



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2010年中国冷冻饮品 及食用冰制造行业投资价值决策 咨询及行业竞争力调查市场分析

一、调研说明

《2007—2010年中国冷冻饮品及食用冰制造行业投资价值决策咨询及行业竞争力调查市场分析》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/40594.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

冰淇淋以其美观、冰凉、快乐与甜蜜的感受，越来越受到人们的喜爱。冰淇淋市场尽管从90年代以来，每年以10%左右的速度递增，但市场潜力依然十分巨大，这一切都为冰淇淋企业的发展带来了广阔的市场前景。

冷饮市场的品牌市场占有率在2006年显现了强者更强、弱者出局的重大雪崩局面，改变了以往长期洗牌的僵持阶段。具体表现为大企业无论从规模、效益乃至到管理上日渐优势，而区域中小企业受资金、观念的影响，窘态毕现。前几年过的不错的小企业，在经过2006、2007年的洗礼，出现关停并转的局面，而一些外资企业和国内巨头，利用资金、技术、原料、管理、市场等方面的优势，取得了不菲的战绩。历史上全国有一千多个冷饮品牌，80%已经失去竞争能力甚至干脆消亡。

目前，冷饮市场化分三种阵营，第一集团为：蒙牛、伊利、和路雪等企业占冷饮市场的30%以上的销售额。五丰、佑康、宏宝来、天冰、德氏等为第二阵营。第三阵营出现了两极分化的局面，以辽宁天淇、吉林红旗以及山东美仑等为代表的中小企业，正在利用成本的有效控制、人力资源的合理利用和品牌产品的有力提升等方式，呈现出良好的发展势头，他们的扩张之势表明第二阵营可能会有新的成员出现。

奶、糖、棕榈油、巧克力是冰淇淋最主要的四种原料，从2003年开始，这些主要原料都在大幅攀升，如果没有附加值品牌根基和对原料价格的整体把握、资源整合或者是资本市场的期货均衡，那么靠一味压缩产品成本和管理费用是难以为继的。

原料的大幅度涨价，使得中小企业顿时面临生存危机。管理手段原始、资金短缺、没有规模采购之便利、投资单一缺少战略回旋余地，更没有附加值很高的品牌为依托，导致以生产抵挡产品为主体的中小型企业面临严重危机。这是自2005年国家政策的提升和QS质量体系的强制推行后冷饮行业一次优胜劣汰的又一次寒冬。

2008年我国冷冻饮品行业将：

新品开发步伐依旧紧促，健康和娱乐是今年的主题。返璞归真、回归自然是产品的主旋

律。

冰类产品脱开发主流，但单品销售额依然惊人。

中小品牌求生上扬，开发中档产品，走品牌附加之路。

实物料产品势头正猛，销量可观，纯奶、香草类产品销量攀升。

总之，竞争加剧，品牌集中，中小企业经营越发困难是2008年国内冷食品市场的基本特点。

【 目录 】

第一部分 冷冻饮品及食用冰制造行业运行情况	9
第一章 中国冷冻饮品及食用冰制造行业企业概况	9
第一节 企业性质分析	10
第二节 企业规模分析	11
第三节 企业区域分布	12
第二章 2005-2007年中国冷冻饮品及食用冰制造行业生产情况	13
第一节 中国冷冻饮品及食用冰制造业总产量	14
第二节 中国冷冻饮品及食用冰制造业区域特征分析	15
第三节 不同规模企业产量	16
第三章 2005-2007年中国冷冻饮品及食用冰制造行业销售情况	17
第一节 中国都制品行业销售规模变动轨迹	18
第二节 中国冷冻饮品及食用冰制造业区域特征分析	19
第三节 中国冷冻饮品及食用冰制造行业中不同规模企业销售额	20
第四章 冷冻饮品及食用冰进出口情况	21
第一节 冷冻饮品及食用冰进出口总量	22
第二节 冷冻饮品及食用冰进出口结构	23

第五章 冷冻饮品及食用冰细分产品产销情况	24
第一节 冰淇淋类和雪糕类（奶冰类）	25
第二节 雪泥类（冰霜类）	26
第三节 冰棍类	27
第四节 食用冰	28
第二部分 行业竞争情况分析	29
第六章 上游原料行业议价能力	29
第一节 上游原材料供应量	30
一、 2005-2007年冷冻饮品及食用冰主要原料产量	31
二、 主要原材料区域分布	34
三、 2005-2007年主要原材料进出口总量	35
第二节 原材料价格	36
一、 近年我国冷冻饮品及食用冰主要原料产品的价格变动趋势	37
二、 不同地区冷冻饮品及食用冰主要原料产品价格	41
第三节 原材料供应商议价能力	46
一、 中国冷冻饮品及食用冰制造行业主要原料产品的供求对比	47
二、 原材料行业与冷冻饮品及食用冰制造行业的议价能力	51
第七章 下游行业议价能力	52
第一节 冷冻饮品及食用冰消费总量分析	53
一、 2005-2007年冷冻饮品及食用冰消费总量	54
二、 重点地区消费量分析	58
三、 冷冻饮品及食用冰消费结构	59
第二节 冷冻饮品及食用冰消费影响因素	60
一、 产品质量因素	61
二、 产品价格因素	62
三、 渠道因素	63
四、 品牌因素	64
五、 包装因素	65
六、 季节性因素	66

第三节 冷冻饮品及食用冰的主要渠道分析	67
一、 便利店	68
二、 批发商	69
三、 超市、大卖场	70
四、 出口贸易	71
第四节 下游议价能力综述（消费者、经销商）	72
第八章 冷冻饮品及食用冰厂商竞争分析	73
第一节 国内冷冻饮品及食用冰市场竞争主体	74
一、 中小冷冻饮品及食用冰企业	75
二、 冷冻饮品及食用冰集团	76
第二节 冷冻饮品及食用冰企业之间的竞争程度	77
一、 行业集中度	78
二、 产品差异化程度	79
三、 不同竞争主体的盈利对比	80
四、 重点地区冷冻饮品及食用冰制造业竞争格局	81
五、 不同种类产品竞争格局	82
第三节 冷冻饮品及食用冰企业竞争因素分析	83
一、 原料采购与制造	84
二、 市场营销	85
三、 品牌竞争	86
第四节 冷冻饮品及食用冰企业竞争行为总结	87
第九章 冷冻饮品及食用冰行业潜在进入者威胁	88
第一节 冷冻饮品及食用冰制造行业进入壁垒	89
一、 市场准入机制	90
二、 原料竞争状况	91
三、 市场竞争状况	92
四、 渠道资源问题	93
第二节 新进入者主要群体竞争力	94
一、 中小冷冻饮品及食用冰企业	95
二、 冷冻饮品及食用冰集团	96

第三节 新进入者将对市场的影响 97

一、 供求关系 98

二、 竞争激烈程度 99

第十章 冷冻饮品及食用冰替代产品的发展 100

第一节 冷冻饮品及食用冰的替代品发展 101

一、 果汁饮料 102

二、 碳酸饮料 103

三、 茶饮料 104

四、 含乳饮料 105

第二节 替代品发展对冷冻饮品及食用冰市场的影响 106

第三节 针对替代品影响提出的改进策略 107

第三部分 行业内重点企业分析 108

第十一章 和路雪 109

第一节 公司基本概况 109

一、 企业组织结构 109

二、 企业业务结构 110

三、 企业经营策略 111

第二节 公司经营情况 112

一、 2005-2007年公司产销情况 112

二、 公司财务指标分析 113

第三节 公司未来发展规划及发展前景分析 114

一、 企业发展战略规划 114

二、 企业发展前景 115

第十二章 伊利 116

第一节 公司基本概况 116

一、 企业组织结构 116

二、 企业业务结构 117

三、 企业经营策略 118

第二节 公司经营情况 119

一、	2005-2007年公司产销情况	119
二、	公司财务指标分析	120
第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	121
一、	企业发展战略规划	121
二、	企业发展前景	122

第十三章 蒙牛 123

第一节 公司基本情况 123

一、	企业组织结构	123
二、	企业业务结构	124
三、	企业经营策略	125

第二节 公司经营情况 126

一、	2005-2007年公司产销情况	126
二、	公司财务指标分析	127
第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	128
一、	企业发展战略规划	128
二、	企业发展前景	129

第十四章 美怡乐 130

第一节 公司基本情况 130

一、	企业组织结构	130
二、	企业业务结构	131
三、	企业经营策略	132

第二节 公司经营情况 133

一、	2005-2007年公司产销情况	133
二、	公司财务指标分析	134
第三节	公司未来发展规划及发展前景分析	135
一、	企业发展战略规划	135
二、	企业发展前景	136

第十五章 雀巢 137

第一节 公司基本情况 137

一、	企业组织结构	137
二、	企业业务结构	138
三、	企业经验策略	139
第二节 公司经营情况		140
一、	2005-2007年公司产销情况	140
二、	公司财务指标分析	141
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析		142
一、	企业发展战略规划	142
二、	企业发展前景	143
第十六章 八喜		144
第一节 公司基本概况		144
一、	企业组织结构	144
二、	企业业务结构	145
三、	企业经营策略	146
第二节 公司经营情况		147
一、	2005-2007年公司产销情况	147
二、	公司财务指标分析	148
第三节 公司未来发展规划及发展前景分析		149
一、	企业发展战略规划	149
二、	企业发展前景	150
第十七章 宏宝来		151
第四节 公司基本概况		151
四、	企业组织结构	151
五、	企业业务结构	152
六、	企业经营策略	153
第五节 公司经营情况		154
三、	2005-2007年公司产销情况	154
四、	公司财务指标分析	155
第六节 公司未来发展规划及发展前景分析		156
三、	企业发展战略规划	156

四、 企业发展前景 157

第三部分 行业发展前景分析 158

第十八章 冷冻饮品及食用冰制造行业发展外部环境分析 159

第一节 中国冷冻饮品及食用冰行业所处的政策环境 160

一、 中国冷冻饮品产业政策 161

二、 中国冷冻饮品贸易政策 162

第二节 中国冷冻饮品及食用冰行业所处的经济环境 163

一、 2008年中国经济走势 164

二、 居民食品消费支出 165

第十九章 冷冻饮品及食用冰制造行业发展趋势预测 166

第一节 冷冻饮品及食用冰市场预测 167

一、 2008-2010年中国冷冻饮品及食用冰生产规模预测 168

二、 2008-2010年中国冷冻饮品及食用冰销售规模预测 169

三、 冷冻饮品及食用冰产品结构预测 170

四、 2008-2010年冷冻饮品及食用冰贸易情况 171

第二节 冷冻饮品及食用冰制造行业发展趋势预测 172

一、 冷冻饮品及食用冰消费需求动向 173

二、 冷冻饮品及食用冰行业生命周期分析 174

三、 冷冻饮品及食用冰制造技术动向 175

四、 冷冻饮品及食用冰品牌发展趋势 176

五、 冷冻饮品及食用冰行业竞争趋势分析 177

第二十章 冷冻饮品及食用冰企业经营策略及报告总结 178

第一节 冷冻饮品及食用冰企业经营策略 179

一、 品牌策略 180

二、 营销策略 181

三、 产品策略 182

第二节 报告总结 183

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/40594.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。