

2018-2023年中国冰淇淋市 场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国冰淇淋市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/K24775MZ7Q.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2018-01-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国冰淇淋市场分析与投资前景研究报告》介绍了冰淇淋行业相关概述、中国冰淇淋产业运行环境、分析了中国冰淇淋行业的现状、中国冰淇淋行业竞争格局、对中国冰淇淋行业做了重点企业经营状况分析及中国冰淇淋产业发展前景与投资预测。您若想对冰淇淋产业有个系统的了解或者想投资冰淇淋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着冰淇淋行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的冰淇淋企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 冰淇淋行业的基本介绍 1

第一节 行业界定 1

一、行业定义 1

二、范围界定 2

第二节 行业经济指标分析 4

一、赢利性 4

二、附加值的提升空间 4

三、进入壁垒／退出机制 5

四、行业周期 6

第二章 中国冰淇淋行业竞争环境分析 7

第一节 政策环境分析 7

一、冰激凌产业相关政策颁布状况分析 7

二、产业生产标准分析 11

第二节 经济环境分析 12

一、中国经济运行现状 12

二、中国国民收入情况 15

三、中国经济发展趋势 16

第三节 社会环境分析 16

一、居民收入消费水平 16

二、中国工业发展水平 17

三、中国人口规模现状 17

第四节 技术环境分析 19

第三章 世界冰淇淋产业竞争格局及经验借鉴 28

第一节 国际冰淇淋产业的发展 28

一、世界冰淇淋产业发展综述 28

二、全球冰淇淋产业竞争格局 29

三、全球冰淇淋产业发展特点 31

第二节 主要国家地区冰淇淋产业发展分析 33

一、欧洲 33

二、亚洲 35

三、北美 36

四、其它国家和地区 37

第三节 2018-2024年世界冰淇淋产业竞争趋势及前景分析 38

一、冰淇淋技术发展及趋势分析 38

二、冰淇淋产业发展趋势分析 39

三、冰淇淋产业竞争趋势分析 40

第二部分 行业发展分析

第四章 中国冰淇淋市场发展现状综合分析 41

第一节 中国冰淇淋市场产品销售情况分析 41

一、经营现状分析	41
二、主要经营区域分析	41
第二节 行业容量分析及预测	42
一、市场容量现状	42
二、未来容量趋势预测	44
第三节 需求分析及预测	45
一、需求总量分析	45
二、需求结构变化分析	46
三、2018-2024年需求预测	47
第四节 市场调研及预测	48
一、供给分析及预测	48
二、价格变化分析及预测	49
第五节 冰淇淋市场发展驱动因素分析	50
一、支援与相关产业	50
二、政策扶持	51
三、需求因素	52
第六节 冰淇淋生产集中度分析	53
一、冰淇淋产品企业集中度分析	53
二、冰淇淋产品生产地区集中度分析	54

第五章 中国冰淇淋行业经营状况分析 55

第一节 行业经营效益分析	55
第二节 行业盈利能力分析	55
第三节 行业营运能力分析	57
第四节 行业偿债能力分析	58

第三部分 竞争格局分析

第六章 中国冰淇淋行业分区域竞争格局分析 59

第一节 2013-2017年中国冰淇淋行业市场规模分析	59
第二节 中国冰淇淋区域市场规模分析	60
一、东北地区市场规模分析	60
二、华北地区市场规模分析	64

- 三、华东地区市场规模分析 65
- 四、华中地区市场规模分析 66
- 五、华南地区市场规模分析 67
- 六、西部地区市场规模分析 68

第七章 中国冰淇淋市场品牌构成 69

第一节 中国冰淇淋市场主要品牌分析 69

一、国外主要企业品牌分析 69

第二节 国内主要品牌分析 71

一、品牌所占份额 71

二、主要品牌经验分析 71

第八章 冰淇淋行业市场竞争格局分析 73

第一节 冰淇淋行业企业竞争整体状况 73

第二节 冰淇淋行业企业竞争特点分析 73

第三节 企业构成及区域分布分析 76

第四节 冰淇淋行业市场集中度分析 77

第九章 冰淇淋行业竞争结构分析 78

第一节 “波特五力模型”介绍 78

第二节 中国市场竞争结构 79

一、行业内现有企业的竞争 79

二、新进入者的威胁 82

三、替代品的威胁 84

四、供应商的讨价还价能力 86

五、购买者的讨价还价能力 88

第十章 冰淇淋企业产品调查 91

第一节 行业重点企业产品核心竞争力 91

第二节 企业产品策略分析 92

一、新产品开发策略 92

二、产品组合优化策略 93

三、产品品牌策略 94

四、产品包装策略 95

第十一章 冰淇淋企业技术研发调查 97

第一节 行业重点企业技术研发组织架构 97

第二节 行业重点企业新产品开发周期与人员投入 99

第三节 行业重点企业研发投入和主要成果 99

第四节 2018-2024年行业重点企业研发计划 100

第十二章 冰淇淋企业生产状况调查 101

第一节 行业重点企业生产能力调查 101

一、设施配置及基本规模 101

二、企业产品质量体系 101

第二节 行业重点企业生产成本调查 102

第三节 行业重点企业投资项目与技术改造 102

第十三章 冰淇淋企业营销调查 103

第一节 行业重点企业产品营销模式调查 103

一、直销式 103

二、O2O经营模式 103

第二节 行业重点企业产品销售渠道调查 104

一、企业产品销售渠道架构及规模 104

二、各营销渠道销售份额对比 105

三、营销渠道建设规划 105

第三节 行业重点企业下游典型客户调查 106

一、客户分类规模 106

二、客户需求特点 106

第四节 行业重点企业产品销售价格调查 107

第十四章 冰淇淋企业综合评价 109

第一节 企业综合竞争力评价 109

第二节 企业价值评估 111

第三节 企业存在问题分析 113

第四节 与企业相关的投资机会 114

一、合作投资机会 114

二、并购机会 115

第五节 行业企业排名 120

第十五章 国内冰淇淋业标杆企业竞争力分析 121

第一节 哈根达斯 121

一、企业概况 121

二、企业主要经济指标分析 122

三、企业盈利能力分析 124

四、企业偿债能力分析 124

五、企业运营能力分析 124

六、企业成长能力分析 125

第二节 DQ 125

一、企业概况 125

二、企业主要经济指标分析 126

三、企业盈利能力分析 126

四、企业偿债能力分析 127

五、企业运营能力分析 128

六、企业成长能力分析 130

第三节 和路雪 130

一、企业概况 130

二、企业主要经济指标分析 131

三、企业盈利能力分析 132

四、企业偿债能力分析 132

五、企业运营能力分析 133

六、企业成长能力分析 135

第四节 八喜 136

一、企业概况 136

二、企业主要经济指标分析 137

三、企业盈利能力分析 137

四、企业偿债能力分析 138

五、企业运营能力分析 139

六、企业成长能力分析 142

第五节 蒙牛 144

一、企业概况 144

二、企业主要经济指标分析 144

三、企业盈利能力分析 144

四、企业偿债能力分析 145

五、企业运营能力分析 145

六、企业成长能力分析 145

第六节 伊利 146

一、企业概况 146

二、企业主要经济指标分析 146

三、企业盈利能力分析 148

四、企业偿债能力分析 149

五、企业运营能力分析 150

六、企业成长能力分析 150

第七节 雀巢冰激凌 151

一、企业概况 151

二、企业主要经济指标分析 152

三、企业盈利能力分析 152

四、企业偿债能力分析 154

五、企业运营能力分析 154

六、企业成长能力分析 155

第四部分 企业投资前景

第十六章 2018-2024年中国冰淇淋企业产销模式渠道竞争力提升对策 157

第一节 冰淇淋行业企业经营发展分析及建议 157

一、冰淇淋行业经营模式 157

第二节 行业主要销售渠道与策略 158

一、行业产品存在的主要问题 158

二、行业产品销售渠道发展趋势与策略 161

- 第三节 冰淇淋行业营销模式分析及建议 162
 - 一、冰淇淋行业营销模式 162
 - 二、冰淇淋行业营销策略 163
- 第四节 中国冰淇淋市场销售品牌研究 168
 - 一、区域热卖品牌 168
 - 二、龙头企业动态 169
- 第五节 中国冰淇淋市场标杆企业销售模式分析 169
 - 一、国外品牌企业 169
 - 二、国内龙头企业 171
- 第六节 影响中国冰淇淋目标市场策略因素分析 174
 - 一、产品及市场特点 174
 - 二、竞争者策略选择 174
- 第七节 中国冰淇淋目标市场营销策略 175
 - 一、无差别性市场营销策略 175
 - 二、差别性市场营销策略 176
 - 三、集中性市场营销策略 180

- 第十七章 2018-2024年中国冰淇淋行业企业营销策略建议 181
 - 第一节 冰淇淋产品生命周期策略 181
 - 一、冰淇淋产品生命周期研究 181
 - 二、冰淇淋产品生命周期营销策略 185
 - 第二节 冰淇淋新产品定位策略 186
 - 一、冰淇淋新产品开发策略 186
 - 二、冰淇淋新产品定位策略 186
 - 第三节 冰淇淋产品价格策略研究 187
 - 一、冰淇淋产品定价程序研究 187
 - 二、冰淇淋产品定价策略 188
 - 第四节 专家策略建议 188
 - 一、冰淇淋产品策略应用要点及注意事项 188
 - 二、冰淇淋产品策略建议 189

图表：2013-2017年我国冰淇淋市场规模及增长分析	42
图表：2018-2024年我国冰淇淋市场规模及增长预测	44
图表：2013-2017年我国冰淇淋需求及增长分析	45
图表：2018-2024年我国冰淇淋需求及增长预测	47
图表：2013-2017年我国冰淇淋生产规模及增长分析	48
图表：2018-2024年我国冰淇淋产量及增长预测	49
图表：2014年我国冰淇淋市场结构分析	54
图表：2013-2017年冰淇淋行业销售收入	55
图表：2013-2017年中国冰激凌行业利润总额分析	56
图表：2013-2017年冰淇淋行业资产规模及增长率	57
图表：2013-2017年冰淇淋行业销售成本分析	58
图表：2013-2017年冰淇淋行业费用分析	58
图表：2013-2017年我国东北地区冰淇淋市场规模分析	60
图表：2013-2017年我国华北地区冰淇淋市场规模分析	64
图表：2013-2017年我国华东地区冰淇淋市场规模分析	65
图表：2013-2017年我国华中地区冰淇淋市场规模分析	66
图表：2013-2017年我国华南地区冰淇淋市场规模分析	67
图表：2013-2017年我国西部地区冰淇淋市场规模分析	68
图表：2013-2017年中国冰淇淋行业企业数量增长	76
图表：波特的五力模型	78
图表：伊利冰淇淋生产成本分析	102
图表：伊利冰淇淋在建工程情况	102
图表：2015年冰淇淋行业品牌排名	120
图表：2012-2017年蒙牛乳业（集团）股份有限公司盈利能力分析	144
图表：2014-2017年蒙牛企业资产负债表	145
图表：蒙牛乳业（集团）股份有限公司运营能力分析	145
图表：2015年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成分析	147
图表：2014-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析	148
图表：2014-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析	149
图表：2014-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析	150
图表：2014-2017年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力分析	150
图表：雀巢冰激凌产品分析	151

图表：冰淇淋北京区域热卖品牌 168

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/K24775MZ7Q.html>