



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国冰淇淋市场 市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国冰淇淋市场市场分析及发展趋势研究报告》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/44030.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

虽然液态奶竞争正酣，但随着2008年夏季的来临，冰淇淋正在成为乳业市场竞争的新亮点。先是华东品牌佑康主导的冰淇淋新品发布会率先在无锡、杭州、合肥、济南、北京、东莞等城市召开，2月底蒙牛又以“2008年冰淇淋流行趋势”为主题召开了发布会，雀巢的新冰淇淋工厂也在广州开业。国内乳业竞争的加剧和成本的激增，使得利润空间较高的冰淇淋市场成了乳业巨头角逐的新战场。

上世纪90年代中期，全国曾经一度出现上千个冰淇淋品牌，但是随着时间的推移，目前只剩蒙牛、伊利、佑康等十几个国产品牌在冰淇淋市场上各据一方与洋品牌博弈。随着雀巢、和路雪、哈根达斯等国外品牌增加国内市场的操作力度，竞争还将日益加剧，冰淇淋行业还将进一步整合，最终迎来几个寡头垄断竞争的格局。但究竟是国际品牌胜出，还是国产品牌胜出，目前判断还为时过早。在我国冰淇淋市场长达数十年的混战中，价格血拼、品牌造势、口味更新、渠道铺路，厂商之间的争斗异常激烈，被并购和消失的企业不计其数。雀巢、和路雪等外资品牌凭借来自国外的经验已占据市场的半壁江山。北方的蒙牛、伊利等乳业大亨利用优质的奶源为基础，凭借大张旗鼓地品牌宣传和通达的营销网络也在市场上站稳脚跟。像佑康这样的华东强势区域性品牌，也一直以精致的产品工艺为特色，精耕细作本地市场，踏踏实实修炼内功。在洋品牌和乳业巨头的夹击下，这些中小民族品牌在地方做稳做强后，也开始将目标重心投向更为广阔的全国市场，纷纷出招争锋。佑康凭借赞助国家游泳队的奥运商机一举登上全国舞台，于2008年新春在无锡、杭州、合肥、济南、北京、东莞等地高调召开新品发布会宣布进军全国市场。一向低调但实力强劲的佑康此举一出，让冰淇淋厂商颇感紧张，2008年的冰淇淋市场将会出现“佑康打破蒙牛、伊利鼎足之势”的局面，而“进军全国三甲”也是佑康冰淇淋早已定下的目标。

冰淇淋产量在10年间增长了16倍，年销售量达到360万吨，据专家估计，2008年中国冰淇淋市场容量有望达到1000亿元。预计2008年产销量能突破280万吨，实现销售额340亿元以上。而目前世界最大的冰淇淋生产国是美国，年产量达800多万吨，人均40多公斤。我国近年来冷饮产量在200多万吨左右，人均2.3公斤左右，离发达国家相距甚远，市场前景依然可观。

本报告依据国家统计局、国家发改委、国家海关总署、国家商务部、中国食品工业协会、中国饮料工业协会、中国乳品工业协会、全国商业信息中心等单位提供的大量资料，对我

国冰淇淋市场的世界市场、发展现状、区域市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及策略等进行了深入分析。在对我国冰淇淋整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国冰淇淋行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目 录 】

第一章 冰淇淋行业基本概况

第一节 冰淇淋行业相关知识

一、冰淇淋起源

二、冰淇淋历史

三、冰淇淋制作工艺流程

第二节 国内外冰淇淋发展概况

一、国外发展情况

二、国内发展情况

第三节 冰淇淋质量影响因素

一、冰淇淋混合料组成的影响

二、冰淇淋生产工艺条件的影响

三、冰淇淋生产设备的影响

第二章 国际冰淇淋行业发展状况

第一节 世界冰淇淋行业发展状况

一、世界新奇冰淇淋

二、世界冰淇淋产品特点

三、世界冰淇淋产品开发趋势

第二节 美国冰淇淋行业发展状况

一、销量

二、销售渠道

三、冰淇淋市场格局

四、冰淇淋产品

五、产品开发趋势及流行风味

第三节 日本冰淇淋行业发展状况

一、市场状况

二、销售渠道

三、产品开发趋势及流行风味

四、冰淇淋专用酱油畅销日本

第四节 韩国冰淇淋行业发展状况

一、销售渠道

二、市场格局

三、产品开发趋势

四、产品流行风味

第五节 欧洲冰淇淋行业发展状况

一、西欧冰淇淋行业发展状况

二、欧洲冰淇淋市场概况

三、欧洲冰淇淋市场细分和产品定位策略

第三章 冰淇淋相关行业发展分析

第一节 2007-2008年制糖行业发展分析

一、2008年上半年食糖市场分析

二、2007/2008年国内食糖供应和销售分析

三、全球食糖供需现状与展望

四、2008年下半年国内食糖供需预期

第二节 2007-2008年乳制品行业发展分析

一、2007-2008年乳制品主要经济指标分析

二、奶价上涨对行业发展影响分析

三、中国乳品市场分析

四、中国乳制品行业发展趋势

第三节 2007-2008年冰淇淋包装行业发展分析

一、冰淇淋新包装应对原料涨价情况

二、冰淇淋市场包装及问题分析

三、未来冰淇淋外形及包装趋势

第四章 2007-2008年冰淇淋行业发展分析

第一节 冰淇淋行业发展状况分析

- 一、冰淇淋市场特点及格局
- 二、软冰淇淋行业高性能国产成型设备需求分析
- 三、冬季冰淇淋行业发展分析
- 四、冰淇淋行业QS认证强制标准

第二节 2007-2008年我国冰淇淋进出口统计

- 一、2007年我国冰淇淋进出口统计
- 二、2008年上半年我国冰淇淋进出口统计

第三节 2007-2008年冰淇淋行业发展分析

- 一、2007年冰淇淋市场回顾
- 二、2008年牛奶对冰淇淋行业影响分析
- 三、2008年我国冰淇淋行业发展状况
- 四、冰淇淋流行产品分析
- 五、2008年冰淇淋对乳品行业影响分析
- 六、我国冷饮消费升级情况
- 七、2008年冰淇淋市场价格状况
- 八、冰淇淋巨头连锁大战中国市场
- 九、2008-2009年冰淇淋市场机遇分析

第四节 中国冰淇淋市场分析

- 一、冰淇淋市场总体特征
- 二、冰淇淋产品消费特征
- 三、品牌竞争与对策
- 四、十大冰淇淋品牌排行榜
- 五、十大雪糕品牌排行榜

第五节 各地冰淇淋市场分析

- 一、内蒙古
- 二、郑州
- 三、广州
- 四、西安
- 五、成都
- 六、武汉
- 七、海口
- 八、兰州

九、天津

十、上海

第五章 2007-2008年全国及各省市冷饮产量分析

第一节 2007-2008年全国冷饮产量分析

第二节 2007-2008年华北地区冷饮产量分析

一、北京

二、天津

三、河北

四、内蒙古

第三节 2007-2008年东北地区冷饮产量分析

一、辽宁

二、吉林

三、黑龙江

第四节 2007-2008年华东地区冷饮产量分析

一、上海

二、江苏

三、浙江

四、安徽

五、福建

六、江西

七、山东

第五节 2007-2008年华中地区冷饮产量分析

一、河南

二、湖北

三、湖南

第六节 2007-2008年华南地区冷饮产量分析

一、广东

二、广西

三、海南

第七节 2007-2008年西南地区冷饮产量分析

一、重庆

二、四川

三、贵州

第八节 2007-2008年西北地区冷饮产量分析

一、陕西

二、新疆

三、宁夏

第六章 冰淇淋市场竞争状况

第一节 2008年国产冰淇淋场变局分析

一、国内冰淇淋行业加速整合对抗洋品牌

二、祐康崛起加速冰品市场变局

三、冰品新贵的新挑战新机遇

第二节 乳制冰淇淋高端市场竞争分析

一、液态奶不赚钱转向冰淇淋

二、冰淇淋市场或悄然洗牌

三、从消暑转向休闲

四、乳企加速调整产品结构

五、高端产品竞争愈加激烈

第三节 冰柜冷库超市三大冰淇淋战场竞争分析

一、冰柜大战

二、冷库大战

三、超市大战

第四节 中国冰淇淋市场竞争案例分析

一、从广告战走向品牌战

二、从价格战走向价值战

三、从渠道战走向服务战

四、从产品战走向资本战

第五节 国内外冰淇淋企业在华发展动态

一、凯菲冰淇淋蛋糕市场攻略

二、赫里特斯冰淇淋

三、2008年欢乐雪公司发展动向

四、美国开心哈利

- 五、意大利JLD冰淇淋
- 六、怡特浓公司
- 七、黑冰客冰淇淋
- 八、新城市冰淇淋
- 九、萨伦冰淇淋
- 十、东方.斯贝拉餐饮管理(北京)有限公司

第七章 冰淇淋行业重点企业分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

- 一、集团简介
- 二、2007-2008年财务分析
- 三、2008年伊利冰淇淋发展动态
- 四、2008年伊利冰淇淋战略
- 五、伊利冷饮品牌优势分析

第二节 蒙牛乳业集团

- 一、集团简介
- 二、2007年财务分析
- 三、2007年冰淇淋收入分析
- 四、2008年蒙牛冷饮移动营销分析
- 五、2008年蒙牛冰淇淋战略分析

第三节 雀巢集团

- 一、集团简介
- 二、2008年雀巢冰淇淋战略分析

第四节 哈根达斯

- 一、哈根达斯简介
- 二、哈根达斯冰淇淋客户路线
- 三、哈根达斯冰淇淋营销中国市场策略
- 四、哈根达斯品牌竞争策略

第五节 和路雪（中国）有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司产品
- 三、公司经营发展策略分析

第六节 光明乳业股份有限公司

一、公司简介

二、2007-2008年财务分析

第七节 北京三元食品股份有限公司

一、公司简介

二、2007-2008年财务分析

三、三元冰淇淋

第八章 冰淇淋行业发展趋势及策略

第一节 中国冰淇淋业机遇与挑战分析

一、中国冰淇淋发展阶段及营销变革

二、中国冰淇淋行业目前营销现状

三、中国冰淇淋行业未来发展方向

四、中国冰淇淋业“厂商联盟、双赢发展”营销模式

五、中国冰淇淋业任重而道远

第二节 2008-2009年冰淇淋行业发展趋势

一、国内冰淇淋市场前景

二、冰淇淋行业创新趋势分析

三、功能性冰淇淋市场发展趋势

四、冰淇淋未来发展新趋势

五、未来冰淇淋新挑战新机遇

六、冰淇淋行业发展趋势剖析

第三节 冰淇淋行业发展策略

一、冰淇淋行业营销分析

二、快速消费品简单营销

三、冰淇淋市场营销策划方案

四、冰淇淋店市场定位策略

五、功能性甜味剂用于冰淇淋行业优势分析

部分图表目录

图表 2007/08制糖年国内食糖总供应量

图表 2007/08榨季全国及白糖主产区产销情况统计表

图表 2007/08-2008/09全球食糖产销量预期

图表 1991/92-2007/08中国食糖历年产量和消费量走势

图表 2008年糖料主要产地种植面积

图表 2008年1-5月中国液体乳及乳制品制造产成品

图表 2008年1-5月中国液体乳及乳制品制造工业总产值（当年价格）

图表 2008年1-5月中国液体乳及乳制品制造产品销售收入

图表 2008年1-5月中国液体乳及乳制品制造资产总计

图表 2008年1-5月中国液体乳及乳制品制造资产负债率

图表 2008年1-5月中国液体乳及乳制品制造利润总额

图表 2008年1-6月我国冰淇淋及其他冰制食品；不论是否含可可出口统计

图表 2008年1-6月我国冰淇淋及其他冰制食品；不论是否含可可进口统计

图表 2008年2-6月全国冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月北京市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月天津市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月河北省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月内蒙古冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月辽宁省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月吉林省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月黑龙江冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月上海市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月江苏省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月浙江省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月安徽省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月福建省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月江西省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月山东省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月河南省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月湖北省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月湖南省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月广东省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月广西区冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月海南省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月重庆市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月四川省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月贵州省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月陕西省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月新疆区冷冻饮品产量及增长情况

图表 2008年2-6月宁夏区冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年中国液体乳及乳制品制造产成品

图表 2007年中国液体乳及乳制品制造工业总产值（当年价格）

图表 2007年中国液体乳及乳制品制造产品销售收入

图表 2007年中国液体乳及乳制品制造资产总计

图表 2007年中国液体乳及乳制品制造资产负债率

图表 2007年中国液体乳及乳制品制造利润总额

图表 2007年我国冰淇淋及其他冰制食品；不论是否含可可出口统计

图表 2007年我国冰淇淋及其他冰制食品；不论是否含可可进口统计

图表 2006-2007年5月主要含糖食品产量数据对比

图表 2007年全国冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年北京市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年天津市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年河北省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年内蒙古冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年辽宁省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年吉林省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年黑龙江冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年上海市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年江苏省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年浙江省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年安徽省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年福建省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年江西省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年山东省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年河南省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年冷冻饮品湖北省产量及增长情况

图表 2007年湖南省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年广东省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年广西区冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年海南省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年重庆市冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年四川省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年贵州省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年陕西省冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年新疆区冷冻饮品产量及增长情况

图表 2007年宁夏区冷冻饮品产量及增长情况

图表 2005-2007年伊利股份成长性分析

图表 2005-2007年伊利股份现金流量分析

图表 2005-2007年伊利股份经营能力分析

图表 2005-2007年伊利股份盈利能力分析

图表 2005-2007年伊利股份偿债能力分析

图表 2008年第一季度伊利股份主营收入情况

图表 2008年第一季度净利润和基本每股收益情况

图表 2007年蒙牛集团营业收入及利润分析

图表 2005-2007年光明乳业成长性分析

图表 2005-2007年光明乳业现金流量分析

图表 2005-2007年光明乳业经营能力分析

图表 2005-2007年光明乳业盈利能力分析

图表 2005-2007年光明乳业偿债能力分析

图表 2008年第一季度光明乳业主营收入情况

图表 2008年第一季度光明乳业净利润和基本每股收益情况

图表 2005-2007年三元股份成长性分析

图表 2005-2007年三元股份现金流量分析

图表 2005-2007年三元股份盈利能力分析

图表 2005-2007年三元股份经营能力分析

图表 2005-2007年三元股份偿债能力分析

图表 2008年第一季度三元股份主营收入情况

图表 2008年第一季度三元股份净利润和基本每股收益情况

图表 通过购买意图细分冰淇淋消费者

图表 全国历年食糖和蔗糖产量走势图

图表 全球食糖产量消费量走势图

图表 冰淇淋厂商联盟优劣势对比表

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44030.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。