2026-2031年中国冷饮行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

冷饮品牌推广网络新闻营销作为一种有效的推广手段，逐渐从神坛走向平民，不再是那么高高在上，遥遥而不可及。同时弊端也应运而生：市场混乱、鱼龙混杂。这8个字足以代表现今的网络新闻营销的市常价格良莠不齐，甚至是出现了恶意竞争;恶意竞争导致了性价比超速下降，使企业失去其信心;操作者和企业主观的普遍认为网络新闻营销只是简单的发布新闻稿，操作者把自己只是定位在发稿的层面上，企业也只是把操作者当着发稿机器。这使企业和操作者都同时陷入了误区，走入一种极端。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国饮料工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国冷饮及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国冷饮行业发展状况和特点，以及中国冷饮行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的冷饮行业发展态势作了详细分析，并对冷饮行业进行了趋向研判，是冷饮开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前冷饮业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国冷饮行业发展综述

第一节 冷饮行业定义及分类

一、行业概念及定义

二、行业主要产品大类

第二节 冷饮行业统计标准

一、冷饮行业统计部门和统计口径

二、冷饮行业统计方法

三、冷饮行业数据种类

第三节 冷饮行业关联产业分析

一、冷饮主要原材料市场分析

1、奶业市场分析

2、糖业市场分析

3、巧克力市场分析

4、棕榈油市场分析

二、冷饮设备行业发展分析

三、冷饮包装行业发展分析

四、冷链物流行业发展分析

第二章 中国冷饮行业市场环境分析

第一节 行业政策环境分析

一、行业相关政策动向

二、冷饮行业发展规划

第二节 行业经济环境分析

一、国际宏观经济环境分析

二、国内宏观经济环境分析

三、行业宏观经济环境分析

第三节 行业人口环境分析

一、中国人口总量与结构分析

二、城乡居民可支配收入现状及趋势

三、城乡居民消费结构现状及趋势

第四节 行业技术环境分析

一、行业生产工艺流程分析

二、行业技术与国外的差距

三、行业新技术发展趋势分析

第五节 行业安全生产问题分析

一、行业容易出现的质量问题

二、行业安全生产的必备要求

1、对企业场所的要求

2、必备的生产设备

3、原辅材料的有关要求

4、必备的出厂检验设备

第六节 重大事件对冷饮行业的影响

一、奶源问题对冷饮行业的影响

二、对冷饮行业的影响

1、与冷饮行业的关系

2、对冷饮关联行业的影响

3、对冷饮行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国冷饮行业运营状况分析

第一节 中国冷饮行业发展状况分析

一、中国冷饮行业发展总体概况

二、中国冷饮行业发展主要特点

三、冷饮行业主要经济效益影响因素

四、冷饮行业经营情况分析

1、冷饮行业经营效益分析

2、冷饮行业盈利能力分析

3、冷饮行业营运能力分析

4、冷饮行业偿债能力分析

5、冷饮行业发展能力分析

第二节 中国冷饮行业供需平衡分析

一、全国冷饮行业供给情况分析

1、全国冷饮行业总产值分析

2、全国冷饮行业产成品分析

二、全国冷饮行业需求情况分析

1、全国冷饮行业销售产值分析

2、全国冷饮行业销售收入分析

三、全国冷饮行业产销率分析

第四章 我国冷饮行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026年中国冷饮行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2021-2026年中国冷饮行业产销情况分析

一、我国冷饮行业工业总产值

二、我国冷饮行业工业销售产值

三、我国冷饮行业产销率

第三节 2021-2026年中国冷饮行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国冷饮行业销售利润率

2、我国冷饮行业成本费用利润率

3、我国冷饮行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国冷饮行业资产负债比率

2、我国冷饮行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国冷饮行业应收帐款周转率

2、我国冷饮行业总资产周转率

3、我国冷饮行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国冷饮行业总资产增长率

2、我国冷饮行业利润总额增长率

3、我国冷饮行业主营业务收入增长率

4、我国冷饮行业资本保值增值率

第五章 中国冷饮行业消费市场分析

第一节 中国冰淇淋行业消费行为分析

一、不同城市居民冰淇淋消费行为分析

1、重点城市居民冰淇淋购买比例

2、不同人口特征城市居民的冰淇淋购买比例

二、不同媒介接触频率居民冰淇淋消费

1、不同电视媒介接触频率居民冰淇淋消费

2、不同广播媒介接触频率居民冰淇淋消费

3、不同报纸媒介接触频率居民冰淇淋消费

4、不同杂志媒介接触频率居民冰淇淋消费

5、不同网络媒介接触频率居民冰淇淋消费

第二节 中国冷饮行业消费特征分析

一、冷饮行业总体消费特征

二、冷饮行业产品消费特征

三、冷饮行业不同品牌消费特征

第三节 中国冷饮行业消费需求分析

一、冷饮行业消费需求总量分析

二、冷饮行业人均消费需求量分析

三、冷饮行业消费需求增长点分析

四、冷饮行业消费需求预测分析

第三部分 市场全景调研

第六章 中国冷饮行业主要产品市场分析

第一节 行业主要产品结构特征

一、行业产品结构特征分析

二、行业产品市场发展概况

第二节 行业产品市场需求分析

一、需求的主要拉动因素

二、主要产品市场需求分析

三、市场需求的增长趋势

第三节 行业主要产品市场分析

一、冰淇淋市场分析

二、雪糕市场分析

三、雪泥市场分析

四、冰棍市场分析

五、甜味冰市场分析

六、食用冰市场分析

第四节 行业主要产品营销策略

一、行业产品策略分析

二、行业定价策略分析

三、行业分销渠道策略

四、行业广告策略分析

第五节 伊利冷饮营销案例分析

一、伊利全产品营销策略

二、伊利全渠道营销策略

三、伊利全品牌营销策略

四、伊利奥运营销策略

五、伊利世博营销策略

第七章 我国冷饮行业营销趋势及策略分析

第一节 冷饮行业销售渠道分析

一、营销分析与营销模式推荐

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、冷饮营销环境分析与评价

1、国际环境下的冷饮

2、企事业需求下的冷饮

3、我国冷饮市场整体环境

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 冷饮行业营销策略分析

一、中国冷饮营销概况

二、冷饮营销策略探讨

1、中国冷饮产品营销策略浅析

2、冷饮新产品的市场推广策略

3、冷饮细分产品营销策略分析

第三节 冷饮营销的发展趋势

第四节 冷饮市场营销模式与面临的挑战

第四部分 竞争格局分析

第八章 中国冷饮行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构特征分析

二、行业区域集中度分析

第二节 行业重点区域产销情况分析

一、华北地区冷饮行业产销情况分析

1、北京市冷饮行业产销情况分析

2、天津市冷饮行业产销情况分析

3、河北省冷饮行业产销情况分析

4、山西省冷饮行业产销情况分析

5、内蒙冷饮行业产销情况分析

二、华南地区冷饮行业产销情况分析

1、广东省冷饮行业产销情况分析

2、广西冷饮行业产销情况分析

3、海南省冷饮行业产销情况分析

三、华东地区冷饮行业产销情况分析

1、上海市冷饮行业产销情况分析

2、江苏省冷饮行业产销情况分析

3、浙江省冷饮行业产销情况分析

4、山东省冷饮行业产销情况分析

5、福建省冷饮行业产销情况分析

6、安徽省冷饮行业产销情况分析

7、江西省冷饮行业产销情况分析

四、华中地区冷饮行业产销情况分析

1、湖北省冷饮行业产销情况分析

2、湖南省冷饮行业产销情况分析

3、河南省冷饮行业产销情况分析

五、西南地区冷饮行业产销情况分析

1、重庆市冷饮行业产销情况分析

2、四川省冷饮行业产销情况分析

3、贵州省冷饮行业产销情况分析

4、云南省冷饮行业产销情况分析

六、东北地区冷饮行业产销情况分析

1、吉林省冷饮行业产销情况分析

2、辽宁省冷饮行业产销情况分析

3、黑龙江省冷饮行业产销情况分析

七、西北地区冷饮行业产销情况分析

1、陕西省冷饮行业产销情况分析

2、甘肃省冷饮行业产销情况分析

3、青海省冷饮行业产销情况分析

4、宁夏冷饮行业产销情况分析

5、新疆冷饮行业产销情况分析

第九章 冷饮行业市场竞争状况分析

第一节 世界冷饮市场发展格局

一、世界冷饮市场特征分析

二、世界冷饮市场消费现状

第二节 世界各国冷饮市场发展分析

一、美国冷饮市场发展分析

二、西欧冷饮市场发展分析

三、日本冷饮市场发展分析

四、韩国冷饮市场发展分析

第三节 跨国品牌在华竞争分析

一、美国哈根达斯在华竞争分析

二、英国和路雪在华竞争分析

三、美国八喜在华竞争分析

四、美国DQ在华竞争分析

五、瑞士雀巢在华竞争分析

第四节 中国冷饮市场竞争分析

一、中国冷饮行业市场规模分析

二、中国冷饮行业集中度分析

1、行业资产集中度分析

2、行业销售集中度分析

3、行业利润集中度分析

三、中国冷饮行业竞争格局分析

四、中国冷饮行业兼并重组分析

第五节 行业不同经济类型企业竞争分析

一、不同经济类型企业特征情况

二、行业经济类型集中度分析

第十章 2026-2031年冷饮行业领先企业经营形势分析

第一节 杭州祐康食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第二节 上海伊利爱贝食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第三节 大森林食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第四节 杭州五丰冷食有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第五节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第六节 天津伊利康业冷冻食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第七节 吉林市天力冷食有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第八节 武汉伊利食品有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第九节 广州冷冻食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第十节 湖南美怡乐食品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构分析

四、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 中国冷饮行业发展趋势与前景分析

第一节 中国冷饮行业发展趋势分析

一、冷饮产品季节特性发展趋势

二、冷饮产品功能发展趋势

三、冷饮产品外型发展趋势

第二节 中国冷饮行业发展前景预测

一、冷饮行业资产规模预测

二、冷饮行业销售规模预测

三、冷饮行业盈利规模预测

第三节 中国冷饮行业投资特性分析

一、冷饮行业进入壁垒分析

二、冷饮行业盈利模式分析

三、冷饮行业盈利因素分析

第四节 中国冷饮行业投资风险

一、冷饮行业技术风险

二、冷饮行业市场风险

1、市场供需风险

2、市场价格风险

3、市场竞争风险

三、冷饮产品结构风险

四、冷饮关联行业风险

第五节 中国冷饮行业投资建议

一、冷饮行业投资现状分析

二、冷饮行业主要投资建议

第十二章 2026-2031年冷饮行业投资机会与风险防范

第一节 冷饮行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、冷饮行业投资现状分析

1、冷饮产业投资经历的阶段

2、2021-2026年冷饮行业投资状况回顾

3、2021-2026年中国冷饮行业风险投资状况

4、2021-2026年我国冷饮行业的投资态势

第二节 2026-2031年冷饮行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、冷饮行业投资机遇

第三节 2026-2031年冷饮行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国冷饮行业投资建议

一、冷饮行业未来发展方向

二、冷饮行业主要投资建议

三、中国冷饮企业融资分析

1、中国冷饮企业IPO融资分析

2、中国冷饮企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 2026-2031年冷饮行业面临的困境及对策

第一节 2021-2026年冷饮行业面临的困境

第二节 冷饮企业面临的困境及对策

一、重点冷饮企业面临的困境及对策

1、重点冷饮企业面临的困境

2、重点冷饮企业对策探讨

二、中小冷饮企业发展困境及策略分析

1、中小冷饮企业面临的困境

2、中小冷饮企业对策探讨

三、国内冷饮企业的出路分析

第三节 中国冷饮行业存在的问题及对策

一、中国冷饮行业存在的问题

二、冷饮行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国冷饮市场发展面临的挑战与对策

第十四章 冷饮行业发展战略研究

第一节 冷饮行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国冷饮品牌的战略思考

一、冷饮品牌的重要性

二、冷饮实施品牌战略的意义

三、冷饮企业品牌的现状分析

四、我国冷饮企业的品牌战略

五、冷饮品牌战略管理的策略

第三节 冷饮经营策略分析

一、冷饮市场细分策略

二、冷饮市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、冷饮新产品差异化战略

第四节 冷饮行业投资战略研究

一、2021-2026年冷饮行业投资战略

二、2026-2031年冷饮行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及投资建议

第一节 冷饮行业研究结论及建议

第二节 冷饮子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和冷饮行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：冷饮行业生命周期

图表：冷饮行业产业链结构

图表：2021-2026年全球冷饮行业市场规模

图表：2021-2026年中国冷饮行业市场规模

图表：2021-2026年冷饮行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国冷饮市场占全球份额比较

图表：2021-2026年冷饮行业工业总产值

图表：2021-2026年冷饮行业销售收入

图表：2021-2026年冷饮行业利润总额

图表：2021-2026年冷饮行业资产总计

图表：2021-2026年冷饮行业负债总计

图表：2021-2026年冷饮行业竞争力分析

图表：2021-2026年冷饮市场价格走势

图表：2021-2026年冷饮行业主营业务收入

图表：2021-2026年冷饮行业主营业务成本

图表：2021-2026年冷饮行业销售费用分析

图表：2021-2026年冷饮行业管理费用分析

图表：2021-2026年冷饮行业财务费用分析

图表：2021-2026年冷饮行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年冷饮行业销售利润率分析

图表：2021-2026年冷饮行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年冷饮行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年冷饮行业产能分析

图表：2021-2026年冷饮行业产量分析

图表：2021-2026年冷饮行业需求分析

图表：2021-2026年冷饮行业进口数据

图表：2021-2026年冷饮行业出口数据

图表：2021-2026年冷饮行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：42687

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170214/42687.shtml

在线订购：点击这里