四、中国巧克力品牌塑造之路

第二节 国产巧克力品牌欲争锋市场

- 一、中国巧克力品牌概况

二、国产巧克力出路分析

三、国产巧克力品牌定位

四、国产巧克力品牌塑造

第八章 2008-2009年巧克力消费市场调查研究

第一节 2008年中国巧克力市场消费者分析

一、2008年中国巧克力市场消费者食用频率分析

二、2008年中国巧克力市场消费者购买频率分析

三、2008年中国巧克力市场消费者最常食用品牌分析

第二节 上海巧克力市场调查分析

一、品牌集中度

二、消费者及消费倾向

三、巧克力使用习惯和态度

（一）吃巧克力的场合

（二）巧克力的搭配

（三）喜欢巧克力的原因

（四）吃巧克力的好处

四、消费者眼中的巧克力

五、巧克力与零食的关系

（一）巧克力在零食中的位置

（二）巧克力与一般零食的共性与不同

六、扩大上海巧克力市场的建议

（一）改变消费者的观念

（二）扩大食用巧克力的场合

（三）扩大巧克力食用者的范围

七、推广巧克力的建议

第三节 北京

第四节 广东

第五节 其他主要城市巧克力市场调查

一、成都市

二、沈阳市

三、西安市

四、南京市

第九章 2008-2009年中国巧克力市场竞争分析

第一节 我国巧克力市场格局分析

一、国际名牌涌入，形成中国巧克力市场激烈竞争

二、中国巧克力企业间的竞争加剧

三、在细分巧克力市场下功夫

第二节 中国巧克力生产厂家的发展动向

一、生产资料情况分析

二、技术发展情况分析

三、经营发展情况分析

第三节 国际巧克力企业的优劣势分析

一、源头与产地优势

二、技术与产品优势

三、品牌及营销优势

四、实力及资源优势

五、主要的劣势分析

六、采取的市场策略

第四节 本土巧克力企业的优劣势分析

一、主要优势

二、主要劣势

三、国内巧克力市场总结

第十章 国内外重点公司分析

第一节 美国箭牌糖类有限公司

一、企业概况

二、箭牌中国

三、2008-2009年经营业绩分析

第二节 美国玛氏公司

一、企业概况

二、玛氏公司在中国

三、2008年收购箭牌

四、玛氏终端策略

第三节 瑞士雀巢集团

一、企业概况

二、雀巢咖啡的国际传播原则

三、2008-2009年经营业绩分析

第四节 吉百利史威士公司

一、企业概况

二、经营业绩分析

三、2008年吉百利“紫色”之争

四、战略性分拆情况

第五节 意大利费列罗集团

一、企业概况

二、产品介绍

第六节 徐福记食品有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年经营分析

三、销售分析

第七节 冠生园（集团）有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年发展分析

第八节 福建雅客食品有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年发展状况

三、营销分析

第九节 中粮金帝食品（深圳）有限公司

一、企业概况

二、产品介绍

三、品牌发展

第十节 金丝猴集团有限公司

一、企业概况

二、2008-2009年发展分析

第十一章 2009-2012年巧克力行业投资分析

第一节 2009-2012年中国巧克力行业投资机会分析

第二节 2009-2012年中国巧克力行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、经营风险

三、政策风险

四、进入退出风险

第十二章 2009-2012年巧克力行业发展趋势及策略

第一节 巧克力市场发展趋势分析

一、国内巧克力市场的发展趋势

二、2008年玛氏并购箭牌后中国市场的走向

三、未来10年中国巧克力市场增长预测

第二节 中国巧克力制品发展趋势分析

一、市场概况

二、发展特点

三、模注巧克力制品的开发

第三节 巧克力店的经营策略

一、开业策划

二、经营策略

三、投资回报

第四节 中国巧克力市场开拓的策略

一、市场现状

二、主要消费者

三、建议策略

四、目标范畴

五、文化营销策略

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/5554355543.html>