

2023-2029年中国软冰淇淋 行业深度研究与投资方向研究报告

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

《2023-2029年中国软冰淇淋行业深度研究与投资方向研究报告》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/R0704/202309/19-563360.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

软质冰淇淋是指冰淇淋料凝冻后，不经灌装、成型、硬化过程而直接销售的冰淇淋，一般凝冻时间在3min左右，冰结晶含量约为40%-50%。软质冰淇淋主要供饮冰室、咖啡馆等饮食业堂吃用。软冰淇淋在各大中城市已普遍受到人们的欢迎，尤其是青少年对口感清爽、风味香醇的软冰淇淋倍受青睐。

全球各个国家和地区软冰淇淋的销量各有不同，发达国家一般占冰淇淋消费总量的15%-25%。全世界软冰淇淋消费量约43.4亿升，其中北美占38%、西欧各国18%、亚太地区25%、其他地区19%。2021年全球软冰淇淋消费量43.4亿升，同比增长6.2%。

在国内，通过对产品品类、消费档次、品牌知名度、顾客满意度与忠诚度等指标的综合评定，国内软冰淇淋市场基本可以划分为三个区间：哈根达斯为知名度和档次比较高的冰淇淋品牌，为第一区间；DQ冰淇淋、美国芭斯罗缤冰淇淋（中国店面基本关闭）为中档冰淇淋品牌，属于第二区间；蜜雪冰城及麦当劳、肯德基等则以汉堡为主，软冰淇淋产品为副的快餐店，应属于第三区间。

虽然国内软冰淇淋市场在整体销售中超过70%的销售都是由现场打制的冰淇淋产品完成的，但在保证自身软制冰淇淋专家的品牌定位的这一主体地位之上，还是要进行多元化的产品开发，以满足更多顾客的需求。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国软冰淇淋行业深度研究与投资方向研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录

第一章 软冰淇淋行业相关概述

第一节 软冰淇淋行业定义

第二节 软冰淇淋发展特点

第二章 中国软冰淇淋行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

第二节 中国软冰淇淋行业标准分析

第三节 2023年软冰淇淋技术环境

第三章 全球软冰淇淋行业发展分析

第一节 2018-2022年全球软冰淇淋市场分析

- 一、2022-2023年全球主要区域软冰淇淋消费占比
- 二、2022-2023年全球软冰淇淋人均消费量
- 三、2018-2022年全球软冰淇淋消费量

第二节 2023-2029年全球软冰淇淋市场发展预测

第四章 中国软冰淇淋行业发展现状分析

第一节 中国软冰淇淋行业市场特性

- 一、软冰淇淋产品优势
- 二、软冰淇淋产品劣势
- 三、软冰淇淋产品机遇
- 四、软冰淇淋产品威胁

第二节 2018-2022年中国软冰淇淋行业人均消费量及市场规模

- 一、2018-2022年中国软冰淇淋行业人均消费量
- 二、2018-2022年中国软冰淇淋市场销售额

第三节 2018-2022年中国软冰淇淋行业产品策略

- 一、软冰淇淋产品生命周期的把握
- 二、找到准确的新品研发方向

第五章 中国软冰淇淋消费市场分析

第一节 2022-2023年软冰淇淋消费者调查特征分析

第二节 2022-2023年软冰淇淋客户对软冰淇淋关注点

第三节 2022-2023年软冰淇淋行业影响客户选购因素分析

- 一、目标顾客
- 二、购买便利性
- 三、品牌忠诚度
- 四、促销活动满意度
- 五、促销传播性及有效性

第四节 2022-2023年软冰淇淋行业市场细分研究

第六章 中国软冰淇淋行业市场营销战略分析

第一节 软冰淇淋企业定价策略

第二节 软冰淇淋行业广告促销策略分析

一、选择高性价比的广告媒体

二、营业推广形式多样化

第七章 2018-2022年中国软冰淇淋行业数据监测

第一节 2018-2022年中国软冰淇淋行业偿债能力

第二节 2018-2022年中国软冰淇淋行业盈利能力

第三节 2018-2022年中国软冰淇淋行业发展能力

第四节 2018-2022年软冰淇淋制造企业数量分析

第八章 2018-2022年中国软冰淇淋市场供需分析

第一节 2018-2022年中国软冰淇淋市场供给分析

第二节 2018-2022年中国软冰淇淋市场需求分析

第九章 中国软冰淇淋行业竞争格局分析

第一节 2022-2023年软冰淇淋行业竞争结构分析

一、供应商的议价能力

二、购买者的议价能力

三、新进入者的威胁

四、替代品的威胁

五、行业竞争者的竞争

第二节 2022-2023年软冰淇淋市场竞争策略

第十章 2018-2022年中国软冰淇淋主要企业分析

第一节 通用磨坊贸易（上海）有限公司（哈根达）

一、品牌简介

二、企业软冰淇淋特色

三、企业软冰淇淋经营策略

第二节 上海适达餐饮管理有限公司（冰雪皇后）

一、品牌简介

二、全球经营情况

三、DQ软冰淇淋产品分析

第三节 麦当劳软冰淇淋

一、品牌简介

二、企业软冰淇淋特色

第四节 Dunkin品牌公司（芭斯罗缤）

一、品牌简介

二、企业经营情况

三、企业软冰淇淋特色

第四节 蜜雪冰城股份有限公司

一、企业发展历程

二、企业经营及策略

第十一章 2023-2029年中国软冰淇淋行业发展前景分析

第一节 2023-2029年中国软冰淇淋市场供给预测分析

第二节 2023-2029年中国软冰淇淋市场需求预测分析

第十二章 中国软冰淇淋行业发展战略研究

第一节 软冰淇淋满意定价策略

第二节 软冰淇淋销售策略分析

一、间接渠道策略

二、网络营销策略

三、关系营销策略

第三节 对我国软冰淇淋品牌的战略思考

部分图表目录：

图表 1、软冰淇淋的配料组成 10

图表 2、各种软质冰淇淋产品的膨胀率和供售温度 11

图表 3、2022-2023年全球主要区域软冰淇淋消费量占比 13

图表 4、2022-2023年全世界主要地区软冰淇淋人均消费量 14

图表 5、2018-2022年全球软冰淇淋消费量统计 14

图表 6、2023-2029年全球软冰淇淋消费量预测 15

图表 7、2018-2022年中国内软冰淇淋人均消费量 18

- 图表 8、2018-2022年中国软冰淇淋市场销售额 19
- 图表 9、2018-2022年中国软冰淇淋偿债能力统计 31
- 图表 10、2018-2022年中国软冰淇淋行业盈利能力 32
- 图表 11、2018-2022年中国软冰淇淋发展能力统计 32
- 图表 12、2018-2022年中国软冰淇淋规模企业数量 33
- 图表 13、2018-2022年中国软冰淇淋产量 34
- 图表 14、2018-2022年中国软冰淇淋消费量 35
- 图表 15、2022-2023年中国软冰淇淋终端市场份额占比 37
- 图表 16、2018-2022年哈根达斯中国终端市场零售额 41
- 图表 17、2018-2022年DQ中国终端市场软冰淇淋业务零售额 43
- 图表 18、2023-2029年中国软冰淇淋产量预测 48
- 图表 19、2023-2029年中国软冰淇淋消费量预测 49

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/202309/19-563360.html>