

# 2012-2016年中国糖果、巧克力市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国糖果、巧克力市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitashipin1209/D571988JT2.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-09-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国糖果、巧克力市场分析与投资前景研究报告》共十二章。介绍了糖果、巧克力行业相关概述、中国糖果、巧克力产业运行环境、分析了中国糖果、巧克力行业的现状、中国糖果、巧克力行业竞争格局、对中国糖果、巧克力行业做了重点企业经营状况分析及中国糖果、巧克力产业发展前景与投资预测。您若想对糖果、巧克力产业有个系统的了解或者想投资糖果、巧克力行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章、糖果巧克力的相关概述

### 第一节、糖果巧克力概念及分类

- 一、糖果的定义与特性
- 二、糖果的起源及发展
- 三、巧克力的定义与分类
- 四、巧克力的起源

### 第二节、糖果、巧克力生产技术分析

- 一、奶糖制作方法介绍
- 二、硬糖制作方法简介
- 三、软糖制作方法简析
- 四、巧克力制作方法简介

## 第二章、全球糖果巧克力行业分析

### 第一节、全球糖果巧克力市场发展状况

- 一、全球糖果巧克力市场发展综述
- 二、世界经济遇严冬糖果市场暖意浓
- 三、2010年全球糖果市场发展动态
- 四、国际糖果巧克力的发展特色

### 第二节、美国

- 一、经济萧条下美国糖果经济异常火爆
- 二、美国巧克力市场青睐健康
- 三、有机巧克力在美国市场受宠
- 四、益生菌巧克力在美面市

### 第三节、英国

- 一、英国糖果巧克力市场发展概况
- 二、英国巧克力市场需求持续增长
- 三、2010年英国市场出现吸入式巧克力
- 四、英国研制出低热注水巧克力

### 第四节、其他国家

- 一、日本巧克力市场分析
- 二、印度尼西亚巧克力市场概况
- 三、2010年瑞士巧克力行业开始缓慢复苏
- 四、2010年俄罗斯糖果市场有所增长
- 五、2010年阿联酋巧克力市场逆势成长
- 六、非洲及中东地区糖果巧克力市场发展

## 第三章、中国糖果巧克力行业分析

### 第一节、糖果巧克力行业发展总体概况

- 一、糖果巧克力行业发展现状
- 二、糖果巧克力行业呈现多元化发展态势

### 第二节、2007年中国糖果巧克力行业运行回顾

- 一、2007年中国糖果巧克力经济运行综述
- 二、2007年中国糖果巧克力进出口情况分析
- 三、2007年中国糖果巧克力行业发展特点
- 四、2007年中国糖果巧克力区域发展格局

### 第三节、2008-2011年中国糖果巧克力行业发展态势

- 一、2008年糖果巧克力标准体系建设提上日程
- 二、2009年我国糖果巧克力行业的发展
- 三、2010年糖果巧克力行业发展动态
- 四、2011年糖果巧克力行业发展动态

### 第四节、2010年-2012年4月全国及重点省市糖果产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份糖果产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份糖果产量分析
- 三、2012年1-4月全国及主要省份糖果产量分析

### 第五节、中国糖果巧克力企业发展分析

- 一、中小糖果巧克力企业的困局与机遇
  - 二、中国糖果巧克力企业战略危机特征分析
  - 三、我国本土糖果企业应以创新突围
  - 四、糖果企业应对成本危机的建议
  - 五、中小巧克力企业面临的现实危机及出路
- 第六节、中国糖果巧克力行业面临的问题与对策
- 一、糖果产品开发存在的问题
  - 二、小型生产企业存在质量问题
  - 三、巧克力市场面临的问题
  - 四、国产巧克力行业的发展出路

#### 第四章、中国糖果市场分析

- 第一节、中国糖果市场的发展
- 一、我国糖果市场的发展阶段
  - 二、我国糖果市场的发展概况
  - 三、功能糖果成为市场主流趋势
  - 四、进口糖果在中国市场的发展概况
- 第二节、2007-2011年中国糖果市场发展分析
- 二、2007年我国糖果市场发展回顾
  - 三、2008年糖果市场生存状况浅析
  - 四、2009年国内糖果业步入调整时期
  - 五、2010年我国糖果市场的发展特色
  - 五、2011年我国糖果市场销售态势分析
- 第三节、糖果细分市场分析
- 一、中国奶糖产业以变通求可持续发展
  - 二、中国口香糖市场分析
  - 三、中国软糖市场简析
  - 四、无糖糖果将是糖果市场的新亮点
- 第四节、糖果市场消费分析
- 一、中国糖果市场消费特点分析
  - 二、我国糖果市场消费形态的变化
  - 三、2009年糖果市场消费者调查分析

#### 四、2010年糖果市场消费者调查分析

### 第五节、糖果市场营销分析

- 一、糖果市场营销渠道
- 二、中国糖果市场营销的转变
- 三、喜糖市场营销创造惊喜
- 四、专卖店成糖果营销终端新形式

### 第六节、糖果市场品牌分析

- 一、糖果品牌市场格局及形成缘由
- 二、糖果企业品牌建设存在的问题及对策
- 三、提升糖果市场品牌影响力的思考
- 四、中小糖果品牌的市场突围策略

### 第七节、糖果市场竞争分析

- 一、市场竞争态势分析
- 二、糖果市场渠道竞争
- 三、糖果市场份额分析
- 四、中国糖果五霸竞争激烈

## 第五章、中国巧克力市场分析

### 第一节、国内外巧克力市场总体概况

- 一、2010年国际巧克力市场发展概况
- 二、我国巧克力市场发展现状
- 三、我国巧克力市场的发展特征
- 四、我国巧克力市场的营销模式
- 五、中国将成为全球第二大巧克力市场

### 第二节、中国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

### 第三节、中国巧克力市场消费者分析

- 一、2008年巧克力市场消费者调查分析
- 二、2009年巧克力市场消费者调查分析

### 三、2010年巧克力市场消费者调查分析

#### 第四节、巧克力市场品牌分析

- 一、国内外巧克力企业品牌的优劣势对比
- 二、中国巧克力市场的品牌之争
- 三、本土巧克力品牌应对国际品牌发展策略分析
- 四、我国巧克力品牌发展前景光明

#### 第五节、巧克力市场竞争分析

- 一、中国巧克力市场竞争格局分析
- 二、国产代可可脂巧克力的渠道竞争分析
- 三、我国巧克力市场竞争SWOT分析
- 四、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

### 第一节、中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业经济规模

- 一、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售规模
- 二、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业利润规模
- 三、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业资产规模

### 第二节、中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业盈利能力指标分析

- 一、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业亏损面
- 二、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售毛利率
- 三、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业成本费用利润率
- 四、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售利润率

### 第三节、中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业营运能力指标分析

- 一、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业应收账款周转率
- 二、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业流动资产周转率
- 三、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业总资产周转率

### 第四节、中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业偿债能力指标分析

- 一、2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业资产负债率
- 二、2009-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业利息保障倍数

### 第五节、中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业财务状况综合评价

- 一、糖果、巧克力及蜜饯制造业财务状况综合评价
- 二、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、重点地区糖果巧克力市场分析

### 第一节、广东

- 一、广州糖果业发展历程
- 二、广东糖果业发展分析
- 三、广东糖果瞄准儿童市场

### 第二节、福建

- 一、福建糖果业发展概况
- 二、福建糖果巧克力质量安全状况良好
- 三、泉州工艺糖果出口大增成为出口亮点
- 四、福建糖果企业“简单化”成最大的暗礁

### 第三节、江西

- 一、几大品牌侧重各异
- 二、市场重心逐步下沉
- 三、小包装喜糖备受追捧

### 第四节、山西

- 一、晋南市场金丝猴处垄断地位
- 二、2010年山西糖果业出口实现零突破
- 三、晋北喜糖消费促进专卖形式
- 四、南北商家忧愁各有不同

### 第五节、河北

- 一、阿尔卑斯金丝猴相对占优
- 二、徐福记喔喔紧跟其后
- 三、石家庄糖果市场格局简析
- 四、河北廊坊糖果出口埃及市场

## 第八章、糖果巧克力包装行业分析

### 第一节、国外糖果巧克力包装现状

- 一、世界糖果巧克力包装现状分析
- 二、国外典型糖果巧克力包装发展综述
- 三、国外糖果包装出新品

### 第二节、中国糖果巧克力包装分析

- 一、包装在糖果巧克力制品中的作用



二、我国糖果包装市场发展现状

三、糖果包装的市场定位

四、糖果包装的改革

第三节、国内外糖果巧克力包装发展趋势

一、国际糖果巧克力包装的发展趋势

二、中国糖果巧克力包装向多功能化迈进

三、糖果小包装已成发展方向

## 第九章、国外重点公司

第一节、卡夫食品有限公司

一、公司简介

二、卡夫食品公司的经营状况分析

三、卡夫-吉百利在华经营的品牌介绍

四、卡夫-吉百利将加速在华业务的整合

第二节、美国玛氏公司

一、公司简介

二、玛氏出资230亿美元成功收购箭牌糖果

三、2010年玛氏中国总部基地在北京奠基

四、“玛氏三角形”法则

五、玛氏公司的项目群管理方式

第三节、雀巢集团

一、集团简介

二、雀巢品牌发展历程

三、雀巢公司的经营状况分析

四、雀巢加大力度争夺巧克力市场

五、雀巢在中国市场的发展现状

六、雀巢模块组合营销策略的简析

第四节、美国好时公司

一、公司简介

二、美国好时的经营概况

三、好时的美国式体验营销分析

第五节、费列罗

- 一、公司简介
- 二、费列罗巧克力介绍
- 三、费列罗公司金莎巧克力的营销策略

#### 第六节、味觉糖株式会社

- 一、公司简介
- 二、味觉糖中国的成功之路
- 三、“悠哈”成功带来的思考

### 第十章、国内重点公司分析

#### 第一节、徐福记食品有限公司

- 一、公司简介
- 二、徐福记的经营状况分析
- 三、终端直营造就徐福记霸主地位
- 四、徐福记低调成功营销的关键要素
- 五、徐福记成功营销对中小食品企业的启示

#### 第二节、冠生园（集团）有限公司

- 一、公司简介
- 二、大白兔的“大动作”
- 三、2009年大白兔奶糖创新品重返国际市场
- 四、2010年冠生园集团经营概况
- 五、2010年底冠生园糖果生产基地奠基

#### 第三节、福建雅客食品有限公司

- 一、公司简介
- 二、雅客V9的传奇解码
- 三、雅客公司糖果业务迅速崛起
- 四、雅客八大营销困境解析

#### 第四节、中粮金帝食品（深圳）有限公司

- 一、公司简介
- 二、金帝公司SWOT分析
- 三、金帝巧克力的品牌危机

#### 第五节、广东喜之郎集团有限公司

- 一、公司简介

- 二、喜之郎品牌发展历程
- 三、喜之郎品牌策略分析
- 四、喜之郎生产基地建设动态
- 五、喜之郎策略成败解析

## 第六节、金丝猴集团有限公司

- 一、集团简介
- 二、金丝猴集团的发展蜕变
- 三、金丝猴IPO在即欲以豆干取代糖果主业
- 四、金丝猴亟需建立全面竞争体系

## 第十一章、糖果巧克力行业政策环境分析

### 第一节、全球糖果巧克力行业政策措施

- 一、欧盟放宽巧克力生产要求
- 二、美国实施涉及糖果、鲔鱼罐头的新食品标识法
- 三、瑞士制定有关糖果及可可产品条例的修订草案

### 第二节、中国糖果巧克力行业政策环境

- 一、巧克力行业新标准实施后七成产品要改名
- 二、新标准对中国巧克力市场的影响
- 三、中国《糖果和巧克力生产质量管理要求》已发布

### 第三节、糖果巧克力相关法规

- 一、中华人民共和国食品包装法
- 二、糖果卫生标准
- 三、夹心糖果SB/T10019-92
- 四、巧克力及巧克力制品GB/T19343-2003
- 五、巧克力卫生标准GB 967第二节、-2003

## 第十二章、糖果巧克力行业发展趋势分析

### 第一节、糖果巧克力行业发展展望

- 一、健康、品质成全球糖果市场主导
- 二、全球糖果生产发展趋势
- 三、世界功能性巧克力市场前景剖析
- 四、2012-2016年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业预测分析

## 第二节、未来糖果巧克力行业的发展趋势

- 一、产业发展趋势
- 二、渠道发展趋势
- 三、技术发展趋势
- 四、包装发展趋势
- 五、营销模式发展趋势
- 六、糖果品类发展趋势
- 七、竞争发展趋势
- 八、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 2010年1-12月全国糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月广东省糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月福建省糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月湖南省糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月上海市糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月湖北省糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月河南省糖果产量数据
- 图表 2010年1-12月吉林省糖果产量数据
- 图表 2011年1-12月全国糖果产量数据
- 图表 2011年1-12月广东省糖果产量数据
- 图表 2011年1-12月福建省糖果产量数据
- 图表 2011年1-12月湖南省糖果产量数据

图表 2011年1-12月湖北省糖果产量数据

图表 2011年1-12月上海市糖果产量数据

图表 2011年1-12月河南省糖果产量数据

图表 2011年1-12月山东省糖果产量数据

图表 2012年1-4月全国糖果产量数据

图表 2012年1-4月广东省糖果产量数据

图表 2012年1-4月福建省糖果产量数据

图表 2012年1-4月湖北省糖果产量数据

图表 2012年1-4月湖南省糖果产量数据

图表 2012年1-4月上海市糖果产量数据

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 2010年巧克力销售额10强糖果公司

图表 2010年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 2007-2011年12月糖果、巧克力及蜜饯制造业销售收入

图表 2007-2010年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售收入增长趋势图

图表 2009-2010年11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业销售额

图表 2010年1-11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业销售额

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2009-2010年11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业销售额

图表 2010年1-11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业销售额

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2007-2011年12月糖果、巧克力及蜜饯制造业利润总额

图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业利润总额增长趋势图

图表 2009-2010年11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业利润总额

图表 2010年1-11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业利润总额

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2009-2010年11月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业利润总额

图表 2007-2011年12月糖果、巧克力及蜜饯制造业资产总额

图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业总资产增长趋势图

图表 截至2011年12月底糖果、巧克力及蜜饯制造业不同规模企业总资产

图表 截至2011年12月底糖果、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2011年12月底糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2011年12月底糖果、巧克力及蜜饯制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业亏损面

图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业亏损企业亏损总额

图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售毛利率趋势图

图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业成本费用率

- 图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业成本费用利润率趋势图
- 图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业销售利润率趋势图
- 图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业应收账款周转率对比图
- 图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业流动资产周转率对比图
- 图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业总资产周转率对比图
- 图表 2007-2011年糖果、巧克力及蜜饯制造业资产负债率对比图
- 图表 2009-2011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一年增长情况
- 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评估
- 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 2012-2016年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业产品销售收入预测
- 图表 2012-2016年中国糖果、巧克力及蜜饯制造行业累计利润总额预测
- 图表 2012-2016年中国糖果产量预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitashipin1209/D571988JT2.html>