

# 2007—2010年中国冷冻饮品及食用冰制造行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007—2010年中国冷冻饮品及食用冰制造行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查研究报告》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/xiantiyongpin/2957129571.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8500

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

【提交时间】 5个工作日【报告格式】 Word格式报告摘要冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，越来越受到人们的喜爱。冰淇淋市场尽管从90年代以来，每年以10%左右的速度递增，但市场潜力依然十分巨大，这一切都为冰淇淋企业的发展带来了广阔的市场前景。冷饮市场的品牌市场占有率在2006年显现了强者更强、弱者出局的重大雪崩局面，改变了以往长期洗牌的僵持阶段。具体表现为大企业无论从规模、效益乃至到管理上日渐优势，而区域中小企业受资金、观念的影响，窘态毕现。前几年过的不错的小企业，在经过2006、2007年的洗礼，出现关停并转的局面，而一些外资企业和国内巨头，利用资金、技术、原料、管理、市场等方面的优势，取得了不菲的战绩。历史上全国有一千多个冷饮品牌，80%已经失去竞争能力甚至干脆消亡。目前，冷饮市场化分三种阵营，第一集团为：蒙牛、伊利、和路雪等企业占冷饮市场的30%以上的销售额。五丰、佑康、宏宝来、天冰、德氏等为第二阵营。第三阵营出现了两极分化的局面，以辽宁天淇、吉林红旗以及山东美仑等为代表的中小企业，正在利用成本的有效控制、人力资源的合理利用和品牌产品的有力提升等方式，呈现出良好的发展势头，他们的扩张之势表明第二阵营可能还会有新的成员出现。奶、糖、棕榈油、巧克力是冰淇淋最主要的四种原料，从2003年开始，这些主要原料都在大幅攀升，如果没有附加值品牌根基和对原料价格的整体把握、资源整合或者是资本市场的期货均衡，那么靠一味压缩产品成本和管理费用是难以为继的。原料的大幅度涨价，使得中小企业顿时面临生存危机。管理手段原始、资金短缺、没有规模采购之便利、投资单一缺少战略回旋余地，更没有附加值很高的品牌为依托，导致以生产抵挡产品为主体的中小型企业面临严重危机。这是自2005年国家政策的提升和QS质量体系的强制推行后冷饮行业一次优胜劣汰的又一次寒冬。锦秋财智咨询认为2008年我国冷冻饮品行业将：新品开发步伐依旧紧促，健康和娱乐是今年的主题。返璞归真、回归自然是产品的主旋律。冰类产品脱离开发主流，但单品销售额依然惊人。中小品牌求生上扬，开发中档产品，走品牌附加之路。实物料产品势头正猛，销量可观，纯奶、香草类产品销量攀升。总之，竞争加剧，品牌集中，中小企业经营越发困难是2008年国内冷食品市场的基本特点。报告目录第一部分

冷冻饮品及食用冰制造行业运行情况	9	第一章 中国冷冻饮品及食用冰制造行业企业概况	
9第一节 企业性质分析	10	第二节 企业规模分析	11
		第三节 企业区域分布	12
2005-2007年中国冷冻饮品及食用冰制造行业生产情况			13
		第一节	
中国冷冻饮品及食用冰制造业总产量	14	第二节 中国冷冻饮品及食用冰制造业区域特征分析	
15		第三节	
		不同规模企业产量	16
2005-2007年中国冷冻饮品及食用冰制造行业销售情况			17
		第一节	
中国都制品行业销售规模变动轨迹	18	第二节 中国冷冻饮品及食用冰制造业区域特征分析	
19		第三节	
		中国冷冻饮品及食用冰制造行业中不同规模企业销售额	20
冷冻饮品及食用冰进出口情况	21	第一节 冷冻饮品及食用冰进出口总量	22
		第二节	

冷冻饮品及食用冰进出口结构	23	第五章 冷冻饮品及食用冰细分产品产销情况	24	第一节	
冰淇淋类和雪糕类（奶冰类）	25	第二节 雪泥类（冰霜类）	26	第三节 冰棍类	27
第四节 食用冰	28	第二部分 行业竞争情况分析	29	第六章 上游原料行业议价能力	29
第一节 上游原材料供应量	30	一、 2005-2007年冷冻饮品及食用冰主要原料产量	31	二、	
主要原材料区域分布	34	三、 2005-2007年主要原材料进出口总量	35	第二节 原材料价格	
36	一、	近年我国冷冻饮品及食用冰主要原料产品的价格变动趋势	37	二、	
不同地区冷冻饮品及食用冰主要原料产品价格	41	第三节 原材料供应商议价能力	46	一、	
中国冷冻饮品及食用冰制造行业主要原料产品的供求对比	47	二、			
原材料行业与冷冻饮品及食用冰制造行业的议价能力	51	第七章 下游行业议价能力	52	第一节	
冷冻饮品及食用冰消费总量分析	53	一、 2005-2007年冷冻饮品及食用冰消费总量	54	二、	
重点地区消费量分析	58	三、 冷冻饮品及食用冰消费结构	59	第二节	
冷冻饮品及食用冰消费影响因素	60	一、 产品质量因素	61	二、 产品价格因素	62
三、 渠道因素	63	四、 品牌因素	64	五、 包装因素	65
六、 季节性因素	66	第三节			
冷冻饮品及食用冰的主要渠道分析	67	一、 便利店	68	二、 批发商	69
三、 超市、大卖场	70	四、 出口贸易	71	第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）	72
第八章 冷冻饮品及食用冰厂商竞争分析	73	第一节 国内冷冻饮品及食用冰市场竞争主体	74	一、	
中小冷冻饮品及食用冰企业	75	二、 冷冻饮品及食用冰集团	76	第二节	
冷冻饮品及食用冰企业之间的竞争程度	77	一、 行业集中度	78	二、 产品差异化程度	79
三、 不同竞争主体的盈利对比	80	四、 重点地区冷冻饮品及食用冰制造业竞争格局	81	五、	
不同种类产品竞争格局	82	第三节 冷冻饮品及食用冰企业竞争因素分析	83	一、	
原料采购与制造	84	二、 市场营销	85	三、 品牌竞争	86
第四节					
冷冻饮品及食用冰企业竞争行为总结	87	第九章 冷冻饮品及食用冰行业潜在进入者威胁	88	第一节 冷冻饮品及食用冰制造行业进入壁垒	89
一、 市场准入机制	90	二、 原料竞争状况	91	三、 市场竞争状况	92
四、 渠道资源问题	93	第二节 新进入者主要群体竞争力	94	一、	
中小冷冻饮品及食用冰企业	95	二、 冷冻饮品及食用冰集团	96	第三节	
新进入者将对市场的影响	97	一、 供求关系	98	二、 竞争激烈程度	99
第十章 冷冻饮品及食用冰替代产品的发展	100	第一节 冷冻饮品及食用冰的替代品发展	101	一、	
果汁饮料	102	二、 碳酸饮料	103	三、 茶饮料	104
四、 含乳饮料	105	第二节			
替代品发展对冷冻饮品及食用冰市场的影响	106	第三节 针对替代品影响提出的改进策略	107	第三部分 行业内重点企业分析	108
第十一章 和路雪	109	第一节 公司基本概况	109	一、	
企业组织结构	109	二、 企业业务结构	110	三、 企业经营策略	111
第二节 公司经营情况	112	一、 2005-2007年公司产销情况	112	二、 公司财务指标分析	113
第三节					
公司未来发展规划及发展前景分析	114	一、 企业发展战略规划	114	二、 企业发展前景	115
第十二章 伊利	116	第一节 公司基本概况	116	一、 企业组织结构	116
二、 企业业务结构	117	三、 企业经营策略	118	第二节 公司经营情况	119
一、 2005-2007年公司产销情况					

119二、	公司财务指标分析	120	第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	121	一、
	企业发展战略规划	121	二、	企业发展前景	122	第十三章
	蒙牛	123	第一节	公司基本概况	123	一、
	企业组织结构	123	二、	企业业务结构	124	三、
	企业经营策略	125	第二节	公司经营情况	126	一、
	2005-2007年公司产销情况	126	二、	公司财务指标分析	127	第三节
	公司未来发展规划及发展前景分析	128	一、	企业发展战略规划	128	二、
	企业发展前景	129	第十四章	美怡乐	130	第一节
	公司基本概况	130	一、	企业组织结构	130	二、
	企业业务结构	131	三、	企业经营策略	132	第二节
	公司经营情况	133	一、	2005-2007年公司产销情况	133	二、
	公司财务指标分析	134	第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	135	一、
	企业发展战略规划	135	二、	企业发展前景	136	第十五章
	雀巢	137	第一节	公司基本概况	137	一、
	企业组织结构	137	二、	企业业务结构	138	三、
	企业经验策略	139	第二节	公司经营情况	140	一、
	2005-2007年公司产销情况	140	二、	公司财务指标分析	141	第三节
	公司未来发展规划及发展前景分析	142	一、	企业发展战略规划	142	二、
	企业发展前景	143	第十六章	八喜	144	第一节
	公司基本概况	144	一、	企业组织结构	144	二、
	企业业务结构	145	三、	企业经营策略	146	第二节
	公司经营情况	147	一、	2005-2007年公司产销情况	147	二、
	公司财务指标分析	148	第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	149	一、
	企业发展战略规划	149	二、	企业发展前景	150	第十七章
	宏宝来	151	第四节	公司基本概况	151	四、
	企业组织结构	151	五、	企业业务结构	152	六、
	企业经营策略	153	第五节	公司经营情况	154	三、
	2005-2007年公司产销情况	154	四、	公司财务指标分析	155	第六节
	公司未来发展规划及发展前景分析	156	三、	企业发展战略规划	156	四、
	企业发展前景	157	第三部分	行业发展前景分析	158	第十八章
	冷冻饮品及食用冰制造行业发展外部环境分析	159	第一节	中国冷冻饮品及食用冰行业所处的政策环境	160	一、
	中国冷冻饮品及食用冰行业所处的经济环境	161	二、	中国冷冻饮品贸易政策	162	第二节
	中国冷冻饮品及食用冰行业所处的经济环境	163	一、	2008年中国经济走势	164	二、
	居民食品消费支出	165	第十九章	冷冻饮品及食用冰制造行业发展趋势预测	166	第一节
	冷冻饮品及食用冰市场预测	167	一、	2008-2010年中国冷冻饮品及食用冰生产规模预测	168	二、
	2008-2010年中国冷冻饮品及食用冰销售规模预测	169	三、	冷冻饮品及食用冰产品结构预测	170	四、
	2008-2010年冷冻饮品及食用冰贸易情况	171	第二节	冷冻饮品及食用冰制造行业发展趋势预测	172	一、
	冷冻饮品及食用冰消费需求动向	173	二、	冷冻饮品及食用冰行业生命周期分析	174	三、
	冷冻饮品及食用冰制造技术动向	175	四、	冷冻饮品及食用冰品牌发展趋势	176	五、
	冷冻饮品及食用冰行业竞争趋势分析	177	第二十章	冷冻饮品及食用冰企业经营策略及报告总结	178	第一节
	冷冻饮品及食用冰企业经营策略	179	一、	品牌策略	180	二、
	营销策略	181	三、	产品策略	182	第二节
	报告总结	183				

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2957129571.html>