

2020-2026年中国巧克力行业分析与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国巧克力行业分析与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202006/167876.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

巧克力（chocolate），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脂，可可脂中含有可可碱，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。

2014年以前中国巧克力连续10多年保持两位数增长，增速持续高于糖果总体增速，占比也不断上升至18%左右，但随着2019年开始行业调整，巧克力市场规模2015、2016连续两年下滑-3%和-1%，数据显示2019年市场规模为184亿元，未来数年将保持个位数缓慢复苏。中国巧克力市场由国际糖果巨头企业占据绝对主导，玛氏拥旗下德芙、M&M、士力架等众多知名品牌16年市占率达39.8%，费列罗依靠FerreroRocher和Kinder两大品牌市占17.8%，雀巢、好时、亿滋紧随其后，市占率分别达9.7%、8.6%和3%。相比之下，国产品牌显得黯淡，原国产巧克力第一品牌金帝被反复收购后已经停产，徐福记被玛氏控股，而金丝猴被好时收购后整合上出现问题。

中国巧克力市场空间广阔，预计到2022年，整体市场规模将达到410亿元，随着互联网渗透率进一步提升，线上巧克力销售增速将维持在15%-20%。中国巧克力市场几乎被国外品牌垄断，德芙与费列罗两大品牌占据近40%的市场份额。巧克力的全球年人均消费量为3公斤左右，中国人均消费量约为0.7公斤，远低于全球人均消费量，预计到2022年中国巧克力市场份额将达到410亿元。未来整体市场空间广阔。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国巧克力行业分析与市场前景预测报告》共十二章。首先介绍了巧克力相关概念及发展环境，接着分析了中国巧克力规模及消费需求，然后对中国巧克力市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国巧克力面临的机遇及发展前景。您若对中国巧克力有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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发展策略分析
- 6、我国巧克力品牌发展前景光明

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、2019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、2019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、2019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 2019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调查研究

一、上海巧克力市场调查分析

二、北京巧克力市场调查分析

三、广州巧克力市场调查分析

四、成都巧克力市场调查分析

五、武汉巧克力市场调查分析

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 2020-2026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 2020-2026年巧克力行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年巧克力市场发展前景

一、2020-2026年巧克力市场发展潜力

二、2020-2026年巧克力市场发展前景展望

三、2020-2026年巧克力细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年巧克力市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年巧克力行业发展趋势
- 二、2020-2026年中国巧克力市场规模预测
- 三、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国巧克力行业供需预测

- 一、2020-2026年中国巧克力行业供给特点
- 二、2020-2026年中国巧克力行业产量预测
- 三、2020-2026年中国巧克力市场销量预测
- 四、2020-2026年中国巧克力行业需求特点
- 五、2020-2026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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167876.html>