

2024-2030年中国巧克力及制品行业市场专项调研 及投资前景规划报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国巧克力及制品行业市场专项调研及投资前景规划报告》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://www.chyxx.com/research/202110/980704.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解巧克力及制品行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国巧克力及制品行业市场专项调研及投资前景规划报告》（以下简称《报告》）。报告对中国巧克力及制品市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保巧克力及制品行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2023年巧克力及制品行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能巧克力及制品从业者抢跑转型赛道。

巧克力是一种由可可豆制成的食品，经过研磨、混合和加工制成的坚固状或液体状的食品。它在世界范围内广受欢迎，有各种不同的种类和变种。巧克力通常由可可固体、可可脂、糖和可能的乳制品制成。总的来说，中国巧克力行业经历了从起步到蓬勃发展的过程，中国巧克力市场逐渐从一个小众市场发展为一个庞大的消费市场，吸引了国际巧克力品牌的关注，也培育出了一批有影响力的国内巧克力企业。随着消费者口味和需求的变化，中国巧克力行业将继续面临新的挑战 and 机遇。

巧克力已经不是一种简单的食品，而是相爱的人们相互表情达意的凭证，是节日馈赠亲朋好友得体而深受欢迎的精美礼品，更是人们放松心情，补充能量的营养休闲食品，2020年中国巧克力及制品产量达52.50万吨，需求量达57.99万吨，市场规模达241.82亿元，销售均价为4.17万元/吨，随着中国经济高速增长，居民收入水平不断提高，同时生产厂商不断致力于新产品的开发，促使中国巧克力市场需求迅猛增长，预计2023年中国巧克力及制品需求量将达到67.68万吨，市场规模将达到299.35亿元。

目前，中国巧克力行业竞争企业可分化成三大阵营，其中第一阵营是以歌帝梵、瑞士莲、芭喜等为代表的高端巧克力品牌，这类品牌利润较高，但品牌的产品种类不多，其未来发展的方向是实现品牌的差异化和推出中低端品牌产品覆盖价格带。第二阵营是以德芙、费列罗、好时、亿滋等为代表的中端品牌，其主要以营销致胜，且大多依靠大众路线获得市场份额，但由于中端产品的品牌数量众多，预计未来中端品牌企业将会不断地发起价格战来扩大自己的消费群。第三阵营是以徐福记、雅客、金丝猴等为代表的低端产品，该阵营品牌众多，且多为国产巧克力产品牌。由于中国大多巧克力品牌是以糖果制造出身，巧克力品牌基因不足，同时并未对消费者进行具体细分，在全球购的背景下，消费者情感上更倾向于选购国外品牌，从而导致中国巧克力市场由外资品牌占据。

随着中国经济飞速发展，居民生活水平不断提高，近年来中国巧克力及制品消费需求持续扩大，随着人们对功能性食品的兴趣增加，可能会出现更多以巧克力为载体的功能性产品，另外，巧克力品牌可能与其他行业进行合作，创造出独特的产品或体验，如与咖啡店合作推出咖啡巧克力、与糕点店合作推出巧克力蛋糕等。

《2024-2030年中国巧克力及制品行业市场专项调研及投资前景规划报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是巧克力及制品领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 2023年中国巧克力及制品行业发展概述

第一节 2023年中国巧克力及制品行业在国际市场的地位

第二节 中国巧克力及制品行业发展概况

一、2019-2023年中国巧克力及制品行业发展状况

二、巧克力及制品行业发展动力分析

第三节 巧克力及制品政策分析

一、商超零售政策环境

二、重点政策解析

第四节 2023年中国巧克力及制品行业发展的因素分析

一、巧克力及制品成为生活必需品

二、中国人口结构变化的影响

三、政府环保政策的实施效果

四、销售渠道作用的充分发挥

五、卫生意识的增强

第二章 2023年中国巧克力及制品产业链分析

第一节 巧克力及制品产业链模型

第二节 上游巧克力及制品产业分析

第三节 下游巧克力及制品零售业分析

一、2019-2023年传统销售渠道销售状况

二、2019-2023年电商渠道销售状况

三、终端需求影响因素分析

- 1、客户需求影响因素
- 2、突发事件影响因素
- 3、渠道因素
- 4、政策因素

第三章 2019-2023年中国巧克力及制品行业市场供应状况

第一节 2019-2023年中国巧克力及制品供给状况

- 一、2019-2023年巧克力及制品产量状况
- 二、2019-2023年巧克力及制品市场供应结构状况

第二节 竞争格局分析

第三节 2023年巧克力及制品行业供应特点分析

第四章 2019-2023年中国巧克力及制品行业市场需求状况

第一节 2019-2023年中国巧克力及制品需求状况

- 一、2019-2023年巧克力及制品需求状况
- 二、2019-2023年巧克力及制品市场需求结构状况

第二节 2023年巧克力及制品市场价格分析

第三节 2023年巧克力及制品行业特点分析

- 一、产品周转周期短
- 二、进入市场的通路短而宽
- 三、市场生动化
- 四、一般为分公司或代理商体制的销售组织形式
- 五、售后服务重点体现在对客户投诉反馈

第四节 2023年中国巧克力及制品行业需求特点

- 一、便利性
- 二、视觉化产品
- 三、品牌忠诚度不高

第五章 巧克力及制品行业关联分析

第一节 互补品

- 一、互补品行业状况
- 二、互补品行业发展趋势
- 三、互补品对巧克力及制品行业的影响

第二节 替代品

- 一、替代品行业状况

二、替代品行业发展趋势

三、替代品对巧克力及制品行业的影响

第六章 2023年巧克力及制品需求领域市场分析

第一节 2023年中国巧克力及制品业综述

一、巧克力及制品市场继续稳步增长

二、巧克力及制品消费区域化差异大

第二节 2023年中国巧克力及制品行业快速发展的因素分析

一、巧克力及制品成为生活必需品

二、中国人口结构变化的影响

三、政府环保政策的实施效果

四、销售渠道作用的充分发挥

五、卫生意识的增强

第三节 2023年中国巧克力及制品产业热点问题探讨

一、安全性是巧克力及制品市场敏感区

二、造成的环境污染严重

第四节 中国巧克力及制品主要品牌成功要素分析

第五节 中国巧克力及制品跟进品牌竞争策略分析

第六节 北上广深四大城市的巧克力及制品消费特点分析

第七章 巧克力及制品重点子行业

第一节 黑巧克力分行业状况

一、行业发展现状

二、市场结构分析

三、行业发展趋势

第二节 混合装巧克力行业分析

一、行业发展现状

二、市场结构分析

三、行业发展趋势

第三节 白巧克力行业发展状况

一、行业发展现状

二、市场结构分析

三、行业发展趋势

第四节 涂层巧克力行业发展状况

一、行业发展现状

二、市场结构分析

三、行业发展趋势

第八章 巧克力及制品行业渠道分析

第一节 巧克力及制品行业销售渠道分析

一、渠道格局状况

二、渠道变动趋势

1、全国连锁商超扩展

2、电商渠道

3、私营和其他零售渠道

三、不同城市销售渠道分析

第二节 巧克力及制品行业销售渠道建设建议

一、重点企业销售渠道策略分析

二、渠道建设意见

第九章 巧克力及制品行业重点企业分析

第一节 德芙

一、企业状况

二、财务指标

三、产销状况

四、企业渠道

第二节 好时

一、企业状况

二、财务指标

三、产销状况

四、企业渠道

第三节 费列罗

一、企业状况

二、财务指标

三、产销状况

四、企业渠道

第四节 明治

一、企业状况

二、财务指标

三、产销状况

四、企业渠道

第五节 金帝

一、企业状况

二、财务指标

三、产销状况

四、企业渠道

第六节 雀巢巧克力

一、企业状况

二、财务指标

三、产销状况

四、企业渠道

第十章 巧克力及制品用户市场研究

第一节 巧克力及制品消费者购买行为分析

一、巧克力及制品消费者心理特点

二、巧克力及制品消费者购买行为的共性分析

第二节 巧克力及制品需求用户结构分析

一、用户年龄结构

二、用户性别结构

三、用户地区结构

四、用户学历结构

第三节 巧克力及制品用户选择影响因素分析

第四节 巧克力及制品品牌认知度分析

第五节 巧克力及制品购买渠道调研分析

第六节 巧克力及制品有效铺货率分析

第七节 巧克力及制品信息认知渠道分析

第十一章 巧克力及制品不同消费群体研究

第一节 巧克力及制品不同消费人群结构

第二节 不同消费人群品牌认知度分析

第三节 不同消费人群使用频率分析

第四节 一般人群需求用户

一、消费者特征

二、产品信息认知渠道

三、产品购买原因及考虑因素

四、产品购买渠道

五、产品购买价格及价格期望

六、消费者产品满意度及未被满足的需求

第五节 女性用户产品需求用户

第六节 婴幼儿需求用户

第七节 老年及病患需求用户

第十二章 巧克力及制品行业投资风险分析

第一节 巧克力及制品行业风险分析

一、巧克力及制品政策环境风险

二、巧克力及制品经济形势风险

三、巧克力及制品外贸环境风险

四、巧克力及制品行业风险分析

1、上游风险

2、下游风险

3、市场竞争风险

五、巧克力及制品渠道风险

第二节 巧克力及制品行业格局变动创造发展机遇

第十三章 巧克力及制品行业发展前景和行业预测分析

第一节 巧克力及制品行业发展前景分析

第二节 2024-2030年巧克力及制品行业供给预测

第三节 2024-2030年巧克力及制品行业需求预测

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 巧克力及制品行业发展建议

第二节 观点

图表目录：部分

图表1：2019-2023年全球巧克力市场规模及中国市场份额统计

图表2：2019-2023年我国巧克力及巧克力制品市场规模走势

图表3：2019-2023年我国巧克力及制品供需平衡统计

图表4：2019-2023年我国巧克力及制品人均消费量及金额走势

图表5：2019-2023年全球可可豆生产情况

图表6：2019-2023年我国巧克力及制品产量走势

图表7：2019-2023年我国巧克力及制品市场供应结构状况

图表8：中国巧克力市场品牌金字塔结构

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/980704.html>