

# 2015-2020年中国冰淇淋连锁市场运行态势及投资策略报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国冰淇淋连锁市场运行态势及投资策略报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/162400.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

### 第一章 2014年世界冰淇淋产业运行状况分析

#### 第一节 冰淇淋行业发展概况

- 一、冰淇淋起源
- 二、冰淇淋分类
- 三、冰淇淋发展史

#### 第二节 2014年国际冰淇淋行业发展概况

- 一、欧美冰淇淋发展情况
- 二、世界冰淇淋人均消费情况
- 三、世界新奇冰淇淋
- 四、世界冰淇淋产品特点
- 五、冰淇淋巨头连锁在中国发展情况

#### 第三节 2014年全球冰淇淋品牌市场分析

- 一、哈根达斯
- 二、雀巢冰淇淋

#### 第四节 国际冰淇淋市场新型配料发展分析

- 一、果葡糖浆
- 二、低聚异麦芽糖
- 三、赤藓糖醇

### 第二章 2014年国际冰淇淋行业主要国家动态分析

#### 第一节 美国冰淇淋行业发展状况

- 一、近年来美国冰淇淋销量分析
- 二、销售渠道
- 三、冰淇淋市场划分
- 四、美国冰淇淋产品
- 五、产品开发趋势
- 六、2014年美国冰淇淋企业宣布将杜绝产品中转基因原料
- 七、2014年美国冰淇淋品牌优逸雪品高调进驻中国(图)

#### 第二节 日本冰淇淋行业发展状况

- 一、销量
- 二、销售渠道
- 三、产品开发趋势及流行风味

#### 第三节 韩国冰淇淋行业发展状况

- 一、销售渠道

## 二、大公司主导市场

## 三、产品开发趋势及流行风味

## 四、冰淇淋产品特点

### 第三章 2014年中国冰淇淋产业运行环境分析

#### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2014年中国冰淇淋产业政策环境分析

##### 一、《冷饮食品卫生管理办法》

##### 二、《天津市冷饮食品卫生管理暂行规定》

##### 三、冰淇淋行业QS认证强制标准

#### 第三节 2014年中国冰淇淋产业社会环境分析

##### 一、中国人口规模及生活消费支出情况

##### 二、人们生活品质的提高

##### 三、休闲食品已荣升为百姓日常生活中的消费必需品

##### 四、文化环境分析

##### 五、冰淇淋消费观念和习惯

### 第四章 2014年中国冰淇淋产业运行形势分析

#### 第一节 中国冰淇淋产业发展概况

##### 一、我国冰淇淋发展情况

##### 二、中国冰淇淋人均年消费量

#### 第二节 2014年中国冰淇淋产业发展分析

##### 一、第十六届中国(天津)冰淇淋展

##### 二、冰淇淋行业开始追求绿色健康饮品

##### 三、本土冰淇淋品牌崛起

#### 第三节 近几年冰激凌行业总体特征和现状

##### 一、发展速度加快，行业规模总量加大

##### 二、优胜劣汰出现质变，行业垄断势头增加。

##### 三、冰淇淋正逐渐具备休闲食品功能

### 第五章 2014年中国冰淇淋连锁产业运行形势分析

#### 第一节 中国软冰淇淋连锁加盟业步入市场发展快轨道

#### 第二节 中国冰淇淋高端市场连锁专卖店分析

#### 第三节 中国冰淇淋中、

#### 第四节 中国冰淇淋市场连锁专卖店结论

## 第六章 2014年中国冰淇淋直营连锁产业运行形势分析

### 第一节 中端冰淇淋市场直营店发展模式的SWOT分析

一、优势

一、劣势

三、机会Opportunity

四、威胁

### 第二节 中端冰淇淋市场直营店发展模式及定位分析

一、发展模式——直营店发展模式

二、市场定位——中端市场

三、目标市场——30岁以下的青年、

四、价格定位——6到12元之间

五、产品选择——软冰淇淋

### 第三节 中端冰淇淋市场直营店发展模式需要注意的问题

一、冰淇淋市场细分

二、冰淇淋的特色

三、冰淇淋文化建设

## 第七章 2014年中国冰淇淋行业营销策略分析

### 第一节 2014年中国冰淇淋消费者分析

一、中国冰淇淋消费情况分析

二、中国冰淇淋消费者分析

三、中国冰淇淋消费市场总结

### 第二节 2014年中国冰淇淋行业营销策略案例

一、哈根达斯

二、凯菲冰淇淋

### 第三节 2014年中国冰淇淋行业营销策略

一、产品决策

二、定价决策

三、分销渠道决策

四、促销决策

### 第四节 美国DQ冰淇淋的社会化媒体营销案例

一、Blog平台

二、播客平台

三、Facebook平台

四、Twitter平台

五、手机平台：

## 第五节 广州冰激凌消费调查市场需求结果分析

- 一、有效样本
- 二、消费者背景资料分析
- 三、雪糕市场的品牌特点分析
- 四、雪糕购买渠道及消费特征分析
- 五、雪糕市场的未来发展方向
- 六、雪糕市场的开发建议

## 第六节 冰淇淋连锁点的品牌营销策略

## 第七节 冰淇淋加盟业决战市场的逆向营销策略

## 第八章 2014年中国冰淇淋产业市场竞争格局分析

### 第一节 2013年中国十大冰淇淋品牌排行榜 93

### 第二节 2014年洋品牌冰淇淋进入中国市场分析 94

- 一、2014年芭斯罗缤中国扩张提速
- 二、2014年雀巢冰淇淋将增50%市场投入
- 三、洋品牌冰激凌打响中国市场美味冷战

### 第三节 2014年中国冰淇淋市场竞争状况分析——以郑州为例

### 第四节 2015-2020年中国冰淇淋竞争策略分析

## 第九章 2014年国内外冰淇淋企业发展分析

### 第一节 哈根达斯

- 一、哈根达斯的公司简介
- 二、哈根达斯营销策略
- 三、细分目标市场

### 第二节 DQ冰雪皇后

- 一、DQ
- 二、消费者调查
- 二、营销策略与创意亮点

### 第三节 雀巢

- 一、雀巢公司简介
- 二、营销策略

### 第四节 伊利

### 第五节 八喜

### 第六节 芭斯罗宾

### 第七节 酷圣石

### 第八节 麦当劳

### 第九节 肯德基

## 第十章2014年国内外冰淇淋企业发展策略分析

### 第一节 哈根达斯冰激凌市场攻略

- 一、哈根达斯冰淇淋市场调查背景介绍
- 二、市场调查方法
- 三、问卷调查数据分析
- 四、上海哈根达斯冰淇淋的营销方向

### 第二节 星巴克冰激凌——大中华区营销策划书

#### 一、背景分析

- (一) 冰激凌市场的概况
- (二) 青年消费群分析
- (三) 竞争对手的分析

#### 二、SWOT分析

#### 三、产品定位说明

#### 四、营销组合策略

- (一) 产品策略
- (二) 价格策略
- (三) 促销策略
- (四) 渠道策略

### 第二节 可爱多冰淇淋调查分析

#### 一、调查概述

#### 二、可爱多冰淇淋行业现状

#### 三、调研分析

#### 四、市场分析与建议

#### 五、总结

## 第十一章 2015-2020年中国冰淇淋行业发展趋势预测分析

### 第一节 2015-2020年中国冰淇淋产业发展趋势

- 一、发展保健型的冰淇淋
- 二、开发新原料
- 三、原辅料回归天然
- 四、消费趋势发生改变
- 五、产品趋于系列化、
- 六、产品包装趋美、

### 第二节 2015-2020年中国冰淇淋市场发展预测

- 一、冰淇淋产量呈缓慢上升趋势，市场前景广阔
- 二、追求质量与品牌，创新求发展

三、企业规模化、

四、市场竞争激烈，人才是关键

第十二章 2015-2020年中国冰淇淋行业投资前景预测分析

第一节 2015-2020年中国冰淇淋行业投资环境分析

第二节 2015-2020年中国冰淇淋投资热点分析

一、以战略新品谋定市场

二、软冰淇淋加盟前景看好

三、开创国内软冰淇淋行业新格局

图表目录：

图表：2003年 季度—2014年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2014年居民消费价格主要数据

图表：2003年—2014年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2003年—2014年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2008-2013年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2008-2013年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2003年—2014年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2003年—2014年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2003年—2014年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2003年—2014年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率

图表：2003年—2014年货币供应量月度同比增长率（%）

图表：1978-2013年我国经济发展主要指标变化趋势

图表：2006-2013年我国城乡居民收入消费总趋势

图表：2006-2012城镇和农村居民消费支出结构

图表：2013年年末人口数及其构成

图表：八成被访者喜欢吃雪糕

图表：消费者对单一雪糕品牌忠诚度低

图表：即兴消费仍是市场的主流

图表：购买场所：小卖部和便利店成首选

图表：购买价位：集中在2~3元

图表：消费者平均每个月购买雪糕不超过10次

图表：每月支出：集中在10元以下和10~40元

图表：口味、口感成为购买雪糕最大关注点

图表：在雪糕巧克力味和甜筒类最受青睐

图表：心目中的雪糕：低脂低热量的雪糕成消费新潮



详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/162400.html>