



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国冰激凌市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国冰激凌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/285336.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](mailto: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

冰淇淋是以饮用水、牛乳、奶粉、奶油（或植物油脂）、食糖等为主要原料，加入适量食品添加剂，经混合、灭菌、均质、老化、凝冻、硬化等工艺制成的体积膨胀的冷冻饮品。

中国冰激凌市场比较激烈，冰激凌市场前6品牌市场占有率超2/3，品牌之间占有率相差不大。通过对全国大型零售企业的月度、年度市场销售数据监测，2015年度中国冰激凌十大品牌排名如下：

品牌名称	市场占有率 (%)	市场销售份额 (%)	市场覆盖率 (%)
伊利	13.67	19.44	9.82
和路雪	12.14	15.96	9.6
八喜	11.39	13.42	10.04
蒙牛	10.89	16.18	7.37
雀巢	9.5	8.67	10.04
哈根达斯	8.98	9.39	8.71
明治	2.91	0.92	4.24
光明	2.65	4.94	1.12
乐天	1.73	0.32	2.68
梦龙	1.4	0.14	2.23

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。

报告目录：

### 第一部分 产业环境透视

#### 第一章 中国冰激凌行业发展概述 1

##### 第一节 冰激凌行业概述 1

###### 一、冰激凌的定义 1

###### 二、冰激凌的特点 2

###### 三、应用 4

###### 四、行业概况 7

##### 第二节 冰激凌上下游产业链分析 9

###### 一、产业链模型介绍 9

###### 二、冰激凌行业产业链分析 12

##### 第三节 冰激凌行业生命周期分析 12

###### 一、行业生命周期概述 12

###### 二、冰激凌行业所属的生命周期 14

##### 第四节 行业经济指标分析 17

一、赢利性	17
二、附加值的提升空间	17
三、进入壁垒 / 退出机制	18
四、行业周期	19
第二章 2016年世界冰激凌市场运行形势分析	20
第一节 2014-2016年全球冰激凌市场动态研究	20
一、全球冰激凌市场特征分析	20
二、全球冰激凌市场供需监测研究	21
三、全球冰激凌价格走势分析	23
第二节 2014-2016年全球主要区域冰激凌市场运行形势透析	24
一、亚洲	24
二、欧洲	24
三、北美地区	26
四、其它主要区域	28
第三节 2014-2016年全球主要国家冰激凌市场深度局势分析	29
一、美国	29
二、日本	33
三、韩国	36
四、其他国家	39
第四节 2017-2022年全球冰激凌市场发展趋势预测解析	39
第五节 2016年中国冰激凌行业发展回顾	44
第三章 2016年中国冰激凌产业发展环境分析	46
第一节 2016年中国宏观经济环境分析	46
一、GDP历史变动轨迹分析	46
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	52
三、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析	55
第二节 冰激凌行业主管部门、行业监管体	57
第三节 中国冰激凌行业政策环境分析	57
一、冰激凌产业相关政策颁布状况分析	57
1、《冷饮食品卫生管理办法》	57

2、冰激凌行业QS认证强制标准	59
二、产业生产标准分析	61
第四节 2016年中国冰激凌产业社会环境发展分析	63
一、人口环境分析	63
二、教育环境分析	66
三、文化环境分析	69
四、生态环境分析	71
五、中国城镇化率	76
六、居民的各种消费观念和习惯	79
第五节 2016年中国冰激凌产业技术环境发展分析	80

## 第二部分 市场运行分析

第四章 2016年中国冰激凌产业运行情况	88
第一节 中国冰激凌行业发展状况	88
一、冰激凌行业市场供给情况	88
二、冰激凌行业市场需求情况	89
三、冰激凌行业市场容量	90
第二节 中国冰激凌行业价格走势分析	92
一、冰激凌行业价格影响因素分析	92
二、2016年冰激凌行业价格走势回顾	95
三、2017-2022年冰激凌行业价格走势预测	95
第三节 中国冰激凌行业技术发展分析	96
第四节 冰激凌行业未来发展趋势预测	98

## 第五章 中国冰激凌市场发展分析 101

第一节 中国冰激凌行业竞争现状	101
一、重点生产区域竞争力分析	101
二、市场销售集中分布	101
第二节 中国冰激凌行业集中度分析	102
一、市场集中度	102
二、企业集中度	103
三、区域集中度	103

### 第三节 中国冰淇淋区域市场规模分析 105

一、东北地区市场规模分析 105

二、华北地区市场规模分析 109

三、华东地区市场规模分析 110

四、华中地区市场规模分析 111

五、华南地区市场规模分析 112

六、西部地区市场规模分析 113

### 第四节 冰激凌行业品牌现状分析 113

### 第五节 中国冰激凌行业存在的问题 116

一、与国外的差异 116

二、发展制约因素 116

三、生存困境 117

### 第六节 中国冰激凌行业国际竞争力分析 119

一、生产要素 119

二、需求条件 121

三、支援与相关产业 122

四、企业战略、结构与竞争状态 123

五、政府的作用 125

## 第三部分 市场竞争格局

### 第六章 2016年中国冰激凌行业竞争情况 126

#### 第一节 行业竞争结构分析 126

一、现有企业间竞争 126

二、潜在进入者分析 129

三、替代品威胁分析 131

四、供应商议价能力 133

五、客户议价能力 135

#### 第二节 冰激凌行业SWOT分析 137

一、优势 137

二、劣势 138

三、机会 140

四、威胁 146

### 第三节 中国冰激凌产品竞争力优势分析 147

#### 一、整体产品竞争力评价 147

#### 二、产品竞争力评价结果分析 149

#### 三、竞争优势评价及构建建议 152

## 第七章 2014-2016年中国冰激凌所属行业主要数据监测分析 155

### 第一节 2014-2016年中国冰激凌行业增长分析

#### 一、企业数量增长分析 155

#### 二、从业人数增长分析 156

#### 三、资产规模增长分析 157

### 第二节 2016年中国冰淇淋行业结构分析 158

#### 一、企业数量结构分析 158

##### 1、不同类型分析 158

##### 2、不同所有制分析 159

#### 二、销售收入结构分析 160

##### 1、不同类型分析 160

##### 2、不同所有制分析 161

### 第三节 2014-2016年中国冰淇淋行业产值分析 161

#### 一、产成品增长分析 161

#### 二、工业销售产值分析 162

#### 三、出口交货值分析 163

### 第四节 2014-2016年中国冰淇淋行业成本费用分析 163

#### 一、销售成本统计 163

#### 二、费用统计 164

### 第五节 2014-2016年中国冰淇淋行业盈利能力分析 164

#### 一、主要盈利指标分析 164

#### 二、主要盈利能力指标分析 164

## 第八章 2014-2016年我国冰激凌上下游市场发展情况分析 167

### 第一节 冰激凌上游行业研究分析 167

#### 一、2014-2016年中国冰激凌上游行业市场状况分析 167

##### 1、香精香料 167

- 2、奶粉 168
  - 二、2014-2016年冰激凌上游 行业供应情况分析 170
    - 1、香精香料 170
    - 2、奶粉 170
  - 三、2016年中国冰激凌上游 行业生产商情况 171
    - 1、香精香料 171
    - 2、奶粉 173
  - 四、2017-2022年中国冰激凌上游 行业发展趋势分析 173
    - 1、香精香料 173
    - 2、奶粉 180
- 第二节 冰激凌行业下游 行业分析 181
  - 一、2014-2016年中国冰激凌下游 行业市场分析 181
  - 二、2014-2016年中国冰激凌下游 行业需求情况分析 182
  - 三、2014-2016年中国冰激凌下游 行业主要需求商分析 182
  - 四、2017-2022年中国冰激凌下游 行业市场发展趋势分析 183

## 第九章 2016年冰激凌行业重点生产企业分析 185

### 第一节 哈根达斯 185

- 一、企业概况 185
- 二、企业主要经济指标分析 186
- 三、企业盈利能力分析 188
- 四、企业偿债能力分析 188
- 五、企业运营能力分析 188
- 六、企业成长能力分析 189

### 第二节 DQ 189

- 一、企业概况 189
- 二、企业主要经济指标分析 190
- 三、企业盈利能力分析 190
- 四、企业偿债能力分析 191
- 五、企业运营能力分析 192
- 六、企业成长能力分析 194

### 第三节 和路雪 194



- 一、企业概况 194
- 二、企业主要经济指标分析 195
- 三、企业盈利能力分析 196
- 四、企业偿债能力分析 196
- 五、企业运营能力分析 197
- 六、企业成长能力分析 199
- 第四节 八喜 201
- 一、企业概况 201
- 二、企业主要经济指标分析 201
- 三、企业盈利能力分析 201
- 四、企业偿债能力分析 202
- 五、企业运营能力分析 203
- 六、企业成长能力分析 206
- 第五节 蒙牛 208
- 一、企业概况 208
- 二、企业主要经济指标分析 209
- 三、企业盈利能力分析 209
- 四、企业偿债能力分析 211
- 五、企业运营能力分析 212
- 六、企业成长能力分析 212
- 第六节 伊利 215
- 一、企业概况 215
- 二、企业主要经济指标分析 216
- 三、企业盈利能力分析 218
- 四、企业偿债能力分析 220
- 五、企业运营能力分析 220
- 六、企业成长能力分析 221
- 第七节 雀巢冰淇淋 221
- 一、企业概况 221
- 二、企业主要经济指标分析 222
- 三、企业盈利能力分析 223
- 四、企业偿债能力分析 224

五、企业运营能力分析 225  
六、企业成长能力分析 226  
第八节 广东美怡乐食品有限公司 226

一、企业概况 226  
二、企业主要经济指标分析 227  
三、企业盈利能力分析 228  
四、企业偿债能力分析 228  
五、企业运营能力分析 229  
六、企业成长能力分析 229

第九节 明治乳业 230

一、企业概况 230  
二、企业主要经济指标分析 230  
三、企业盈利能力分析 231  
四、企业偿债能力分析 231  
五、企业运营能力分析 232  
六、企业成长能力分析 232

第十节 沈阳德氏企业集团有限公司 232

一、企业概况 232  
二、企业主要经济指标分析 233  
三、企业盈利能力分析 233  
四、企业偿债能力分析 233  
五、企业运营能力分析 233  
六、企业成长能力分析 234

第四部分 行业前景展望

第十章 2017-2022年冰激凌行业发展预测 235

第一节 2017-2022年中国冰激凌行业未来发展前景分析 235

一、2017-2022年中国冰激凌市场发展环境分析 235  
二、2017-2022年中国冰激凌行业市场规模预测 236  
三、2017-2022年中国冰激凌行业市场发展趋势分析 238

第二节 2017-2022年中国冰激凌行业市场供需预测 240

一、2017-2022年中国冰激凌行业供给预测 240

二、2017-2022年中国冰激凌市场需求预测	241
三、冰激凌行业销售规模预测分析	242
第三节 2017-2022年中国冰激凌行业盈利走势预测	242
一、2017-2022年中国冰淇淋行业盈利模式	242
二、2017-2022年中国冰淇淋行业盈利因素	251
第十一章 2017-2022年中国冰激凌行业投资风险与营销分析	252
第一节 2017-2022年冰激凌行业进入壁垒分析	252
第二节 2017-2022年中国冰激凌行业投资环境分析	252
一、2017-2022年中国冰淇淋行业最新投资动向	252
二、2017-2022年中国冰淇淋行业投资机会分析	253
三、2017-2022年中国冰淇淋行业并购分析	255
四、2017-2022年中国冰淇淋行业主要投资建议	259
第三节 中国冰激凌行业投资风险	261
一、政策风险	261
二、技术风险	263
三、竞争风险	265
四、原材料风险	266
五、其他风险	266
第四节 中国冰激凌行业营销分析	267
一、渠道构成	267
二、销售贡献比率	268
三、覆盖率	268
四、销售渠道效果	269
五、价值流程结构	271
第五节 2014-2016年中国冰激凌网络营销分析	273
第六节 2014-2016年中国冰激凌市场营销策略分析	274
一、产品策略	274
二、价格策略	274
三、渠道策略	276
四、促销策略	277

## 第五部分 战略研究分析第十二章 2017-2022年中国冰激凌行业发展策略及投资建议 280

### 第一节 冰激凌行业市场的关键客户战略实施 280

一、实施关键客户战略的必要性 280

二、合理确立关键客户 281

三、对关键客户的营销策略 282

四、强化关键客户的管理 283

五、实施关键客户战略要重点解决的问题 285

### 第二节 2017-2022年中国冰激凌行业品牌投资策略 286

一、冰激凌品牌的重要性 286

二、冰激凌实施品牌战略的意义 287

三、冰激凌企业品牌的现状分析 288

四、我国冰激凌企业的品牌战略 289

五、冰激凌品牌战略管理的策略 291

### 第三节 投资建议 295

一、重点投资区域建议 295

二、重点投资产品建议 295

## 图表目录：

图表：行业生命周期图 13

图表：2014-2016年规模以上国内生产总值增速 46

图表：2016年各月份其他指标环比数据表 47

图表：2014-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比） 48

图表：2014-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 49

图表：2014-2016年居民消费价格总额名义增速（月度同比） 50

图表：2016年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比 51

图表：2016年固定资产投资到位资金情况 53

图表：2016年人口数及其构成 64

图表：2010-2016年城镇新增就业人数 64

图表：2010-2016年农村居民人均纯收入 65

图表：2010-2016年城镇居民人均可支配收入 66

图表：2010-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 67

图表：2010-2016年研究与试验发展（R&D）经费支出 68

图表：2010-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 69

图表：2010-2016年研究与试验发展（R&D）经费支出 70

图表：2014-2016年我国冰淇淋生产规模及增长分析 88

图表：2014-2016年我国冰淇淋需求及增长分析 89

图表：2014-2016年我国冰淇淋市场规模及增长分析 90

图表：2016年我国冰淇淋市场结构分析 103

图表：2014-2016年我国东北地区冰淇淋市场规模分析 105

图表：2014-2016年我国华北地区冰淇淋市场规模分析 109

图表：2014-2016年我国华东地区冰淇淋市场规模分析 110

图表：2014-2016年我国华中地区冰淇淋市场规模分析 111

图表：2014-2016年我国华南地区冰淇淋市场规模分析 112

图表：2014-2016年我国西部地区冰淇淋市场规模分析 113

图表：冰淇淋行业SWOT分析 137

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业企业数量增长 155

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业从业人数增长 156

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业资产规模增长增长 157

图表：2016年中国冰淇淋行业不同类型企业数量结构分析 158

图表：2016年中国冰淇淋行业不同所有制企业数量分析 159

图表：2016年中国冰淇淋行业不同类型企业销售收入结构分析 160

图表：2016年中国冰淇淋行业不同所有制企业销售收入结构分析 161

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业销售规模增长 162

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业销售成本分析 163

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业费用分析 164

图表：2014-2016年中国冰淇淋行业利润总额分析 165

图表：2014-2016年香精香料行业市场规模及增速 167

图表：2014-2016年香精香料行业生产总量及增速 170

图表：2012-2016年蒙牛乳业（集团）股份有限公司主要指标分析 210

图表：2012-2016年蒙牛乳业（集团）股份有限公司资产负债表分析 210

图表：2012-2016年蒙牛乳业（集团）股份有限公司利润表分析 211

图表：2012-2016年蒙牛乳业（集团）股份有限公司现金流量表分析 211

图表：2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成分析 216

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司每股指标分析 217

图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司财务风险分析 217  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润表 217  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量表 218  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利能力分析 218  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司盈利质量分析 218  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资产负债表 220  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司运营能力分析 220  
图表：2014-2016年内蒙古伊利实业集团股份有限公司成长能力分析 221  
图表：雀巢冰淇淋产品分析 222  
图表：2017-2022年我国冰淇淋市场规模及增长预测 236  
图表：中国冰淇淋产业有四大发展趋势 238  
图表：2017-2022年我国冰淇淋产量及增长预测 240  
图表：2017-2022年我国冰淇淋需求及增长预测 241  
图表：2017-2022年我国冰淇淋市场规模及增长预测 242  
图表：四种基本的品牌战略 294

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285336.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](http://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。