

2012-2016年中国冰淇淋市 场供需分析及投资战略研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2012-2016年中国冰淇淋市场供需分析及投资战略研究报告》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.chinairr.org/report/R12/R1205/201210/13-109646.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

冰淇淋以饮用水、牛奶、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、硬化等工艺而制成，口感细腻、柔滑、清凉。冰淇淋，又称雪糕，奶糕，豆糕和炒冰块等等，种类繁多，花样百出，但制作方法大致不外乎用乳或乳制品、蛋或蛋制品、甜味剂、香味剂、稳定剂及食用色素作原料，经冷冻加工而成，是夏令冷饮品的重要组成部分，对人体有一定的保健作用，是夏天清凉去暑的好食品。冰淇淋是一种含有优质蛋白质及高糖高脂的食品，另外还含有氨基酸及钙、磷、钾、钠、氯、硫、铁等，具有调节生理机能、保持渗透压和酸碱度的功能。资料显示，按照国际和国家产品标准，一般奶油冰淇淋，其营养成分为牛奶的2.8-3倍，在人体内的消化率可达95%以上，高于肉类、脂肪类的消化率。近年来冷冻饮品在国内食品行业中发展迅猛，中国庞大的冷冻饮品市场招引了众多的淘金者的追逐。我国从90年代以来，被誉为“冷饮之王”的冰淇淋乳品生产每年以约10%的速度在递增。中国冷饮市场在10年内产量增长了近12倍，品种从几十种增加到3000多种。上海、广东、北京是冰淇淋销量最集中的三大区，约占全国总量的30%左右。在未来的5-10年内行业收入仍然将保持20%以上的增长速度。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国冰淇淋市场供需分析及投资战略研究报告》共十六章。首先介绍了中国冰淇淋行业的概念，接着分析了中国冰淇淋行业发展环境，然后对中国冰淇淋行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国冰淇淋行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国冰淇淋行业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。

第一章 冰淇淋行业相关概述

第一节 冰淇淋的定义及分类

一、冰淇淋的定义

二、冰淇淋的分类

三、冰淇淋的特性

第二节 冰淇淋产业链分析

一、市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第二章 中国冰淇淋行业发展现状分析

第一节 2011-2012年冰淇淋行业发展现状

一、冰淇淋行业发展概况

二、冰淇淋行业生产状况分析

第二节 2011-2012年冰淇淋企业发展分析

一、冰淇淋企业发展动态分析

二、冰淇淋企业发展存在的问题

三、冰淇淋企业战略发展分析

第三节 2011-2012年冰淇淋行业经济运行分析

一、2011-2012年冰淇淋行业产值分析

二、2011-2012年冰淇淋行业效益分析

三、2011-2012年冰淇淋行业进口分析

四、2011-2012年冰淇淋行业出口分析

第四节 2011-2012年冰淇淋市场发展分析

一、2011年冰淇淋市场分析

二、2011年冰淇淋市场变化分析

三、2012-2016年冰淇淋市场走势分析

第五节 冰淇淋行业面临的挑战及发展建议

一、冰淇淋行业发展面临的难题

二、冰淇淋行业发展建议

第三章 我国冰淇淋销售市场分析

第一节 我国冰淇淋行业采购经理人指数分析

第二节 我国冰淇淋批发市场分析

第三节 我国冰淇淋零售市场分析

第四章 中国冰淇淋行业市场营销战略分析

第一节 冰淇淋企业营销分析

一、冰淇淋市场营销现状

二、冰淇淋品牌成功因素分析

三、冰淇淋企业营销战略研究

第二节 冰淇淋营销渠道分析

一、冰淇淋销售渠道构成

二、冰淇淋营销渠道策略分析

第五章 2009-2011年中国冰淇淋行业数据分析

第一节 2009-2011年中国冰淇淋行业总体数据分析

一、2009年中国冰淇淋行业全部企业数据分析

二、2010年中国冰淇淋行业全部企业数据分析

三、2011年中国冰淇淋行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国冰淇淋行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国冰淇淋行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国冰淇淋行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国冰淇淋行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国冰淇淋行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国冰淇淋行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国冰淇淋行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国冰淇淋行业不同所有制企业数据分析

第六章 中国冰淇淋行业发展分析

第一节 2011-2012年冰淇淋行业发展现状

一、冰淇淋行业的发展史

二、冰淇淋市场变化分析

三、2011年冰淇淋市场运行分析

四、2011年冰淇淋市场发展分析

五、冰淇淋质量情况分析

六、冰淇淋市场现状分析

第二节 2011-2012年冰淇淋市场供需分析

一、冰淇淋产值分析

二、冰淇淋需求分析

三、影响冰淇淋市场需求的因素

第三节 冰淇淋行业产量分析

一、2010-2012年冰淇淋产量分析

二、2012-2016年冰淇淋产量预测

第七章 中国冰淇淋行业发展分析

第一节 2011-2012年冰淇淋市场发展分析

一、冰淇淋发展分析

二、冰淇淋市场发展有利因素分析

三、冰淇淋市场消费特点分析

第二节 2011-2012年冰淇淋出口状况分析

一、冰淇淋出口数量及金额分析

二、冰淇淋主要出口市场分析

第三节 2011-2012年冰淇淋行业存在的问题及对策

一、冰淇淋产品问题分析

二、冰淇淋行业存在的问题

第八章 中国冰淇淋行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年冰淇淋行业竞争结构分析

一、冰淇淋种类品牌竞争

二、冰淇淋技术创新竞争

三、冰淇淋销售渠道竞争

第二节 2011-2012年冰淇淋区域市场格局分析

第九章 中国冰淇淋市场竞争分析

第一节 2011-2012年冰淇淋行业集中度分析

一、冰淇淋市场集中度分析

二、冰淇淋区域集中度分析

三、冰淇淋企业集中度分析

第二节 2011-2012年冰淇淋市场竞争分析

一、冰淇淋市场竞争现状分析

二、冰淇淋企业竞争动态分析

三、冰淇淋行业竞争策略研究

第十章 冰淇淋企业竞争策略分析

第一节 冰淇淋市场竞争策略分析

一、2012年冰淇淋市场增长潜力分析

二、2012年冰淇淋主要潜力品种分析

三、现有冰淇淋产品竞争策略分析

四、潜力冰淇淋品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 冰淇淋企业竞争策略分析

一、欧债危机对冰淇淋行业竞争格局的影响

二、欧债危机后冰淇淋行业竞争格局的变化

三、2012-2016年我国冰淇淋市场竞争趋势

四、2012-2016年冰淇淋行业竞争格局展望

五、2012-2016年冰淇淋行业竞争策略分析

第十一章 主要冰淇淋企业竞争分析

第一节 北京三元食品股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第二节 蒙牛乳业集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第三节 雀巢集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第四节 哈根达斯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第五节 和路雪（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第六节 光明乳业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第七节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况

四、2012-2016年发展战略

第十二章 冰淇淋行业投资现状与建议

第一节 冰淇淋行业投资现状分析

一、冰淇淋市场投资现状

二、冰淇淋市场投资机会分析

三、对冰淇淋市场投资分析

第二节 2012-2016年冰淇淋行业投资战略分析

一、冰淇淋市场投资策略分析

二、冰淇淋细分市场投资策略分析

三、对冰淇淋行业的投资建议

第十三章 中国冰淇淋行业发展前景分析

第一节 2012-2016年冰淇淋市场发展前景分析

- 一、2012-2016年冰淇淋市场发展潜力分析
- 二、2012-2016年冰淇淋市场发展前景分析
- 第二节 2012-2016年冰淇淋产品市场发展前景分析
- 一、2012年冰淇淋市场走势分析
- 二、2012-2016年冰淇淋市场发展趋势分析

第十四章 中国冰淇淋行业发展趋势分析

第一节 对冰淇淋市场发展预测

- 一、2012-2016年冰淇淋市场供给预测
- 二、2012-2016年冰淇淋市场销量预测
- 三、2012-2016年冰淇淋市场规模预测

第二节 2012-2016年冰淇淋市场发展趋势

- 一、2012-2016年冰淇淋行业发展趋势
- 二、2012-2016年冰淇淋市场发展趋势

第十五章 冰淇淋整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年冰淇淋行业发展规划分析

- 一、冰淇淋行业发展机会分析
- 二、冰淇淋行业发展机遇分析
- 三、冰淇淋行业发展规划分析

第二节 2012-2016年冰淇淋行业投资风险分析

- 一、2012-2016年冰淇淋行业市场风险预测
- 二、2012-2016年冰淇淋行业政策风险预测
- 三、2012-2016年冰淇淋行业经营风险预测
- 四、2012-2016年冰淇淋行业竞争风险预测
- 五、2012-2016年冰淇淋行业其他风险预测

第十六章 中国冰淇淋行业投资战略研究

第一节 市场策略分析

- 一、冰淇淋价格策略分析

二、冰淇淋渠道策略分析

第二节 对我国冰淇淋品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、冰淇淋实施品牌战略的意义

三、冰淇淋企业品牌的现状分析

四、我国冰淇淋企业的品牌战略

五、冰淇淋品牌战略管理的策略

第三节 冰淇淋企业经营管理策略

一、定价策略

二、竞争策略

三、并购重组策略

四、营销策略

五、人力资源

通过《2012-2016年中国冰淇淋市场供需分析及投资战略研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1205/201210/13-109646.html>