



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/44040.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

内容简介

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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、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、中国经济景气监测中心、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志提供的基础信息以及冰淇淋专业研究单位公布的大量资料，对国内外冰淇淋行业发展状况，我国冰淇淋行业目前的竞争状况、成长性，发展趋势、行业重点地区、主要企业的发展状况，中国冰淇淋行业所面临的机遇与冲击等进行了分析。报告还重点探寻了冰淇淋行业的市场需求状况，企业竞争状况，行业发展趋势，以及企业应当采取的发展策略，是冰淇淋生产、批发、零售企业等准确了解目前冰淇淋行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的专业性报告。

第一部分 国内外行业发展概况

第一章 冰淇淋行业基本概况 1

第一节 冰淇淋行业相关知识 1

一、冰淇淋起源 1

二、冰淇淋历史 2

三、冰淇淋制作工艺流程 4

第二节 国内外冰淇淋发展概况 8

一、国外发展情况 8

二、国内发展情况 9

第三节 冰淇淋质量影响因素 10

一、冰淇淋混合料组成的影响 10

二、冰淇淋生产工艺条件的影响 12

三、冰淇淋生产设备的影响 15

第二章 国际冰淇淋行业发展状况 18

第一节 美国冰淇淋行业发展状况 18

一、销量 18

二、销售渠道 18

三、冰淇淋市场格局 18

四、冰淇淋产品 19

五、产品开发趋势及流行风味	20
第二节 日本冰淇淋行业发展状况	21
一、市场状况	21
二、销售渠道	22
三、产品开发趋势及流行风味	22
四、冰淇淋专用酱油畅销日本	22
第三节 韩国冰淇淋行业发展状况	23
一、销售渠道	23
二、市场格局	24
三、产品开发趋势	24
四、产品流行风味	25
第四节 其他国家冰淇淋行业发展状况	25
一、西欧冰淇淋行业发展状况	25
二、泰国冰淇淋市场	27
三、欧洲冰淇淋市场概况	28
四、欧洲冰淇淋市场细分和产品定位策略	29
第五节 国际冰淇淋行业发展状况	31
一、世界冰淇淋市场现状	31
二、世界新奇冰淇淋	34
三、世界冰淇淋产品特点	35
四、世界冰淇淋产品开发趋势	36
第二部分 相关行业发展状况分析	
第三章 冰淇淋行业发展环境分析	37
第一节 我国宏观经济发展分析	37
一、2007年国民经济发展状况	37
二、2008年1季度国民经济运行状况	41
三、2008年1季度国民经济运行分析	58
四、2008年1季度国家外汇储备情况	62
第二节 2007-2008年制糖行业发展分析	72
一、2007年白糖行业运行情况	73
二、2007-2008年白糖行业国际影响因素分析	74

三、2007-2008年白糖行业国内影响因素分析	81
第三节 2007-2008年乳制品行业发展分析	89
一、2007-2008年中国乳品市场剖析	89
二、奶价对行业发展影响分析	93
三、2008-2010年中国乳制品行业发展趋势	95
第四节 2007-2008年冰淇淋包装行业发展分析	97
一、冰淇淋新包装应对原料涨价情况	97
二、冰淇淋市场包装及问题分析	102
三、冰淇淋包装发展契机	104
四、未来冰淇淋外形及包装趋势	109

第三部分 行业发展状况分析

第四章 冰淇淋行业发展状况 111

第一节 冰淇淋行业发展状况分析 111

一、中国冰淇淋行业发展状况	111
二、冰淇淋行业特点	117
三、软冰淇淋行业高性能国产成型设备需求分析	119
四、冬季冰淇淋行业发展分析	121
五、冰淇淋行业QS认证强制标准	121
第二节 2008年冰淇淋行业发展现状	122
一、2008年牛奶对冰淇淋行业影响分析	122
二、2008年我国冰淇淋行业发展状况	123
三、冰淇淋巨头连锁在中国发展情况	125
四、冰淇淋流行产品分析	129
五、2008年冰淇淋对乳品行业影响分析	130
六、我国冷饮消费升级情况	132

第五章 冰淇淋市场发展状况 135

第一节 中国冰淇淋市场分析 135

一、中国冰淇淋市场总体分析	135
二、冰淇淋市场总体特征	138
三、冰淇淋市场主要特点	138

四、冰淇淋产品消费特征	140
第二节 2008-2009年中国冰淇淋市场分析	141
一、冰淇淋市场独特消费分析	141
二、冰淇淋市场消费状况	141
三、高端冰淇淋市场状况	142
四、2008-2009年冰淇淋市场机遇分析	144
五、2008年冰淇淋市场价格状况	147
第三节 各地冰淇淋市场	147
一、内蒙古	147
二、郑州	149
三、广州	151
四、西安	153
五、成都	154
六、武汉	163
七、海口	167
八、兰州	168
九、北京	169
十、天津	178
十一、上海	179

第四部分 行业竞争状况分析

第六章 冰淇淋市场竞争状况	189
第一节 冰淇淋市场竞争格局	189
一、2008年冰淇淋市场竞争格局	189
二、我国冰淇淋市场竞争侧重点分析	190
三、冰淇淋市场洗牌分析	191
四、冰淇淋市场竞争分析	193
五、2007-2008年我国冰淇淋品牌竞争情况	196
六、2008年中国冰淇淋市场洗牌情况	200
第二节 冰淇淋市场竞争状况	203
一、冰淇淋低端市场竞争状况	203
二、冰淇淋中高端市场竞争状况	204

三、冰淇淋高端市场竞争状况	206
四、土洋巨头备战冰淇淋高端市场	207
第三节 国内外冰淇淋企业在华发展动态	209
一、凯菲冰淇淋蛋糕市场攻略	209
二、赫里特斯冰淇淋	213
三、2008年欢乐雪公司发展动向	216
四、美国开心哈利	217
五、意大利JLD冰淇淋	218
六、怡特浓公司	222
七、黑冰客冰淇淋	224
八、新城市冰淇淋	225
九、萨伦冰淇淋	226
十、东方?斯贝拉餐饮管理(北京)有限公司	227

第七章 冰淇淋行业重点企业分析 229

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司 229

一、集团简介	229
二、2007-2008年公司财务状况	231
三、2008年伊利冰淇淋战略	236
四、伊利冷饮品牌经营策略	237
五、2008年伊利冰淇淋动态	244

第二节 蒙牛乳业集团 245

一、集团简介	245
二、公司经营策略	245
三、2008年公司冰淇淋战略	249
四、2008年公司冰淇淋动态	251

第三节 雀巢集团 253

一、集团简介	253
二、雀巢冰淇淋双品牌战略	255
三、2008年雀巢冰淇淋动态	256

第四节 哈根达斯 256

一、哈根达斯简介	256
----------	-----

二、哈根达斯冰淇淋客户路线	267
三、哈根达斯冰淇淋营销中国市场策略	272
四、哈根达斯品牌经营策略	276
五、2008年公司动态	279
第五节 和路雪(中国)有限公司	285
一、公司简介	285
二、公司产品	286
三、公司经营发展策略分析	287
第六节 光明乳业股份有限公司	292
一、公司简介	292
二、2009年公司冰淇淋规划	293
三、2007-2008年公司财务状况	296
第七节 北京三元食品股份有限公司	300
一、公司简介	300
二、三元冰淇淋	301
三、2007-2008年公司财务状况	302
第五部分 行业发展策略及趋势分析	
第八章 冰淇淋行业发展策略及趋势	307
第一节 冰淇淋行业发展策略	307
一、冰淇淋行业营销分析	307
二、快速消费品简单营销	308
三、冰淇淋品牌竞争与对策	311
四、冰淇淋市场营销策划方案	312
五、冰淇淋店市场定位策略	322
六、冰淇淋价格策略	323
七、冰淇淋行业创新策略	325
八、功能性甜味剂用于冰淇淋行业优势分析	332
第二节 2008-2009年冰淇淋行业发展趋势	334
一、国内冰淇淋市场前景	334
二、冰淇淋行业创新趋势分析	335
三、功能性冰淇淋市场发展趋势	336

四、冰淇淋未来发展新趋势	340
五、未来冰淇淋新挑战新机遇	341
六、冰淇淋行业发展趋势剖析	347
七、冰淇淋行业发展趋势	349
八、冰淇淋行业发展前景	351

图表目录

图表：通过购买意图细分冰淇淋消费者	30
图表：2005-2007年国内生产总值季度环比图	37
图表：2007年1-12月份CPI涨幅	40
图表：2007年经济核心数据及政策	40
图表：2008年1月份居民消费价格指数变化	41
图表：2008年1月份国民经济运行情况	42
图表：2008年1月份居民消费价格总水平	43
图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化	46
图表：2008年2月国民经济运行情况	47
图表：2008年2月份居民消费价格总水平	48
图表：2008年2月我国经济及政策状况	49
图表：2006-2008年1月我国贷款状况	50
图表：2008年2月末广义货币供应量走势图	50
图表：2008年2月份全国房屋价格指数	51
图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图	51
图表：2008年2月工业品出厂价格环比图	52
图表：2007-2008年2月我国CPI走势图	52
图表：中国CPI各类产品和服务比重	53
图表：美国CPI各类产品和服务比重	53
图表：2008年1季度中国GDP数据	54
图表：2008年1季度中国CPI数据	54
图表：2008年1季度中国房价数据	55
图表：2008年1季度中国PPI数据	55
图表：2008年1季度中国固定资产投资数据	55
图表：2008年1季度中国就业数据	55

图表：2008年1季度中国居民收入数据 55

图表：2008年1季度中国金融数据 55

图表：2008年1季度中国外汇储备数据 55

图表：2008年1季度中国贸易顺差数据 56

图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图 56

图表：2008年3月全国物价指数走势图 56

图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查 57

图表：2008年央行加息次数调查 57

图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查 57

图表：2008年1月物价动向调查 57

图表：CPI上涨投资动向调查 58

图表：CPI上涨消费动向调查 58

图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差 59

图表：工业增加值三个月环比增速 59

图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅 60

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额占比图 60

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图 61

图表：2008年1季度准M2三个月环比增速 61

图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表(按部门分类) 63

图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表 64

图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表(按部门分类) 65

图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表 66

图表：2008年3月金融机构外汇信贷收支表 67

图表：2008年3月其他商业银行人民币信贷收支表 68

图表：2008年3月货币供应量统计表 69

图表：2008年3月汇率、黄金和外汇储备报表 70

图表：2007-2008年1月货币供应量走势图 70

图表：2007-2008年3月货币供应量表 71

图表：金融机构人民币存贷款基准利率调整表 71

图表：2002-2008年巴西VHP原糖与乙醇价格比较 75

图表：2005-2008年巴西食糖出口进度 76

图表：2007-2008年全球食糖供需平衡表 78

图表：2007-2008年全球库存消费比与ISA价格比较	79
图表：2007-2008年各糖业机构对全球供求平衡的调整	79
图表：2008年1季度指数基金在ICE原糖市场净持仓与收盘价	80
图表：2007-2008年3月我国白糖净进口量	85
图表：2007-2008年3月我国白糖销量与总产量	86
图表：2007-2008年3月我国白糖销量与总产量	86
图表：2007年4季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营构成	231
图表：2007年4季度内蒙古伊利实业集团股份有限公司人员构成	232
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司投资收益分析	233
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司资本结构	233
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司获利能力分析	233
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司经营能力分析	234
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司偿债能力分析	234
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司发展能力分析	234
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司现金流量分析	234
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务收入	235
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司主营业务利润	235
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司营业利润	235
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司利润总额	236
图表：2007-2008年内蒙古伊利实业集团股份有限公司净利润	236
图表：2007年4季度光明乳业股份有限公司主营构成	296
图表：2007年4季度光明乳业股份有限公司人员构成	297
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司投资收益分析	297
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司资本结构	297
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司获利能力分析	298
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司经营能力分析	298
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司偿债能力分析	298
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司发展能力分析	298
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司现金流量分析	299
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司主营业务收入	299
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司主营业务利润	299
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司营业利润	299

图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司利润总额	300
图表：2007-2008年光明乳业股份有限公司净利润	300
图表：2007年4季度北京三元食品股份有限公司主营构成	302
图表：2007年4季度北京三元食品股份有限公司人员构成	302
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司投资收益分析	303
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司资本结构	303
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司获利能力分析	303
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司经营能力分析	304
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司偿债能力分析	304
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司发展能力分析	304
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司现金流量分析	304
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司主营业务收入	305
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司主营业务利润	305
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司营业利润	305
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司利润总额	306
图表：2007-2008年北京三元食品股份有限公司净利润	306

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44040.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。