

2008年中国冰淇淋市场研究咨询报告

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《2008年中国冰淇淋市场研究咨询报告》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/fangzhi/2838528385.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

【英文版价】15000元【英文电子】16000元【交付方式】EMS特快专递→内容简介虽然液态奶竞争正酣，但随着2008年夏季的来临，冰淇淋正在成为乳业市场竞争的新亮点。先是华东品牌佑康主导的冰淇淋新品发布会率先在无锡、杭州、合肥、济南、北京、东莞等城市召开，2月底蒙牛又以“2008年冰淇淋流行趋势”为主题召开了发布会，雀巢的新冰淇淋工厂也在广州开业。国内乳业竞争的加剧和成本的激增，使得利润空间较高的冰淇淋市场成了乳业巨头角逐的新战场。上世纪90年代中期，全国曾经一度出现上千个冰淇淋品牌，但是随着时间的推移，目前只剩蒙牛、伊利、佑康等十几个国产品牌在冰淇淋市场上各据一方与洋品牌博弈。随着雀巢、和路雪、哈根达斯等国外品牌增加国内市场的操作力度，竞争还将日益加剧，冰淇淋行业还将进一步整合，最终迎来几个寡头垄断竞争的格局。但究竟是国际品牌胜出，还是国产品牌胜出，目前判断还为时过早。在我国冰淇淋市场长达数十年的混战中，价格血拼、品牌造势、口味更新、渠道铺路，厂商之间的争斗异常激烈，被并购和消失的企业不计其数。雀巢、和路雪等外资品牌凭借来自国外的经验已占据市场的半壁江山。北方的蒙牛、伊利等乳业大亨利用优质的奶源为基础，凭借大张旗鼓地品牌宣传和通达的营销网络也在市场上站稳脚跟。像佑康这样的华东强势区域性品牌，也一直以精致的产品工艺为特色，精耕细作本地市场，踏踏实实修炼内功。在洋品牌和乳业巨头的夹击下，这些中小民族品牌在地方做稳做强后，也开始将目标重心投向更为广阔的全国市场，纷纷出招争锋。佑康凭借赞助国家游泳队的奥运商机一举登上全国舞台，于2008年新春在无锡、杭州、合肥、济南、北京、东莞等地高调召开新品发布会宣布进军全国市场。一向低调但实力强劲的佑康此举一出，让冰淇淋厂商颇感紧张，2008年的冰淇淋市场将会出现“佑康打破蒙牛、伊利鼎足之势”的局面，而“进军全国三甲”也是佑康冰淇淋早已定下的目标。冰淇淋产量在10年间增长了16倍，年销售量达到360万吨，据专家估计，2008年中国冰淇淋市场容量有望达到1000亿元。预计2008年产销量能突破280万吨，实现销售额340亿元以上。而目前世界最大的冰淇淋生产国是美国，年产量达800多万吨，人均40多公斤。我国近年来冷饮产量在200多万吨左右，人均2.3公斤左右，离发达国家相距甚远，市场前景依然可观。本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、国家商务部、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国乳品工业协会、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志提供的基础信息以及冰淇淋专业研究单位公布的大量资料，对国内外冰淇淋行业发展状况，我国冰淇淋行业目前的竞争状况、成长性，发展趋势、行业重点地区、主要企业的发展状况，中国冰淇淋行业所面临的机遇与冲击等进行了分析。报告还重点探寻了冰淇淋行业的市场需求状况，企业竞争状况，行业发展趋势，以及企业应当采取的发展策略，是冰淇淋生产、批发、零售企业等准确了解目前冰淇淋行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的专业性报告。

目 录CONTENTS第一部分 国内外行业发展概况第一章 冰淇淋行业基本概况

1第一节	冰淇淋行业相关知识	1一、冰淇淋起源	1二、冰淇淋历史
2三、冰淇淋制作工艺	4第二节	国内外冰淇淋发展概况	8一、国外发展情况
8二、国内发展情况	9第三节	冰淇淋质量影响因素	10一、冰淇淋混合料组成的影响
10二、冰淇淋生产工艺条件的影响	12三、冰淇淋生产设备的影响	15第二章	
国际冰淇淋行业发展状况	18第一节	美国冰淇淋行业发展状况	18一、销量
18二、销售渠道	18三、冰淇淋市场格局	18四、冰淇淋产品	19五、产品开发趋势及流行风味
20第二节			
日本冰淇淋行业发展状况	21一、市场状况	21二、销售渠道	
22三、产品开发趋势及流行风味	22四、冰淇淋专用酱油畅销日本	22第三节	
韩国冰淇淋行业发展状况	23一、销售渠道	23二、市场格局	24三、产品开发趋势
24四、产品流行风味	25第四节	其他国家冰淇淋行业发展状况	
25一、西欧冰淇淋行业发展状况	25二、泰国冰淇淋市场	27三、欧洲冰淇淋市场概况	
28四、欧洲冰淇淋市场细分和产品定位策略	29第五节	国际冰淇淋行业发展状况	
31一、世界冰淇淋市场现状	31二、世界新奇冰淇淋	34三、世界冰淇淋产品特点	
35四、世界冰淇淋产品开发趋势	36第二部分	相关行业发展状况分析	第三章
冰淇淋行业发展环境分析	37第一节	我国宏观经济发展分析	
37一、2007年国民经济发展状况	37二、2008年1季度国民经济运行状况		
41三、2008年1季度国民经济运行分析	58四、2008年1季度国家外汇储备情况	62第二节	
2007-2008年制糖行业发展分析	72一、2007年白糖行业运行情况		
73二、2007-2008年白糖行业国际影响因素分析			
74三、2007-2008年白糖行业国内影响因素分析	81第三节		
2007-2008年乳制品行业发展分析	89一、2007-2008年中国乳品市场剖析		
89二、奶价对行业发展影响分析	93三、2008-2010年中国乳制品行业发展趋势	95第四节	
2007-2008年冰淇淋包装行业发展分析	97一、冰淇淋新包装应对原料涨价情况		
97二、冰淇淋市场包装及问题分析	102三、冰淇淋包装发展契机		
104四、未来冰淇淋外形及包装趋势	109第三部分	行业发展状况分析	第四章
冰淇淋行业发展状况	111第一节	冰淇淋行业发展状况分析	
111一、中国冰淇淋行业发展状况	111二、冰淇淋行业特点		
117三、软冰淇淋行业高性能国产成型设备需求分析	119四、冬季冰淇淋行业发展分析		
121五、冰淇淋行业QS认证强制标准	121第二节	2008年冰淇淋行业发展现状	
122一、2008年牛奶对冰淇淋行业影响分析	122二、2008年我国冰淇淋行业发展状况		
123三、冰淇淋巨头连锁在中国发展情况	125四、冰淇淋流行产品分析		
129五、2008年冰淇淋对乳品行业影响分析	130六、我国冷饮消费升级情况	132第五章	
冰淇淋市场发展状况	135第一节	中国冰淇淋市场分析	135一、中国冰淇淋市场总体分析
135二、冰淇淋市场总体特征	138三、冰淇淋市场主要特点	138四、冰淇淋产品消费特征	
140第二节	2008-2009年中国冰淇淋市场分析	141一、冰淇淋市场独特消费分析	

141二、冰淇淋市场消费状况	141三、高端冰淇淋市场状况
142四、2008-2009年冰淇淋市场机遇分析	144五、2008年冰淇淋市场价格状况
147第三节 各地冰淇淋市场	147一、内蒙古 147二、郑州 149三、广州 151四、西安 153五、成都 154六、武汉 163七、海口 167八、兰州 168九、北京 169十、天津 178十一、上海
179第四部分 行业竞争状况分析第六章 冰淇淋市场竞争状况	189第一节 冰淇淋市场竞争格局
189二、我国冰淇淋市场竞争侧重点分析	189一、2008年冰淇淋市场竞争格局
191四、冰淇淋市场竞争分析	190三、冰淇淋市场洗牌分析
193五、2007-2008年我国冰淇淋品牌竞争情况	196六、2008年中国冰淇淋市场洗牌情况
200第二节 冰淇淋市场竞争状况	203一、冰淇淋低端市场竞争状况
203二、冰淇淋中高端市场竞争状况	204三、冰淇淋高端市场竞争状况
206四、土洋巨头备战冰淇淋高端市场	207第三节 国内外冰淇淋企业在华发展动态
209一、凯菲冰淇淋蛋糕市场攻略	209二、赫里特斯冰淇淋
213三、2008年欢乐雪公司发展动向	216四、美国开心哈利
217五、意大利JLD冰淇淋	218六、怡特浓公司
222七、黑冰客冰淇淋	224八、新城市冰淇淋
225九、萨伦冰淇淋	226十、东方?斯贝拉餐饮管理(北京)有限公司
227第七章 冰淇淋行业重点企业分析	229第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
229一、集团简介	229二、2007-2008年公司财务状况
231三、2008年伊利冰淇淋战略	236四、伊利冷饮品牌经营策略
237五、2008年伊利冰淇淋动态	244第二节 蒙牛乳业集团
245一、集团简介	245二、公司经营策略
245三、2008年公司冰淇淋战略	249四、2008年公司冰淇淋动态
251第三节 雀巢集团	253一、集团简介
253二、雀巢冰淇淋双品牌战略	255三、2008年雀巢冰淇淋动态
256第四节 哈根达斯	256一、哈根达斯简介
256二、哈根达斯冰淇淋客户路线	267三、哈根达斯冰淇淋营销中国市场策略
272四、哈根达斯品牌经营策略	276五、2008年公司动态
279第五节 和路雪(中国)有限公司	285一、公司简介
285二、公司产品	286三、公司经营发展策略分析
287第六节 光明乳业股份有限公司	292一、公司简介
292二、2009年公司冰淇淋规划	293三、2007-2008年公司财务状况
296第七节 北京三元食品股份有限公司	300一、公司简介
300二、三元冰淇淋	301三、2007-2008年公司财务状况
302第五部分 行业发展策略及趋势分析第八章 冰淇淋行业发展策略及趋势	307第一节 冰淇淋行业发展策略
307一、冰淇淋行业营销分析	307二、快速消费品简单营销
308三、冰淇淋品牌竞争与对策	311四、冰淇淋市场营销策划方案
312五、冰淇淋店市场定位策略	322六、冰淇淋价格策略
323七、冰淇淋行业创新策略	325八、功能性甜味剂用于冰淇淋行业优势分析
332第二节 2008-2009年冰淇淋行业发展趋势	334一、国内冰淇淋市场前景
334二、冰淇淋行业创新趋势分析	335三、功能性冰淇淋市场发展趋势
336四、冰淇淋未来发展新趋势	340五、未来冰淇淋新挑战新机遇

- 341六、冰淇淋行业发展趋势剖析
- 347七、冰淇淋行业发展趋势
- 349八、冰淇淋行业发展前景
- 351图表目录图表：通过购买意图细分冰淇淋消费者
- 30图表：2005-2007年国内生产总值季度环比图
- 37图表：2007年1-12月份CPI涨幅
- 40图表：2007年经济核心数据及政策
- 40图表：2008年1月份居民消费价格指数变化
- 41图表：2008年1月份国民经济运行情况
- 42图表：2008年1月份居民消费价格总水平
- 43图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化
- 46图表：2008年2月国民经济运行情况
- 47图表：2008年2月份居民消费价格总水平
- 48图表：2008年2月我国经济及政策状况
- 49图表：2006-2008年1月我国贷款状况
- 50图表：2008年2月末广义货币供应量走势图
- 50图表：2008年2月份全国房屋价格指数
- 51图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图
- 51图表：2008年2月工业品出厂价格环比图
- 52图表：2007-2008年2月我国CPI走势图
- 52图表：中国CPI各类产品和服务比重
- 53图表：美国CPI各类产品和服务比重
- 53图表：2008年1季度中国GDP数据
- 54图表：2008年1季度中国CPI数据
- 54图表：2008年1季度中国房价数据
- 55图表：2008年1季度中国PPI数据
- 55图表：2008年1季度中国固定资产投资数据
- 55图表：2008年1季度中国就业数据
- 55图表：2008年1季度中国居民收入数据
- 55图表：2008年1季度中国金融数据
- 55图表：2008年1季度中国外汇储备数据
- 55图表：2008年1季度中国贸易顺差数据
- 56图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图
- 56图表：2008年3月全国物价指数走势图
- 56图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查
- 57图表：2008年央行加息次数调查
- 57图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查
- 57图表：2008年1月物价动向调查
- 57图表：CPI上涨投资动向调查
- 58图表：CPI上涨消费动向调查
- 58图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差
- 59图表：工业增加值三个月环比增速
- 59图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅
- 60图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额占比图
- 60图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图
- 61图表：2008年1季度准M2三个月环比增速
- 61图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表(按部门分类)
- 63图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表
- 64图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表(按部门分类)
- 65图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表
- 66图表：2008年3月金融机构外汇信贷收支表
- 67图表：2008年3月其他商业银行人民币信贷收支表
- 68图表：2008年3月货币供应量统计表
- 69图表：2008年3月汇率、黄金和外汇储备报表
- 70图表：2007-2008年1月货币供应量走势图
- 70图表：2007-2008年3月货币供应量表
- 71图表：金融机构人民币存贷款基准利率调整表
- 71图表：2002-2008年巴西VHP原糖与乙醇价格比较

75图表：2005-2008年巴西食糖出口进度 76图表：2007-2008年全球食糖供需平衡表

78图表：2007-2008年全球库存消费比与ISA价格比较

79图表：2007-2008年各糖业机构对全球供求平衡的调整

79图表：2008年1季度指数基金在ICE原糖市场净持仓与收盘价

80图表：2007-2008年3月我国白糖净进口量

85图表：2007-2008年3月我国白糖销量与总产量

86图表：2007-2008年3月我国白糖销量与总产量

86图表：2007年4季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成

231图表：2007年4季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司人员构成

232图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司投资收益分析

233图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构

233图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力分析

233图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力分析

234图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析

234图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析

234图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析

234图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入

235图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务利润

235图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业利润

235图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额

236图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润

236图表：2007年4季度光明乳业股份有限公司主营构成

296图表：2007年4季度光明乳业股份有限公司人员构成

297图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司投资收益分析

297图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司资本结构

297图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司获利能力分析

298图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司经营能力分析

298图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司偿债能力分析

298图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司发展能力分析

298图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司现金流量分析

299图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司主营业务收入

299图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司主营业务利润

299图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司营业利润

299图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司利润总额

300图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司净利润

300图表：2007年4季度北京三元食品股份有限公司主营构成

302图表：2007年4季度北京三元食品股份有限公司人员构成

302图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司投资收益分析

303图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司资本结构

303图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司获利能力分析

303图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司经营能力分析

304图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司偿债能力分析

304图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司发展能力分析

304图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司现金流量分析

304图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司主营业务收入

305图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司主营业务利润

305图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司营业利润

305图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司利润总额

306图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司净利润 306

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2838528385.html>