

2011-2015年中国酸奶冰淇淋 市场行情动态及发展前景预测报告

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

《2011-2015年中国酸奶冰淇淋市场行情动态及发展前景预测报告》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/R0704/201112/05-87906.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

酸奶冰淇淋是以牛乳为主要原料，经乳酸发酵制成酸奶，在此基础上添加奶粉、奶油、乳化稳定剂等，再经过均质，老化，凝冻支撑的含活性乳酸菌的保健冰淇淋。它综合了酸奶和冰淇淋的双重特点，使传统冰淇淋在营养价值和口感上更进一步，又克服了酸奶货架期短的缺点。因此，该产品具有较大的市场潜力。冷冻饮品一直是深受消费者喜爱的消暑食品，特别是冰淇淋类产品深受广大青少年的喜爱，尤其是我国大部分地区夏季天气异常炎热且高温时间持续较长，因而对冷冻饮品的需求量较大且日益加大。近年来，发酵乳制品因其营养价值高及对人体的保健功效而受到人们的青睐。随着经济的发展和人民生活水平的提高，人们对食品的追求也由温饱型逐步向营养保健型转变。在众多的乳制品中，由于酸奶对人体有较高的营养及保健功效而受到广大消费者的喜爱；而冰淇淋由于其较好的适口性也有着广大的市场。但是，酸奶的保质期较短，使其消费受到了一定的限制。酸奶冰淇淋集酸奶和冰淇淋于一身，既有冰淇淋的状态和口感，又具有酸奶的营养保健功效，还使酸奶的保质期得以大大延长。在美国，酸奶冰淇淋的产量已占据整个冷饮市场的25%，而我国市场还比较少。因此，酸奶冰淇淋是一种极具市场前景的新产品。

随着人们生活水平的提高，健康已经成为人们对美食的第一要求，诸如酸奶冰淇淋这类兼顾美味与健康的美食将会越来越受到青睐。2010年，世界冰淇淋已经达到650亿美元的规模。其中世界最大冰淇淋消费市场在西欧，其销售额接近250亿美元，位居第二的北美市场的销售额接近200亿美元。行业全球平均增幅为2.5%，而以中国为代表的新兴经济体的增幅高达10%。远高于世界平均水平。2010年，中国冰淇淋累计销售额高达728亿人民币，占据了亚太地区销售额的半壁江山。随着我国经济的高速增长，人们经济收入的迅速提高，中国冰淇淋的消费市场将急速膨胀，中国自己的冰淇淋生产企业也为此获得了一个难得的发展契机。目前，随着输入型通货膨胀的蔓延，冰淇淋企业综合生产成本的急剧上升，这更需要企业通过技术改造实现产品升级、渠道变革以及生产基地的布局调整，来提高企业的竞争力。从产品的角度来看，主动放弃一些附加值比较低的品类，加快高附加值品类的研发上市，占领市场蓝海，这是非常关键的。而这个过程正是显示企业经营能力与经营智慧的时候，谁能利用差异化的产品赢得市场，谁能借助资本的力量实现跨越式发展，谁就能在未来的市场竞争中赢得先机。

第一章 酸奶冰淇淋产业相关概述

第一节 酸奶冰淇淋简介

一、酸奶冰淇淋概述

二、酸奶冰淇淋的功用及分类

三、酸奶冰淇淋的一般工作原理

第二节 酸奶冰淇淋产业价值链分析

第三节 酸奶冰淇淋其它相关产业概述

第二章2009-2011年世界酸奶冰淇淋产业运行状况透析

第一节2009-2011年世界酸奶冰淇淋产业发展总况

一、世界酸奶冰淇淋技术分析

二、国外酸奶冰淇淋的发展概况

三、国外酸奶冰淇淋的现状和发展历程

第二节2009-2011年世界酸奶冰淇淋主要国家运行分析

一、美国

二、英国

三、其它

第三节2011-2015年世界酸奶冰淇淋产业发展趋势分析

第三章2009-2011年中国酸奶冰淇淋行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节2009-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节2009-2011年中国酸奶冰淇淋行业政策环境分析

第三节2009-2011年中国酸奶冰淇淋行业社会环境分析

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

第四节2009-2011年中国酸奶冰淇淋行业技术环境分析

第四章2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业运行状况

第一节2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业发展概述

第二节2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业运行动态分析

一、产业热点分析

二、产业运行趋势分析

第三节2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业发展存在问题与对策建议

第五章2009-2011年中国酸奶冰淇淋市场运行动态分析

第一节2009-2011年中国酸奶冰淇淋行业发展综述

一、行业发展阶段分析

二、行业发展现状

第二节2009-2011年中国酸奶冰淇淋主要企业竞争状况

一、企业竞争现状

二、主要企业竞争力分析

第三节2009-2011年中国酸奶冰淇淋经销商调查情况

一、经销商品牌知名度分析

二、高端冰淇淋供应链分析

三、经销商促销形式分析

四、经销商营销模式探索

第六章2010-2011年中国酸奶冰淇淋行业主要数据分析

第一节2010-2011年中国酸奶冰淇淋行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2010-2011年中国酸奶冰淇淋行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节2010-2011年中国酸奶冰淇淋行业产值分析

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2010-2011年中国酸奶冰淇淋行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2010-2011年中国酸奶冰淇淋行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章2010-2011年中国酸奶冰淇淋产业细分产品市场进出口数据分析

第一节 中国酸奶冰淇淋产业进出口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

三、出口数量分析

四、出口金额分析

五、进出口总量分析

六、进出口总额分析

第三节 中国其它乳制品产业进出口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

三、出口数量分析

四、出口金额分析22

五、进出口总量分析227

六、进出口总额分析232

第八章2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业市场竞争格局分析241

第一节2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业竞争现状分析241

一、酸奶冰淇淋中外竞争力对比分析241

二、中国冰淇淋市场品牌竞争分析244

第二节2009-2011年中国酸奶冰淇淋产业集中度分析247

一、酸奶冰淇淋生产企业集中分布247

二、酸奶冰淇淋市场集中度分析249

第三节2009-2011年中国酸奶冰淇淋企业提升竞争力策略分析250

第九章 中国酸奶冰淇淋产业领先企业运营现状及发展趋势257

第一节YOBA 257

一、企业概况257

二、企业发展分析257

三、品牌发展前景258

第二节 Haagen-Dazs 259

一、企业概况259

二、企业发展分析263

三、企业在华策略268

第三节 DQ 270

一、企业概况270

二、企业发展分析271

三、企业在华策略271

第四节 Wall's 272

一、企业概况272

二、企业发展分析273

三、经营发展策略274

第五节 蒙牛278

一、企业概况278

二、2010-2011年经营状况280

三、2010-2011年并购情况281

第六节 伊利282

一、企业概况282

二、2010-2011年财务分析286

三、2010-2011年经营状况289

第七节 光明291

一、企业概况291

二、2010-2011年财务分析295

三、2010-2011年经营状况298

第八节 三元299

一、企业概况299

二、2010-2011年财务分析301

三、2010-2011年经营状况304

第十章 2011-2015年中国酸奶冰淇淋企业市场发展前景及趋势305

第一节 企业发展机遇及风险305

一、企业发展机会305

二、企业发展挑战	306
第二节 酸奶冰淇淋行业企业发展战略分析	307
一、国际化	307
二、战略联盟	311
三、科技创新	312
四、差异化	312
第三节 酸奶冰淇淋行业企业发展建议	315
第十一章 中国酸奶冰淇淋产业发展趋势预测	319
第一节 全球经济环境发展趋势评估	319
第二节 中国经济环境发展趋势评估	321
第三节 中国上游产业环境发展趋势评估	322
第四节 中国下游产业环境发展趋势评估	325
第五节 中国酸奶冰淇淋产业发展优劣势分析	328
一、产业发展机遇	328
二、产业发展劣势	328
三、产业发展优势	329
四、产业发展风险	329
第六节 中国酸奶冰淇淋产业市场发展预测评估	329
一、2011-2015年市场容量趋势预测	329
二、2011-2015年市场结构发展趋势	330
三、2011-2015年消费特征发展预测	331
四、2011-2015年品牌发展趋势预测	332
第十二章 2011-2015年中国酸奶冰淇淋产业发展趋势预测分析	335
第一节 2011-2015年中国酸奶冰淇淋产业发展前景分析	335
一、酸奶冰淇淋技术发展方向分析	335
二、我国酸奶冰淇淋未来发展趋势	336
三、酸奶冰淇淋市场未来需求特点分析	337
第二节 2011-2015年中国酸奶冰淇淋产业市场预测分析	338
一、酸奶冰淇淋产业市场供给预测分析	338
二、酸奶冰淇淋需求预测分析	339
三、酸奶冰淇淋进出口预测分析	340

第三节2011-2015年中国酸奶冰淇淋产业市场盈利预测分析340

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R07/R0704/201112/05-87906.html>