

2022-2028年中国冰淇淋连锁市场发展现状与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国冰淇淋连锁市场发展现状与投资战略咨询报告》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.cction.com/report/202112/255955.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2022-2028年中国冰淇淋连锁市场发展现状与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了冰淇淋连锁行业市场发展环境、冰淇淋连锁整体运行态势等，接着分析了冰淇淋连锁行业市场运行的现状，然后介绍了冰淇淋连锁市场竞争格局。随后，报告对冰淇淋连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了冰淇淋连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对冰淇淋连锁产业有个系统的了解或者想投资冰淇淋连锁行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 2019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 2019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 2019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 2019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、2019年美国冰淇淋企业宣布将杜绝产品中转基因原料
- 七、2019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 2019年中国冰淇淋产业运行环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、居民消费价格指数
- 三、工业品出厂价格指数
- 四、全国居民收入情况
- 五、恩格尔系数
- 六、工业发展形势
- 七、社会消费品零售总额
- 八、固定资产投资情况
- 九、对外贸易&进出口
- 十、货币供应量

十一、2019年中国经济发展预测

十二、“十三五”中后期我国经济增长潜力分析

第二节 2019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 2019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 2019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 2019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 2019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、低端市场连锁专卖店分析

第四节 中国冰淇淋市场连锁专卖店结论

第六章 2019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 Superiority

一、劣势 Weakness

三、机会 Opportunity

四、威胁 Threat

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、少年

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 2019年中国冰淇淋行业营销策略分析

第一节 2019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 2019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 2019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 2019年中国冰淇淋产业市场竞争格局分析

第一节 2019年中国十大冰淇淋品牌排行榜

第二节 2019年洋品牌冰淇淋进入中国市场分析

一、2019年芭斯罗缤中国扩张提速

二、2019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 2019年中国冰淇淋市场竞争状况分析——以郑州为例

第四节 2022-2028年中国冰淇淋竞争策略分析

第九章 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 公司简介

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 2019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 2022-2028年中国冰淇淋行业发展趋势预测分析

第一节 2022-2028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、多样化

六、产品包装趋美、趋新、趋奇

第二节 2022-2028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、大型化的趋势

四、市场竞争激烈，人才是关键

第十二章 2022-2028年中国冰淇淋行业投资前景预测分析（ ）

第一节 2022-2028年中国冰淇淋行业投资环境分析

第二节 2022-2028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；2019年居民消费价格主要数据

图表；2015-2019居民消费价格指数（上年同月=100）

图表；2015-2019工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2015-2019年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2015-2019年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表；2015-2019工业增加值月度同比增长率（%）

图表；2015-2019社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表；2015-2019固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表；2015-2019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；2015-2019货币供应量月度同比增长率（%）

图表：2015-2019年我国城乡居民收入消费总趋势

图表：2019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

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255955.html>