

2020-2026年中国冰淇淋市 场现状调查及投资策略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国冰淇淋市场现状调查及投资策略研究报告》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.cction.com/report/201910/143662.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

近年来，我国冷冻饮品及食用冰制造行业实现了快速增长。2011年，我国冷冻饮品及食用冰制造行业销售收入仅80亿元；至2017年，行业销售收入增长至459.86亿元，年均复合增长率高达33.84%。2011-2017年，中国冷冻饮品及食用冰制造行业利润总额呈现波动增长的态势。2016年，行业利润总额达28.15亿元，创近年来的盈利峰值；2017年，冷冻饮品及食用冰制造行业利润总额为27.56亿元。

我国冰激凌的快速发展，则是从上世纪90年代初开始的。民营企业扩大发展、外资品牌进驻中国，推动国内冰淇淋消费快速增长。但是，在相当长的一段时间里，受限于国民收入水平、消费习惯等因素印象，冰淇淋消费在国内还是季节性的功能性消费，外形、口味、价格段相对较少。20世纪以来，随着城市人口快速增长，人均消费能力不断提升，西方发达国家的消费理念和模式在大中城市中广泛传播，伴随而来的是国内冰淇淋消费的迅猛增长。

2014年，中国冰淇淋市场规模达114亿美元（约合人民币708亿元），销量占全球三分之一，超越美国（112亿美元），跃居全球最大的冰淇淋市场。2017年，中国冰淇淋市场规模高达1110亿元，同比增长15.6%。预计到2021年，中国冰淇淋市场规模有望达到1641亿元。

报告目录

第一章 冰激凌行业发展概述

第一节 行业界定

一、冰激凌行业定义及分类

二、冰激凌行业经济特性

三、冰激凌行业产业链简介

第二节 冰激凌行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 冰激凌行业相关产业动态

第二章 国内冰激凌行业品牌产品市场规模分析

第一节 2015-2019年冰激凌市场规模分析

第二节 我国冰激凌区域结构分析

第三节 冰激凌区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节2020-2026年冰激凌市场规模预测

第三章2015-2019年我国冰激凌行业发展现状分析

第一节我国冰激凌行业发展现状

一、冰激凌行业品牌发展现状

二、冰激凌行业需求市场现状

三、冰激凌市场需求层次分析

四、我国冰激凌市场走向分析

第二节中国冰激凌产品技术分析

一、2015-2019年冰激凌产品技术变化特点

二、2015-2019年冰激凌产品市场的新技术

三、2015-2019年冰激凌产品市场现状分析

第三节中国冰激凌行业存在的问题

一、冰激凌产品市场存在的主要问题

二、国内冰激凌产品市场的三大瓶颈

三、冰激凌产品市场遭遇的规模难题

第四节对中国冰激凌市场的分析及思考

一、冰激凌市场特点

二、冰激凌市场分析

三、冰激凌市场变化的方向

四、中国冰激凌行业发展的新思路

五、对中国冰激凌行业发展的思考

第四章2015-2019年国内冰激凌行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节冰激凌产量统计分析

第二节冰激凌历年消费量统计分析

第三节国内冰激凌行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 冰激凌产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 冰激凌产品的品牌市场调查

- 一、消费者对冰激凌品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对冰激凌产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对冰激凌品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、冰激凌品牌忠诚度调查
- 六、冰激凌品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第五章 国内冰激凌行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

- 一、供需渠道定义
- 二、供需渠道格局
- 三、供需渠道形式
- 四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对冰激凌行业品牌发展的重要性

第三节 冰激凌行业销售渠道的重要环节分析

- 一、批发商
- 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）
- 三、代理商

第四节 中国冰激凌行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

- 一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 国内冰激凌行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第六章 国内冰激凌行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2019年国内冰激凌行业进出口量分析

一、国内冰激凌行业进口分析

二、国内冰激凌行业出口分析

第二节 2020-2026年国内冰激凌行业进出口市场预测分析

一、2020-2026年国内冰激凌行业进口预测

二、2020-2026年国内冰激凌行业出口预测

第七章 冰激凌国内重点生产厂家分析

第一节A公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节B公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节C公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节D公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节E公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节F公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第八章 国内冰激凌行业品牌竞争格局分析

第一节 冰激凌行业历史竞争格局概况

一、冰激凌行业集中度分析

二、冰激凌行业竞争程度分析

第二节 冰激凌行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节 2020-2026年国内冰激凌行业品牌竞争格局展望

第九章 2020-2026年国内冰激凌行业品牌发展预测

第一节 2020-2026年冰激凌行业品牌市场财务数据预测

一、2020-2026年冰激凌行业品牌市场规模预测

二、2020-2026年冰激凌行业总产值预测

三、2020-2026年冰激凌行业利润总额预测

四、2020-2026年冰激凌行业总资产预测

第二节 2020-2026年冰激凌行业供需预测

一、2020-2026年冰激凌产量预测

二、2020-2026年冰激凌需求预测

三、2020-2026年冰激凌供需平衡预测

五、2020-2026年主要冰激凌产品进出口预测

第三节 2020-2026年冰激凌行业投资机会

一、2020-2026年冰激凌行业主要领域投资机会

二、2020-2026年冰激凌行业出口市场投资机会

三、2020-2026年冰激凌行业企业的多元化投资机会

第四节 影响冰激凌行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响冰激凌行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响冰激凌行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响冰激凌行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国冰激凌行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国冰激凌行业发展面临的机遇分析

第五节 2020-2026年冰激凌行业投资风险及控制策略分析

一、冰激凌行业市场风险及控制策略

- 二、冰激凌行业政策风险及控制策略
- 三、冰激凌行业经营风险及控制策略
- 四、冰激凌行业技术风险及控制策略
- 五、冰激凌行业同业竞争风险及控制策略
- 六、冰激凌行业其他风险及控制策略

第十章2020-2026年国内冰激凌行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节 冰激凌行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析
- 四、技术发展环境分析

第三节 冰激凌行业投资价值分析

- 一、2015-2019年冰激凌市场趋势总结
- 二、2020-2026年冰激凌发展趋势分析
- 三、2020-2026年冰激凌市场发展空间
- 四、2020-2026年冰激凌产业政策趋向
- 五、2020-2026年冰激凌技术革新趋势
- 六、2020-2026年冰激凌价格走势分析

第四节 冰激凌行业投资风险分析

- 一、宏观调控风险
- 二、行业竞争风险
- 三、供需波动风险
- 四、技术创新风险
- 五、经营管理风险
- 六、其他风险

第五节 冰激凌行业投资策略分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析
- 三、项目投资建议

第十一章 业内对国内冰激凌行业总结及企业经营战略建议

第一节 冰激凌行业问题总结

第二节 2020-2026年冰激凌行业企业的标杆管理

- 一、国内企业的经验借鉴
- 二、国外企业的经验借鉴

第三节 2020-2026年冰激凌行业企业的资本运作模式

- 一、冰激凌行业企业国内资本市场的运作建议
- 二、冰激凌行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2020-2026年冰激凌行业企业营销模式建议

- 一、冰激凌行业企业的国内营销模式建议
- 二、冰激凌行业企业海外营销模式建议

第五节 冰激凌市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略

图表目录

图表：冰激凌业生命周期

图表：冰激凌业从业人数

图表：2016-2019年全球冰激凌业市场规模

图表：2016-2019年中国冰激凌业市场规模

图表：2016-2019年冰激凌业重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国冰激凌市场占全球份额比较

图表：2016-2019年冰激凌业工业总产值

图表：2016-2019年冰激凌业销售收入

图表：2016-2019年冰激凌业利润总额

图表：2016-2019年冰激凌业资产总计

图表：2016-2019年冰激凌业负债总计

图表：2020-2026年冰激凌业竞争力预测

图表：2020-2026年冰激凌市场价格走势预测

图表：2020-2026年冰激凌业主营业务收入预测

图表：2020-2026年冰激凌业主营业务成本预测

图表：2020-2026年冰激凌业销售费用预测

图表：2020-2026年冰激凌业管理费用预测

图表：2020-2026年冰激凌业财务费用预测

图表：2020-2026年冰激凌业销售毛利率预测

图表：2020-2026年冰激凌业销售利润率预测

图表：2020-2026年冰激凌业成本费用利润率预测

图表：2020-2026年冰激凌业总资产利润率预测

图表：2014-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2014-2019年居民消费价格涨跌幅度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/143662.html>