



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国甜品市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国甜品市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/284848.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

甜品，是一个很广的概念，大致分为甜味点心和广式的糖水。甜品，一般不会被当作正餐，通常作为下午茶的小食。

甜食，是治疗抑郁、放松心情的灵丹妙药，大多人在犒劳自己的时候喜欢来一点甜的，忘记减肥、忘记塑身、忘记那些好看但绷着身体的华丽衣服。一般来说，喜欢吃甜食的人，脾气都不坏，她们的坏情绪可以被巧克力、蛋糕、布丁、奶酪等一切甜美的食物代谢殆尽。即便如才女张爱玲也对冰淇淋、蛋糕等甜品"爱不释口"，尤其喜欢老上海凯司令的"栗子蛋糕"和"处女冰淇淋"。

其实女人和甜品有着诸多共同点。首先两者都有吸引人的外观，或精致，或秀美，所谓秀色可餐。其次两者的内在都细腻、柔软。有时女人会用看似冰冷的外表保护自己，其实内心如水，就像巧克力蛋糕，外面是一层坚硬的壳，但里面却是绵密的奶油，极易被热情融化。所以，懂得欣赏甜品的男士必定也会懂得欣赏女人；要让心爱的她感到甜蜜，就为她准备一道特别的甜品吧！

功效

自古以来，中国人的饮食之道讲究养生，保健，滋补。特别是女生，饭后来一杯甜品，一碗甜汤，它们不含咖啡因、不含人工色素、不含食用香精等。让您里里外外都能健康美丽。

在广东，大街小巷，甜品店满目皆是，足见人们对甜食的偏爱。

在高温的夏季，酷暑吞噬着城市的每一个角落，人们走在街头通常想到的是找一家店，能喝上一杯让身心舒畅的冰凉饮品。平衡一下身体的热气，那该是多美妙的享受。

在冬季，热食滋补甜品、手工磨糊、牛奶炖品、处女冰淇淋、精选奶制甜品等让喜欢甜食的人们在寒冷的冬天也能品尝到可口的甜品。

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家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。

报告目录：

第一章 中国甜品产品品牌市场实地调研

第一节 中国甜品产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、甜品产品品牌平均价格趋势分析

三、中国甜品产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国甜品产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对甜品产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对甜品产品品牌价格的影响

第三节 中国甜品产品品牌市场消费状况分析

一、中国甜品产品品牌市场消费结构

二、中国甜品产品品牌市场消费特点

三、影响中国甜品产品品牌市场消费因素

第二章 中国甜品产品品牌市场结构调研

第一节 中国甜品市场主要品牌发展分析

一、中国甜品市场主要品牌所占市场份额

二、中国甜品市场各品牌新动向监测

第二节 中国甜品市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国甜品市场品牌发展新特色分析

第三章 中国甜品行业供需预测与发展趋势

第二节 2012-2015年中国甜品行业未来发展趋势研究

第二节 2012-2015年甜品行业市场供需状况分析

一、供给能力分析

二、市场需求分析

三、进出口形势分析

第三节 2012-2015年甜品行业总资产分析

第四节 2012-2015年甜品行业工业总产值分析

第五节 2017-2022年甜品行业销售收入预测

第六节 2017-2022年中国甜品行业盈利能力预测

第四章 中国甜品行业区域市场需求状况预测

第一节 华北地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第二节东北地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第三节华东地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第四节华南地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第五节华中地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第六节西南地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第七节西北地区甜品市场需求分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况

四、发展前景预测

第五章 中国甜品行业需求用户调研结果

第一节甜品行业用户认知程度分析

一、不同收入用户认知程度分析

二、不同年龄用户认知程度分析

三、不同地区用户认知程度分析

四、不同学历用户认知程度分析

第二节中国甜品行业用户需求特点

一、不同收入用户需求特点分析

二、不同年龄用户需求特点分析

三、不同地区用户需求特点分析

四、不同学历用户需求特点分析

第六章 中国甜品产品品牌上游市场调查情况

第一节 中国甜品产品原材料生产情况调查

第二节 中国甜品产品原材料价格走势调查

第三节 上游行业对甜品产业行业的影

第七章 中国甜品产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第二节 加盟店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第三节 连锁店

一、畅销产品品牌调查分析

二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第八章 中国甜品产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 中国甜品产品品牌销售渠道模式研究

一、中国甜品产品品牌渠道销售现状调查

二、中国甜品产品品牌营销渠道调研

三、中国甜品产品品牌渠道发展机遇

四、中国甜品产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 中国甜品产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 中国甜品产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 中国甜品产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、甜品产品品牌营销的发展之道

三、中国甜品品牌市场营销渠道探讨

第九章 中国甜品行业竞争力与发展态势研究

第一节 中国甜品行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 中国甜品企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 中国甜品行业竞争力分析

一、甜品行业竞争分析

二、中外甜品产品竞争力比较分析

三、中国甜品市场竞争格局分析

四、2017-2022年国内主要甜品企业动向研究

第三节 2017-2022年中国甜品行业竞争态势展望

第十章 中国甜品行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 品牌B

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 品牌C

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 品牌D

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 品牌E

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十一章 2017-2022年中国甜品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国甜品行业SWOT模型分析

第二节 中国甜品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2017-2022年中国甜品行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国甜品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析(AK-GS)

第五节 华经视点专家投资观点及建议

图表目录：(部分)

图表 2012-2015年中国甜品市场主要品牌所占市场份额统计

图表 2012-2015年中国甜品市场各品牌新动向监测数据

图表 2012-2015年中国甜品市场品牌排名调查情况

图表 2012-2015年中国甜品品牌按照销售额排名

图表 2012-2015年中国甜品品牌按市场份额排名

图表 2012-2015年中国甜品品牌按品牌知名度排名

图表 2012-2015年中国甜品品牌按消费者认可度排名

图表：2012-2015年中国甜品行业市场规模调研

图表：2012-2015年全球甜品行业市场规模调研

图表：2012-2015年中国甜品重要数据指标比较

图表：2012-2015年中国甜品行业销售数据统计

图表：2012-2015年中国甜品行业利润走势表

图表：2012-2015年中国甜品行业资产数据情况

图表：2012-2015年中国甜品行业进口数据统计

图表：2012-2015年中国甜品行业出口数据统计

图表：2012-2015年中国甜品品牌竞争力前十名排名

图表：2012-2015年中国甜品品牌发展潜力前十名排名

图表：中国消费者收入水平调查

图表：2012-2015年中国消费者信心指数数据

图表：2012-2015年中国甜品市场的消费需求变化

图表：2012-2015年中国甜品行业的需求情况分析

图表：2012-2015年甜品品牌市场消费需求分析

图表：2012-2015年中国甜品产品行业消费特点

图表：2012-2015年中国甜品产品消费者实地调查数据

图表：2012-2015年中国甜品产品消费结构表

图表：2012-2015年中国甜品产品消费的市场变化图

图表：2012-2015年中国甜品产品市场的消费方向走势图

图表：2012-2015年中国甜品行业品牌市场占有率调查数据

图表：2012-2015年中国华南区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国华东区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国东北区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国中南区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国华北区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国西南区域产品供应与销售数据

图表：2012-2015年中国西北区域产品供应与销售数据

更多图表见正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284848.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。