

2016-2022年中国冰激凌产业竞争现状调研及十三五投资前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国冰激凌产业竞争现状调研及十三五投资前景预测报告》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/shipin/243971243971.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国的冰激凌市场也经过了从无到有，从一家独大到竞争激烈，目前的市场更趋于多样化，企业间的竞争也更加激烈。

从市场竞争结构看基本形成了“三足鼎立”的局面。一是以和路雪、雀巢、明治为代表的外资品牌，他们约占全国25%的冰激凌市场;二是以伊利、蒙牛、天冰、红宝莱、龙凤、思念、德氏、光明等企业为代表的全国品牌，他们约占全国45%的冰激凌市场;三是由各个地方小型企业生产的产品占有了约30%的当地市场。

近几年冰激凌市场出现新产品数量是很多的，但基本上是外型上和包装上，缺少和路雪的“奇彩旋”、“千层雪”美登高的“红豆沙”雀巢的“小丸子”伊利的“苦咖啡”蒙牛的“布丁”天冰的“转转”相类似具有质变概念的产品。由于技术的进步产品的模仿十分便利，一个好卖的产品上市一周后就有多家企业的相同产品上市，模仿成了现在竞争的重要手段。

价格战已露疲态，从2015年的市场看，不少企业已不把简单的价格战看成是自己的唯一选择，廉价的产品已退出中心城市的主流，取而代之的是质量价格比更合理的产品，他们不在为了争夺一些经销商而给出更多的折让，这点从各厂年初的政策就可以看出。这可能是因为行业的利润被挤出或是随着一些企业的退出行业的竞争使竞争环境发生变化所造成的。而随着人们生活水平的提高，对环保健康的需求，冰激凌更趋向于健康天然，消费者不再选择那些含有大量添加剂和色素的产品，而是更多地开始选择那些感觉更天然的甚至具有有一点复古意味的产品。因此冰激凌设计理念已向天然，健康回归。

中国报告网发布的《2016-2022年中国冰激凌产业竞争现状调研及十三五投资前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章冰激凌行业基本概况

第一节冰激凌行业相关知识

一、冰激凌起源

二、冰激凌的历史

三、冰激凌制作工艺流程

第二节冰激凌的质量影响因素

- 一、冰激凌混合料组成的影响
- 二、冰激凌生产工艺条件的影响
- 三、冰激凌生产设备的影响

第二章国际冰激凌行业发展状况

第一节美国冰激凌行业发展状况

- 一、销售渠道
- 二、冰激凌产品
- 三、产品开发趋势及流行口味
- 四、2015年美国冰激凌发展情况

第二节日本冰激凌行业发展状况

- 一、销售渠道
- 二、产品开发趋势及流行风味
- 三、日本冰激凌企业产品特色

第三节其他国家冰激凌行业发展状况

- 一、欧洲冰激凌市场概况
- 二、韩国冰激凌市场
- 三、泰国冰激凌市场
- 四、英国冰激凌市场

第四节国际冰激凌行业发展状况

- 一、世界冰激凌市场现状
- 二、世界冰激凌产品特点
- 三、世界产品开发趋势

第三章2013-2015年冰激凌行业发展状况

第一节冷饮市场发展情况

- 一、2015年冷冻饮品产量分析
- 二、2015年冷饮价格情况
- 三、2015年中国冷饮市场展望

第二节2015年冰激凌市场的发展特点

- 一、用料的天然性
- 二、追求健康性
- 三、冰激凌的安全性
- 四、营养性

第三节2015年冰激凌行业进出口状况

- 一、2015年冰激凌行业进口状况
- 二、2015年冰激凌行业出口状况
- 第四节2015年冰激凌行业发展现状
 - 一、中国冰激凌市场的基本格局
 - 二、中国冰激凌市场特点
 - 三、2015年中国冰激凌市场发展前景
 - 四、2015年冰激凌价格分析
 - 五、2015年冰激凌业发展态势
- 第四章2015年我国冰激凌行业生产状况分析
 - 第一节2013-2015年冰激凌行业生产分析
 - 一、2013-2015年我国冰激凌供给情况
 - 二、我国冰激凌市场分布区域分析
 - 三、市场集中度分析
 - 四、2013年工业总产值前10位企业对比
 - 第二节2013-2015年冰激凌产品需求分析
 - 一、2013-2015年冰激凌需求量情况
 - 二、2013-2015年冰激凌市场规模
 - 三、2015年冰激凌市场价格变化情况
- 第五章冰激凌行业经济运行分析
 - 第一节2013-2015年行业产销情况
 - 第二节2013-2015年行业规模情况
 - 第三节2013-2015年行业盈利能力
 - 第四节2013-2015年行业经营发展能力
 - 第五节2013-2015年行业偿债能力分析
- 第六章2015年冰激凌市场消费状况
 - 第一节中国冰激凌市场分析
 - 一、中国冰激凌市场总体分析
 - 二、冰激凌市场消费特点
 - 三、冰激凌产品消费特征
 - 第二节2013-2015年中国冰激凌市场分析
 - 一、冰激凌市场独特消费分析
 - 二、高端冰激凌市场状况
 - 三、2015年冰激凌市场消费潜力
 - 第三节2015年部分城市冰激凌市场
 - 一、北京

二、上海

三、沈阳

四、烟台

五、成都

第七章2013-2015年中国冰激凌行业主要数据监测分析

第一节2013-2015年中国冰激凌行业规模分析

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2015年中国冰激凌行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节2013-2015年中国冰激凌行业产值分析

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2013-2015年中国冰激凌行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2013-2015年中国冰激凌行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要资产获利能力指标分析

第八章2015年中国冰激凌行业竞争格局对投资影响透析

第一节中国冰激凌行业波特五力分析

第二节中国冰激凌行业竞争格局分析

一、企业集中度分析

二、市场占有率分析

第三节中国冰激凌行业未来竞争态势预测

一、竞争态势预测

二、竞争态势对投资的影响

第九章2015年制糖行业发展分析

第一节2015年制糖行业发展分析

一、2015年食糖消费状况分析

二、2015年制糖行业销售情况

三、2015年我国食糖价格周期性分析

四、2015年食糖市场监测情况分析

五、2013-2015年我国食糖生产趋势

六、2013-2015年中国糖产业展望

第二节2013-2015年制糖业进出口分析

一、2013年糖和糖食进口数量和金额

二、2013年糖和糖食出口数量和金额

三、2015年我国食糖进出口分析

第十章乳制品行业发展分析

第一节2015年乳制品行业发展状况分析

一、2015年乳制品行业发展态势

二、2015年中国奶业一体化发展分析

三、2015年我国乳制品行业分析

第二节2015年乳制品行业运行状况

一、2015年乳制品产量分析

二、2015年我国乳制品出口分析

三、2015年中国乳制品品牌生存发展情况分析

第十一章冰激凌包装及机械行业发展分析

第一节冰激凌包装行业发展概况

一、冰激凌软包装的基本要求

二、冰激凌市场包装遇到的问题

三、冰激凌的包装发展现状

四、冰激凌包装的创新形式

五、冰激凌包装发展趋势

第二节2015年冰激凌机械行业发展分析

一、冰激凌机械市场发展前景

二、软冰激凌行业设备市场前景分析

第十二章冰激凌市场竞争状况

第一节2015年冰激凌市场竞争格局

一、2015年国产冰激凌场变局分析

二、中国冰激凌市场品牌竞争分析

三、2015年冰激凌市场终端竞争

四、2015年和路雪、伊利冰激凌市场竞争情况

第二节国内外冰激凌市场竞争状况

一、2015年全球最大冰激凌连锁在华发展状况

二、冰激凌巨头连锁在中国发展情况

三、土洋巨头备战冰激凌高端市场

第十三章冰激凌行业重点企业分析

第一节内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、公司概况

二、2010-2013年公司经营情况

三、伊利冷饮品牌经营策略

四、2015年公司冰激凌产品动态

第二节内蒙古蒙牛乳业集团

一、公司概况

二、2010-2013年公司经营情况

三、2015年公司动态

第三节雀巢集团

一、公司概况

二、2015年公司经营情况

三、雀巢冰激凌双品牌战略

第四节哈根达斯

一、公司概况

二、哈根达斯冰激凌客户路线

三、哈根达斯冰激凌的中国营销策略

第五节和路雪(中国)有限公司

一、公司概况

二、公司经营发展策略分析

三、2015年公司冰激凌产品动态

第六节光明乳业股份有限公司

一、公司概况

二、2010-2013年公司经营情况

三、2015年公司动态

第十四章冰激凌行业发展策略

第一节冰激凌行业发展策略

一、冰激凌行业营销分析

二、快速消费品简单营销

三、冰激凌品牌竞争与对策

四、冰激凌市场营销策划方案

五、开冰激凌店市场定位策略

六、冰激凌价格策略

七、冰激凌行业创新策略

八、功能性甜味剂用于冰激凌行业优势分析

第二节中国冰激凌行业营销策略

一、中国冰激凌发展阶段及营销变革

二、中国冰激凌行业目前营销现状

三、中国冰激凌业营销模式探索

四、未来中国冰激凌行业营销方向

第十五章2016-2022年冰激凌行业发展趋势

第一节2016-2022年冰激凌行业展望

一、2015年冰激凌市场发展前景

二、2015年冰激凌品牌发展趋势

三、2015年冰激凌集中度趋势

四、2015年冰激凌产销市场展望

五、2015年冰激凌生产趋势

六、2015年冰激凌流行口味预测

七、2015年中国冰激凌零售量规模预测

第二节2016-2022年冰激凌行业发展趋势

一、2016-2022年冰激凌需求趋势

二、2016-2022年冰激凌新原料开发趋势

三、2016-2022年冰激凌原辅料发展趋势

四、2016-2022年冰激凌消费趋势

五、2016-2022年冰激凌产品发展趋势

六、2016-2022年冰激凌产品包装发展趋势

第十六章冰激凌行业投资战略研究

第一节冰激凌投资机会分析

一、冰激凌店的投资模式

二、冰激凌市场投资机会

第二节冰激凌行业发展战略研究

一、技术开发战略

二、产业战略规划

三、业务组合战略

四、营销战略规划

五、区域战略规划

六、企业信息化战略规划

第三节2016-2022年我国冰激凌企业发展策略

第十七章冰激凌行业投资机会与风险

第一节中国冰激凌产业投资机会分析

一、投资机会分析

二、可行性研究分析

第二节冰激凌行业投资效益分析

一、2015年冰激凌行业投资状况分析

二、2015年冰激凌行业投资效益分析

三、2015年冰激凌行业投资趋势预测

四、2015年冰激凌行业投资方向

五、中国报告网咨询投资建议

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GYsyx）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shipin/243971243971.html>