

中国冰激凌市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告

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《中国冰激凌市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告》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/230421230421.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: 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

冰激凌（冰淇淋）是以饮用水、牛乳、奶粉、奶油（或植物油脂）、食糖等为主要原料，加入适量食品添加剂，经混合、灭菌、均质、老化、凝冻、硬化等工艺制成的体积膨胀的冷冻饮品。

2011年我国冰淇淋产销量达到了348.39万吨，人均消费量2.48千克，同比增长8.7%，2011年我国冰淇淋累计销售额达到了791.23亿元人民币，数据显示，中国硬冰淇淋2011年的产值产量是88.08万吨，产值219.86亿元，中国软冰淇淋行业2011年的产量和产值分别为36.59万吨、180.66亿元，中国雪糕和棒冰行业2011年产量和产值分别为223.72万吨、390.71亿元。从数字可以算出，每吨产值最高的是软冰淇淋。而且市场由中低端向高端化转移的趋势非常明显。2013年，我国冰淇淋产销量达到407.89万吨，2013年累计销售额达到了1019.58亿元人民币，同比增长12.20%。2014年我国冰淇淋产量达到452.43万吨，同比增长10.92%，2014年销售额会达到1170亿元人民币。

中国潜力巨大的冰淇淋市场吸引了巨大资本的追捧和关注，这一切都为中国冰淇淋工业的发展带来了广阔的市场前景。数据显示，上海、北京、广州三个特大城市的销售量占了全国冷饮市场的25%，东北市场销量占国内市场总额的13%。北京、上海、广东是目前冰激凌销量最集中的三大地区，产品以中高档为主，品种也较多，占全国销量的25%。另外几个冷饮工业比较发达的城市是天津、杭州、南京等，产品以中高档为主。东北地区冷饮市场另有特色，销售季节较长，消费量大。而西北等地区则相对比较落后，产品档次也比较低，发展缓慢。但随着西北开发的进程加快，必然会带动冰激凌行业进入西北大市场及西南等内地中小城市发展。同时，由于农业经济的发展，广大农村对冰激凌的需求也在增加，尤其是在江、浙一带的农村销量较大。因此农村是冰激凌最大的潜在市场。

中国报告网发布的《中国冰激凌市场发展态势全景分析与行业投资定位预测报告》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、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研究分析。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。

【报告目录】

第一部分产业环境**

第一章中国冰激凌行业发展概述

第一节冰激凌行业概述

一、冰激凌的定义

二、冰激凌的特点

三、应用

四、行业概况

第二节冰激凌上下游产业链分析

一、产业链模型介绍

二、冰激凌行业产业链分析

第三节冰激凌行业生命周期分析

一、行业生命周期概述

二、冰激凌行业所属的生命周期

第四节行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒退出机制

四、行业周期

第二章2015年世界冰激凌市场运行形势分析

第一节2014-2015年全球冰激凌市场动态研究

一、全球冰激凌市场特征分析

二、全球冰激凌市场供需监测研究

三、全球冰激凌价格走势分析

第二节2014-2015年全球主要区域冰激凌市场运行形势透析

一、亚洲

二、欧洲

三、北美地区

四、其它主要区域

第三节2014-2015年全球主要国家冰激凌市场深度局势分析

一、美国

二、日本

三、韩国

四、其他国家

第四节2016-2022年全球冰激凌市场发展趋势预测解析

第五节2015年中国冰激凌行业发展回顾

第三章2015年中国冰激凌产业发展环境分析

第一节2015年中国宏观经济环境分析

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、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节冰激凌行业主管部门、行业监管体

第三节中国冰激凌行业政策环境分析

一、冰激凌产业相关政策颁布状况分析

1、《冷饮食品卫生管理办法》

2、冰激凌行业qs认证强制标准

二、产业生产标准分析

第四节2015年中国冰激凌产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第五节2015年中国冰激凌产业技术环境发展分析

第二部分市场运行分析

第四章2015年中国冰激凌产业运行情况

第一节中国冰激凌行业发展状况

一、冰激凌行业市场供给情况

二、冰激凌行业市场需求情况

三、冰激凌行业市场容量

第二节中国冰激凌行业价格走势分析

一、冰激凌行业价格影响因素分析

二、2015年冰激凌行业价格走势回顾

三、2016-2022年冰激凌行业价格走势预测

第三节中国冰激凌行业技术发展分析

第四节冰激凌行业未来发展趋势预测

第五章中国冰激凌市场发展分析

第一节中国冰激凌行业竞争现状

一、重点生产区域竞争力分析

二、市场销售集中分布

第二节中国冰激凌行业集中度分析

一、市场集中度

二、企业集中度

三、区域集中度

第三节中国冰淇淋区域市场规模分析

- 一、东北地区市场规模分析
- 二、华北地区市场规模分析
- 三、华东地区市场规模分析
- 四、华中地区市场规模分析
- 五、华南地区市场规模分析
- 六、西部地区市场规模分析

第四节冰激凌行业品牌现状分析

第五节中国冰激凌行业存在的问题

- 一、与国外的差异
- 二、发展制约因素
- 三、生存困境

第六节中国冰激凌行业国际竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第三部分市场竞争格局

第六章2015年中国冰激凌行业竞争情况

第一节行业竞争结构分析

- 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

第二节冰激凌行业swot分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第三节中国冰激凌产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第七章中国冰激凌制造所属行业数据监测

第一节中国行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节中国行业产值分析

第三节中国行业成本费用分析

第四节中国行业运营效益分析

第八章2014-2015年我国冰激凌上下游市场发展情况分析

第一节冰激凌上游行业研究分析

一、2014-2015年中国冰激凌上游行业市场状况分析

1、香精香料

2、奶粉

二、2014-2015年冰激凌上游行业供应情况分析

1、香精香料

2、奶粉

三、2015年中国冰激凌上游行业生产商情况

1、香精香料

2、奶粉

四、2016-2022年中国冰激凌上游行业发展趋势分析

1、香精香料

2、奶粉

第二节冰激凌行业下游行业分析

一、2014-2015年中国冰激凌下游行业市场分析

二、2014-2015年中国冰激凌下游行业需求情况分析

三、2014-2015年中国冰激凌下游行业主要需求商分析

四、2016-2022年中国冰激凌下游行业市场发展趋势分析

第九章冰激凌行业重点生产企业分析

第一节哈根达斯

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节dq

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节和路雪

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节八喜

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节蒙牛

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节伊利

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节雀巢冰淇淋

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节广东美怡乐食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节明治乳业

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节沈阳德氏企业集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四部分行业前景展望

第十章2016-2022年冰激凌行业发展预测

第一节2016-2022年中国冰激凌行业未来发展前景分析

一、2016-2022年中国冰激凌市场发展环境分析

二、2016-2022年中国冰激凌行业市场规模预测

三、2016-2022年中国冰激凌行业市场发展趋势分析

第二节2016-2022年中国冰激凌行业市场供需预测

- 一、2016-2022年中国冰激凌行业供给预测
- 二、2016-2022年中国冰激凌市场需求预测
- 三、冰激凌行业销售规模预测分析

第三节2016-2022年中国冰激凌行业盈利走势预测

- 一、2016-2022年中国冰淇淋行业盈利模式
- 二、2016-2022年中国冰淇淋行业盈利因素

第十一章2016-2022年中国冰激凌行业投.资风险与营销分析

第一节2016-2022年冰激凌行业进入壁垒分析

第二节2016-2022年中国冰激凌行业投.资环境分析

- 一、2016-2022年中国冰淇淋行业最新投.资动向
- 二、2016-2022年中国冰淇淋行业投.资机会分析
- 三、2016-2022年中国冰淇淋行业并购分析
- 四、2016-2022年中国冰淇淋行业主要投.资建议

第三节中国冰激凌行业投.资风险

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、竞争风险
- 四、原材料风险
- 五、其他风险

第四节中国冰激凌行业营销分析

- 一、渠道构成
- 二、销售贡献比率
- 三、覆盖率
- 四、销售渠道效果
- 五、价值流程结构

第五节2014-2015年中国冰激凌网络营销分析

第六节2014-2015年中国冰激凌市场营销策略分析

- 一、产品策略
- 二、价格策略
- 三、渠道策略
- 四、促销策略

第五部分战略研究分析

第十二章2016-2022年中国冰激凌行业发展策略及投.资建议

第一节冰激凌行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第二节2016-2022年中国冰激凌行业品牌投.资策略

- 一、冰激凌品牌的重要性
- 二、冰激凌实施品牌战略的意义
- 三、冰激凌企业品牌的现状分析
- 四、我国冰激凌企业的品牌战略
- 五、冰激凌品牌战略管理的策略

第三节投.资建议

- 一、重点投.资区域建议
- 二、重点投.资产品建议

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/230421230421.html>