

2017-2023年中国冰激凌市 场深度分析与投资发展战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2023年中国冰激凌市场深度分析与投资发展战略研究报告》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/R07/R0704/201710/25-241953.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

我国冰激凌产业的发展自上世纪90年代外资巨头和路雪入驻时启动，至今经历了20多年的激烈竞争和残酷洗牌，特别是中途国内乳企的异军突起，导致行业竞争格局发生了极大变化，结束了过去全国几百家中小企业和数百个品牌割据混战的局面：从最初的“和路雪垄断高端，民企做中低端”到目前的“多家外资、本土乳企以及存活下来的区域性老牌冰激凌企业三分天下”。

目前国产冰激凌生产商主要有伊利、蒙牛、三元股份、天宝股份等；2016年伊利冰激凌收入为41.94亿元，蒙牛冰激凌业务收入为21.8亿元，收购艾莱发喜公司（八喜）后2016年三元股份冰激凌业务收入达到9.99亿元。

2016年我国冰激凌主要生产商销售收入统计图

《2017-2023年中国冰激凌市场深度分析与投资发展战略研究报告》由中国产业研究报告网公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了冰激凌行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国冰激凌行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国冰激凌行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一部分产业环境 29

第一章中国冰激凌行业发展概述 30

第一节冰激凌行业概述 30

一、冰激凌的定义 30

二、冰激凌的特点 30

三、应用 31

四、行业概况 31

第二节冰激凌上下游产业链分析 32

一、产业链模型介绍 32

二、冰激凌行业产业链分析 33

第三节冰激凌行业生命周期分析 34

一、行业生命周期概述 34

二、冰激凌行业所属的生命周期 35

第四节行业经济指标分析 36

一、赢利性 36

二、附加值的提升空间 36

三、进入壁垒 / 退出机制 37

四、行业周期 38

第二章2016年世界冰激凌市场运行形势分析 39

第一节2013-2016年全球冰激凌市场动态研究 39

一、全球冰激凌市场特征分析 39

二、全球冰激凌市场供需监测研究 41

三、全球冰激凌价格走势分析 41

第二节2013-2016年全球主要区域冰激凌市场运行形势透析 43

一、亚洲 43

二、欧洲 43

三、北美地区 44

四、其它主要区域 45

第三节2013-2016年全球主要国家冰激凌市场深度局势分析 45

一、美国 45

二、日本 50

三、韩国 51

四、其他国家 52

第四节2017-2023年全球冰激凌市场发展趋势预测解析 53

第五节2016年中国冰激凌行业发展回顾 54

第三章2016年中国冰激凌产业发展环境分析 55

第一节2016年中国宏观经济环境分析 55

一、gdp历史变动轨迹分析 55

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 77

三、2017年中国宏观经济发展预测分析 82

| | |
|-------------------------|-----|
| 第二节冰激凌行业主管部门、行业监管体制 | 86 |
| 第三节中国冰激凌行业政策环境分析 | 87 |
| 一、冰激凌产业相关政策颁布状况分析 | 87 |
| 1、《冷饮食品卫生管理办法》 | 87 |
| 2、冰激凌行业qs认证强制标准 | 88 |
| 二、产业生产标准分析 | 90 |
| 第四节2016年中国冰激凌产业社会环境发展分析 | 90 |
| 一、人口环境分析 | 90 |
| 二、教育环境分析 | 92 |
| 三、文化环境分析 | 93 |
| 四、生态环境分析 | 94 |
| 五、中国城镇化率 | 97 |
| 六、居民的各种消费观念和习惯 | 97 |
| 第五节2016年中国冰激凌产业技术环境发展分析 | 100 |

第二部分市场运行分析 102

第四章2016年中国冰激凌产业运行情况 103

第一节中国冰激凌行业发展状况 103

- 一、冰激凌行业市场供给情况 103
- 二、冰激凌行业市场需求情况 103
- 三、冰激凌行业市场容量 104

第二节中国冰激凌行业价格走势分析 105

- 一、冰激凌行业价格影响因素分析 105
- 二、2016年冰激凌行业价格走势回顾 105
- 三、2017-2023年冰激凌行业价格走势预测 106

第三节中国冰激凌行业技术发展分析 106

第四节冰激凌行业未来发展趋势预测 107

第五章中国冰激凌市场发展分析 108

第一节中国冰激凌行业竞争现状 108

- 一、重点生产区域竞争力分析 108
- 二、市场销售集中分布 109

第二节中国冰激凌行业集中度分析 109

一、市场集中度 109

二、企业集中度 109

三、区域集中度 110

第三节中国冰激凌区域市场规模分析 110

一、东北地区市场规模分析 110

二、华北地区市场规模分析 111

三、华东地区市场规模分析 112

四、华中地区市场规模分析 112

五、华南地区市场规模分析 113

六、西部地区市场规模分析 114

第四节冰激凌行业品牌现状分析 114

第五节中国冰激凌行业存在的问题 115

一、与国外的差异 115

二、发展制约因素 116

三、生存困境 116

第六节中国冰激凌行业国际竞争力分析 117

一、生产要素 117

二、需求条件 118

三、支援与相关产业 119

四、企业战略、结构与竞争状态 120

五、政府的作用 120

第三部分市场竞争格局 122

第六章2016年中国冰激凌行业竞争情况 123

第一节行业竞争结构分析 123

一、现有企业间竞争 123

二、潜在进入者分析 123

三、替代品威胁分析 124

四、供应商议价能力 125

五、客户议价能力 125

第二节冰激凌行业swot分析 126

一、优势 126

二、劣势 126

三、机会 126

四、威胁 127

第三节中国冰激凌产品竞争力优势分析 127

一、整体产品竞争力评价 127

二、产品竞争力评价结果分析 129

三、竞争优势评价及构建建议 131

第七章2013-2016年中国冰激凌所属行业主要数据监测分析 133

第一节2013-2016年中国冰激凌行业增长分析 133

一、企业数量增长分析 133

二、从业人数增长分析 133

三、资产规模增长分析 134

第二节2016年中国冰激凌行业结构分析 135

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2013-2016年中国冰激凌行业产值分析 137

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2013-2016年中国冰激凌行业成本费用分析 139

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2013-2016年中国冰激凌行业盈利能力分析 141

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章2013-2016年我国冰激凌上下游市场发展情况分析 142

第一节冰激凌上游行业研究分析 142

一、2013-2016年中国冰激凌上游行业市场状况分析 142

1、香精香料 142

2、奶粉 145

二、2013-2016年冰激凌上游行业供应情况分析 145

1、香精香料 145

2、奶粉 146

三、2016年中国冰激凌上游行业生产商情况 146

1、香精香料 146

2、奶粉 147

四、2017-2023年中国冰激凌上游行业发展趋势分析 149

1、香精香料 149

2、奶粉 151

第二节冰激凌行业下游行业分析 155

一、2013-2016年中国冰激凌下游行业市场分析 155

二、2013-2016年中国冰激凌下游行业需求情况分析 156

三、2013-2016年中国冰激凌下游行业主要需求商分析 156

四、2017-2023年中国冰激凌下游行业市场发展趋势分析 157

第九章2016年冰激凌行业重点生产企业分析 159

第一节 哈根达斯 159

一、企业概况 159

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 167

一、企业概况 167

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 176

一、企业概况 176

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 186

一、企业概况 186

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 194

一、企业概况 194

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 201

第六节 伊利 203

一、企业概况 203

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

第七节雀巢冰激凌 211

一、企业概况 211

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 219

一、企业概况 219

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 228

一、企业概况 228

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 237

一、企业概况 237

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 247

第十章 2017-2023年冰激凌行业发展预测 248

第一节 2017-2023年中国冰激凌行业未来发展前景分析 248

一、2017-2023年中国冰激凌市场发展环境分析 248

| | |
|--------------------------------|-----|
| 二、2017-2023年中国冰激凌行业市场规模预测 | 251 |
| 三、2017-2023年中国冰激凌行业市场发展趋势分析 | 251 |
| 第二节2017-2023年中国冰激凌行业市场供需预测 | 252 |
| 一、2017-2023年中国冰激凌行业供给预测 | 252 |
| 二、2017-2023年中国冰激凌市场需求预测 | 253 |
| 三、冰激凌行业销售规模预测分析 | 254 |
| 第三节2017-2023年中国冰激凌行业盈利走势预测 | 254 |
| 一、2017-2023年中国冰激凌行业盈利模式 | 254 |
| 二、2017-2023年中国冰激凌行业盈利因素 | 255 |
| 第十一章2017-2023年中国冰激凌行业投资风险与营销分析 | 257 |
| 第一节2017-2023年冰激凌行业进入壁垒分析 | 257 |
| 第二节2017-2023年中国冰激凌行业投资环境分析 | 258 |
| 一、2017-2023年中国冰激凌行业最新投资动向 | 258 |
| 二、2017-2023年中国冰激凌行业投资机会分析 | 258 |
| 三、2017-2023年中国冰激凌行业并购分析 | 259 |
| 四、2017-2023年中国冰激凌行业主要投资建议 | 261 |
| 第三节中国冰激凌行业投资风险 | 266 |
| 一、政策风险 | 266 |
| 二、技术风险 | 267 |
| 三、竞争风险 | 267 |
| 四、原材料风险 | 268 |
| 五、其他风险 | 268 |
| 第四节中国冰激凌行业营销分析 | 269 |
| 一、渠道构成 | 269 |
| 二、销售贡献比率 | 269 |
| 三、覆盖率 | 271 |
| 四、销售渠道效果 | 271 |
| 五、价值流程结构 | 274 |
| 第五节2013-2016年中国冰激凌网络营销分析 | 274 |
| 第六节2013-2016年中国冰激凌市场营销策略分析 | 279 |
| 一、产品策略 | 279 |

二、价格策略 281

三、渠道策略 282(zyyzg)

四、促销策略 284

第五部分战略研究分析 287

第十二章2017-2023年中国冰激凌行业发展策略及投资建议 288

第一节冰激凌行业市场的关键客户战略实施 288

一、实施关键客户战略的必要性 288

二、合理确立关键客户 289

三、对关键客户的营销策略 290

四、强化关键客户的管理 292

五、实施关键客户战略要重点解决的问题 293

第二节2017-2023年中国冰激凌行业品牌投资策略 294

一、冰激凌品牌的重要性 294

二、冰激凌实施品牌战略的意义 295

三、冰激凌企业品牌的现状分析 295

四、我国冰激凌企业的品牌战略 298

五、冰激凌品牌战略管理的策略 299

第三节投资建议 306

一、重点投资区域建议 306

二、重点投资产品建议 306

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201710/25-241953.html>