

2013-2017年中国冷饮市场 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国冷饮市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yinliao1303/V35043GHWW.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-03-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国冷饮市场现状分析及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了世界冷饮行业整体运营状况、中国冷饮行业市场发展环境等，接着分析了中国冷饮市场发展的现状，然后介绍了中国冷饮市场竞争格局。随后，报告对中国冷饮做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国冷饮行业发展趋势与投资预测。您若想对冷饮产业有个系统的了解或者想投资冷饮行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2013-2017年中国冷饮市场现状分析及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

中国的冷饮市场虽然上有和路雪、雀巢，中有伊利、蒙牛、下有各乡镇小品牌，三个不同档次的消费层细分了整体的市场。在产品系列上，也已有了冰淇淋、雪糕、棒冰三大主线。仔细分析消费市场，人们消费的最重要因素是解暑、降温，其次是满足口欲，冷饮产品的季节性过于明显。

国内冷饮企业经过了几年的整合发展，市场逐步趋于成熟，现已进入一个重要的转折关头。冷饮的质量、包装、口味都将有大幅度提升，今后的冷饮竞争将逐步向品牌竞争转移。

第一章 2012年世界冷饮行业整体运营状况分析

第一节 2012年世界冷饮行业市场发展格局

- 一、世界冷饮市场热点聚焦
- 二、世界主要冷饮品牌综述
- 三、世界冷饮市场消费现状分析

第二节 2012年世界冷饮品牌主要国家分析

- 一、美国
- 二、澳大利亚
- 三、瑞典

第三节 2013-2017年世界冷饮行业发展趋势分析

第二章 2012年中国冷饮行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012年中国冷饮市场政策环境分析

一、《冷饮食品卫生管理办法》

二、《中华人民共和国食品卫生法》

三、《天津市冷饮食品卫生管理暂行规定》

第三节 2012年中国冷饮市场社会环境分析

第三章 2012年中国冷饮市场发展动态研究

第一节 2012年中国冷饮市场六大热点分析

第二节 2012年中国冷饮市场运行形式分析

一、冷饮市场三足鼎立

二、伊利将中国冰淇淋推向品质时代

三、冷饮的新品种所占市场份额增加

第三节 2012年冷饮市场分析——冰“疯”时刻

第四节 2012年中国冷饮市场运营现状

一、市场供需情况分析

二、市场供需平衡分析

三、市场价格体制分析

第四章 2012年中国冷饮市场细分市场运行透析

第一节 冰淇淋

一、冰淇淋主要原料

二、冰淇淋市场消费调查

三、冬季冰淇淋销售连年上升

四、中国各品牌冰淇淋市场占有率

五、酷冰地带冰淇淋以全新的投资模式引领冰品市场

第二节 雪糕

一、雪糕在冷饮市场消费份额

二、雪糕蒙牛伊利仍然称霸

三、北京冷饮市场消费需“慧眼”

四、珠三角雪糕品牌公众评价调查

五、雪糕存在质量问题

第三节 汽水

一、汽水的利与弊

二、汽水逐渐失宠市场

三、汽水市场消费分析及推广建议

四、汽水健康化成未来发展趋势

第四节 果汁

一、中国果汁产业回击质量门

二、中国饮料产品将向多样化发展

三、果蔬汁饮料表现突出，果粒饮料成市场新宠

四、是中国饮料市场多元发展转型重组的一年

五、代表品牌动态分析

1、康师傅：打造中国家喻户晓的知名品牌

2、汇源果汁：下乡撬动农村百亿市场

3、农夫果园：能不能“摇”动果汁市场

六、2010-2012年中国果汁及果汁饮料产量数据统计分析

七、果汁饮料市场消费情况分析

第五章 2012年中国冷饮行业市场销售渠道运行态势分析

第一节 营销观念发生质的转变

第二节 2012年中国冷饮销售模式分析

一、蒙牛冷饮专营店

二、冷饮市场营销渠道的新变化

第三节 2012年中国冷饮批发零售市场现状

一、中国冷饮批发零售成网络分布

二、冷饮消费渐升温批发价格在上涨

三、伊利中国冷饮行业驶入3.0时代

第四节 2012年中国制胜冷饮市场三大绝招

一、诉求的原初回归

二、策略的重点辐射

三、站位的顾客转向

第五节 2012年中国冷饮行业营销策略分析

- 一、品牌策略
- 二、媒体传播策略
- 三、促销策略
- 四、渠道策略

第六章 2012年中国冷饮市场消费调查分析

- 第一节 消费者对冷饮品牌认知度调查分析
- 第二节 消费者对冷饮价格敏感度调查分析
- 第三节 消费者对冷饮形式的关注度调查分析
 - 一、冰淇淋
 - 二、雪糕
 - 三、棒冰
- 第四节 消费者对冷饮包装的满意度调查分析
- 第五节 影响消费者购买冷饮的因素调查分析

第七章 2012年中国冷饮市场竞争格局透析

- 第一节 2012年中国冷饮市场竞争总况
 - 一、冷饮市场竞争激烈
 - 二、冷饮竞争打起“冰柜割据”
 - 三、冷饮渠道变革 新一轮竞争热点诞生
- 第二节 2012年中国冷饮市场竞争力分析
 - 一、冷饮市场品牌竞争现状
 - 二、价格竞争分析
 - 三、包装竞争分析
- 第三节 2012年中国冷饮产业集中度分析
 - 一、市场集中度分析
 - 二、生产企业的集中分布
- 第四节 2012年中国冷饮市场竞争中存在的问题
- 第五节 2013-2017年中国冷饮行业竞争趋势分析

第八章 2012年世界知名品牌冷饮企业在华市场运行浅析

- 第一节 “和路雪”

一、公司概况

二、市场主要产品分析

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 “雀巢”

一、公司概况

二、市场主要产品分析

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三节 “哈根达斯”

一、公司概况

二、市场主要产品分析

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第九章 2012年中国冷饮优势生产企业竞争力分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司(伊利) (600187)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司（蒙牛）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 和路雪(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 上海福乐食品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 河南省天冰冷饮有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 北京宏宝莱饮品有限公司(宏宝莱)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 上海光明食品有限公司（光明）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 辽宁省开原市天淇冷饮食品有限公司（天淇）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 雀巢(中国)有限公司（雀巢）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 杭州五丰冷食有限公司(五丰)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一节 北京艾莱发喜食品有限公司(八喜、三元)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十二节 湖南美怡乐食品有限公司(美怡乐)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十章 2013-2017年中国冷饮行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2013-2017年中国冷饮行业发展前景分析

- 一、市场潜力依然巨大
- 二、中国冰淇淋工业的发展前景展望
- 三、中国冷饮市场的拓展前景可观

第二节 2013-2017年中国冷饮行业发展趋势分析

- 一、冷饮产品属性从防暑降温转向休闲食品
- 二、增加产品的保健功能
- 三、加强冰淇淋的外型设计

第三节 2013-2017年中国冷饮行业市场预测分析

- 一、市场供需预测分析
- 二、进出口贸易预测分析

第四节 2013-2017年中国冷饮市场盈利预测分析

第十一章 2013-2017年中国冷饮行业投资前景预测分析

第一节 2012年中国冷饮行业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国冷饮行业投资机会分析

- 一、投资热点分析
- 二、区域投资潜力分析
- 三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2013-2017年中国冷饮行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、原料供给风险
- 四、市场运营机制风险

第四节 博思数据投资策略分析

图表目录：（部分）

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yinliao1303/V35043GHWW.html>