

2015-2020年中国冰淇淋市场分析预测及投资战略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国冰淇淋市场分析预测及投资战略研究报告》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/164114.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 冰淇淋行业基本概况15

1.1冰淇淋行业基本介绍15

1.1.1冰淇淋定义15

1.1.2冰淇淋的起源15

1.1.3冰淇淋文化16

1.1.4不同种类冰淇淋的生产工艺18

1.2冰淇淋质量影响因素22

1.2.1冰淇淋混合料组成的影响22

1.2.2冰淇淋生产工艺条件的影响24

1.2.3冰淇淋生产设备的影响26

第二章 全球冰淇淋行业分析28

2.1世界冰淇淋行业发展概述28

2.1.1国际冰淇淋连锁专卖店走俏28

2.1.2全球冰淇淋产品特点分析28

2.1.3世界冰淇淋进军深圳29

2.1.4全球软冰淇淋巨头“DQ”登陆武汉30

2.1.5世界冰淇淋产品发展趋势30

2.2美国冰淇淋行业发展状况分析31

2.2.1美国冰淇淋消费市场概况31

2013-2014年美国冰淇淋市场规模分析33

2013-2014年美国冰淇淋市场消费结构分析34

2013-2014年美国冰淇淋市场包装结构分析35

2.3韩国冰淇淋行业分析37

2.3.1韩国冰淇淋消费市场概况37

2013-2014年韩国冰淇淋市场规模分析38

2013-2014年韩国冰淇淋市场消费结构分析39

2013-2014年韩国冰淇淋市场包装结构分析41

2.4日本冰淇淋行业分析43

2.4.1日本冰淇淋消费市场概况43

2013-2014年日本冰淇淋市场规模分析44

2013-2014年日本冰淇淋市场消费结构分析45

2013-2014年日本冰淇淋市场包装结构分析47

2.5其他国家冰淇淋行业发展状况48

2.5.1	西欧冰淇淋行业发展状况	48
2.5.2	欧洲冰淇淋市场消费情况	49
2.5.3	欧洲冰淇淋市场细分和产品定位策略	51
2.5.4	泰国冰淇淋市场	52
	第三章 中国冰淇淋行业分析	54
3.1	中国冰淇淋行业发展概述	54
3.1.1	中国冰淇淋行业概况	54
3.1.2	软冰淇淋行业国产成型设备需求分析	56
3.1.3	冰淇淋行业经营模式和行业特性	57
3.1.4	中国冰淇淋行业影响因素分析	58
3.1.5	冰淇淋行业产业链分析	60
3.1.6	冬季冰淇淋行业分析	60
	2001-2014年中国乳制品产量情况	61
3.2	中国经济环境分析	64
	2013-2014年中国经济情况和分析	64
	2013-2014年四季度中国经济分析	84
	2013-2014年中国经济趋势分析	85
	2013-2014年冰淇淋行业发展现状	88
	2013-2014年中国冰淇淋行业分析	88
	2013-2014年冰淇淋产业创新战取代价格战	89
	2013-2014年牛奶对冰淇淋行业影响分析	91
3.3.4	冰淇淋巨头连锁在中国发展情况	91
3.3.5	冰淇淋流行产品分析	94
	2013-2014年冰淇淋对乳品行业影响分析	95
3.3.7	中国冷饮消费升级情况	97
	2013-2014年冰淇淋行业进出口分析	98
	2001-2014年冰淇淋系列产品进口总体分析	98
	2001-2014年中国冰淇淋系列产品出口分析	99
	2013-2014年中国冰淇淋系列产品重点省市进出口分析	101
	2013-2014年主要国家冰淇淋系列产品的进出口分析	102
	2001-2014年中国冰淇淋系列产品进出口的均价趋势	106
	第四章 中国冰淇淋市场现状分析	107
4.1	中国冰淇淋市场发展概述	107
4.1.1	中国冰淇淋市场总体状况	107
4.1.2	中国冰淇淋行业特征	108

4.1.3中国冰淇淋市场的主要特点	110
4.1.4中国冰淇淋市场价格特点	112
4.1.5中国冰淇淋消费特征	113
2013-2014年中国冰淇淋市场分析	114
2013-2014年中国冰淇淋市场规模分析	114
2013-2014年中国冰淇淋市场消费结构分析	115
2013-2014年中国冰淇淋市场包装结构分析	117
2013-2014年中国冰淇淋市场销售模式分析	118
4.3中国冰淇淋生产企业市场份额分析	119
4.3.1中国冰淇淋生产企业市场份额分析	119
4.3.2中国冲动消费冰淇淋生产企业市场份额分析	120
4.3.3中国家庭消费冰淇淋生产企业市场份额分析	121
4.4中国冰淇淋品牌市场份额分析	122
4.4.1中国冰淇淋总体品牌市场份额分析	122
4.4.2中国冲动消费冰淇淋品牌市场份额分析	123
4.4.3中国家庭消费冰淇淋品牌市场份额分析	124
2013-2014年中国冰淇淋市场分析	125
4.5.1冰淇淋市场独特消费分析	125
4.5.2中国高端冰淇淋市场分析	125
2013-2014年冰淇淋市场价格状况	127
第五章 中国冰淇淋市场消费者调研分析	129
5.1中国冰淇淋主要消费市场调研分析	129
5.1.1北京市冰淇淋市场消费者调研分析	129
5.1.2天津市冰淇淋市场消费者调研分析	130
5.1.3太原冰淇淋市场消费者调研分析	130
5.1.4哈尔滨冰淇淋市场消费者调研分析	131
5.1.5长春冰淇淋市场消费者调研分析	132
5.1.6沈阳冰淇淋市场消费者调研分析	133
5.1.7大连冰淇淋市场消费者调研分析	134
5.1.8济南冰淇淋市场消费者调研分析	135
5.1.9青岛冰淇淋市场消费者调研分析	135
南京冰淇淋市场消费者调研分析	136
苏州冰淇淋市场消费者调研分析	137
上海冰淇淋市场消费者调研分析	138
杭州冰淇淋市场消费者调研分析	139

宁波冰淇淋市场消费者调研分析	140
福州冰淇淋市场消费者调研分析	140
厦门冰淇淋市场消费者调研分析	141
合肥冰淇淋市场消费者调研分析	142
南昌冰淇淋市场消费者调研分析	143
郑州冰淇淋市场消费者调研分析	144
长沙冰淇淋市场消费者调研分析	145
武汉冰淇淋市场消费者调研分析	145
广州冰淇淋市场消费者调研分析	146
深圳冰淇淋市场消费者调研分析	147
佛山冰淇淋市场消费者调研分析	148
南宁冰淇淋市场消费者调研分析	149
海口冰淇淋市场消费者调研分析	150
成都冰淇淋市场消费者调研分析	150
重庆冰淇淋市场消费者调研分析	151
昆明冰淇淋市场消费者调研分析	152
西安冰淇淋市场消费者调研分析	153
5.2主要冰淇淋品牌消费者特征分析	154
5.2.1伊利消费者特征分析	154
5.2.2蒙牛消费者特征分析	156
5.2.3和路雪消费者特征分析	157
5.2.4雀巢消费者特征分析	159
5.2.5光明消费者特征分析	161
5.2.6美登高消费者特征分析	163
5.2.7宏宝莱消费者特征分析	164
5.2.8蔓登琳消费者特征分析	166
5.2.9五羊消费者特征分析	168
新大陆消费者特征分析	170
第六章 中国冰淇淋行业分析	172
6.1冰淇淋市场竞争状况	172
6.1.1冰淇淋低端市场竞争状况	172
6.1.2冰淇淋中高端市场竞争状况	174
6.1.3冰淇淋高端市场竞争情况	175
6.1.4土洋巨头备战冰淇淋高端市场	177
6.2冰淇淋市场	178

6.2.1冰淇淋市场调查概况	178
6.2.2冰淇淋市场迎来“战国时代”	178
1中国冰淇淋市场	180
3-2014年国产冰淇淋市场格局	180
6.3冰淇淋品牌竞争格局	182
6.3.1冰淇淋品牌竞争向价值创新升级	182
6.3.2国内冰淇淋品牌格局分析	183
6.3.3冰淇淋塑造品牌文化在急	187
6.4中国冰淇淋市场竞争趋势分析	189
6.4.1从广告战走向品牌战	189
6.4.2从价格战走向价值战	190
6.4.3从渠道战走向服务战	192
6.4.4从产品战走向资本战	193
6.5国内外冰淇淋企业在华发展动态	195
6.5.1凯菲冰淇淋蛋糕市场攻略	195
6.5.2黑冰客冰淇淋	197
6.5.3新城市冰淇淋	198
6.5.4赫里特斯冰淇淋	199
6.5.5美国开心哈利	200
6.5.6意大利JLD冰淇淋	202
6.5.7怡特浓冰淇淋	207
6.5.8萨伦冰淇淋	209
第七章 中国冰淇淋包装行业分析	211
7.1冰淇淋包装行业发展概况	211
7.1.1冰淇淋包装种类及用材	211
7.1.2冰淇淋家庭实惠装成为趋势	211
7.1.3冰淇淋包装行业问题分析	212
2013-2014年冰淇淋包装行业分析	212
7.2.1冰淇淋新包装新价格应对原料涨价情况	212
7.2.2千层雪冰淇淋纸盒包装案例分析	215
7.2.3新式餐饮零售用冰淇淋塑料包装	216
7.2.4未来冰淇淋外形及包装趋势	216
第八章 中国冰淇淋行业重点企业分析	219
8.1内蒙古伊利实业集团股份有限公司	219
8.1.1企业基本情况	219

2013-2014年企业经营情况分析	221
2013-2014年主要财务指标分析	222
2013-2014年伊利冰淇淋战略	224
2013-2014年伊利冰淇淋发展动态	227
8.2内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司	228
8.2.1企业基本情况	228
2013-2014年企业经营情况分析	230
2013-2014年蒙牛冰淇淋主攻中高端市场	231
2013-2014年蒙牛冰淇淋战略	233
8.3光明乳业股份有限公司	233
8.3.1企业基本情况	233
2013-2014年企业经营情况分析	234
2013-2014年主要财务指标分析	235
8.3.4公司未来发展展望	237
8.4北京三元食品股份有限公司	238
8.4.1企业基本情况	238
2013-2014年企业经营情况分析	238
2013-2014年主要财务指标分析	240
8.4.4公司未来发展展望	242
8.5哈根达斯	242
8.5.1哈根达斯简介	242
8.5.2哈根达斯冰淇淋介绍	243
8.5.3哈根达斯冰淇淋客户路线	244
8.5.4哈根达斯冰淇淋营销中国市场策略	245
8.5.5哈根达斯品牌经营策略	247
2013-2014年哈根达斯公司发展动态	248
8.6和路雪（中国）有限公司	248
8.6.1企业基本情况	248
8.6.2企业产销值情况	248
8.6.3企业财务数据分析	249
8.6.4企业经营指标	250
8.6.5和路雪布局冰淇淋中端市场	251
8.6.6公司经营发展策略分析	251
8.7雀巢（中国）有限公司	253
8.7.1企业基本情况	253

8.7.2雀巢冰淇淋	254
8.7.3雀巢冰淇淋双品牌战略	254
2013-2014年雀巢冰淇淋广州新厂开业	255
8.8河南省天冰冷饮有限公司	255
8.8.1企业基本情况	255
8.8.2天冰主要冰淇淋产品系列	256
8.8.3天冰冷饮冰淇淋市场策略	256
8.9广东美怡乐食品有限公司	257
8.9.1企业基本情况	257
8.9.2 2013-2014年企业偿债能力分析	258
8.9.3 2013-2014年企业盈利能力分析	258
8.9.4 2013-2014年企业成本费用分析	259
北京艾莱发喜食品有限公司	260
.1企业基本情况	260
.2企业产销值情况	261
.3企业财务数据分析	262
.4企业经营指标	263
杭州祐康食品有限公司	264
.1企业基本情况	264
.2企业产销值情况	265
.3企业财务数据分析	265
.4企业经营指标	267
2013-2014年祐康冰淇淋成功登陆澳门	267
第九章 中国冰淇淋行业投资及发展策略	269
9.1中国冰淇淋行业投资分析	269
9.1.1冰淇淋经营模式建议	269
9.1.2投资冰淇淋店分析	269
9.1.3投资冰淇淋行业市场关注焦点	270
9.2中国冰淇淋行业发展策略分析	272
9.2.1冰淇淋行业营销分析	272
9.2.2快速消费品简单营销	273
9.2.3冰淇淋品牌发展对策	276
9.2.4冰淇淋市场价格策略	277
9.2.5冰淇淋行业创新策略	277
9.2.6发展功能性甜味剂的冰淇淋	279

第十章 中国冰淇淋行业发展前景趋势分析282

10.1中国冰淇淋行业发展前景282

2013-2014年冰淇淋市场的走向282

10.1.2国内冰淇淋市场前景282

10.1.3冰淇淋行业发展前景分析283

10.2中国冰淇淋行业发展趋势分析285

10.2.1冰淇淋产业发展趋势285

10.2.2冰淇淋生产新趋势286

10.2.3冰淇淋市场发展趋势287

10.2.4功能性冰淇淋发展趋势分析288

10.2.5中国冰淇淋市场未来趋势的展望291

2015-2020年冰淇淋市场规模预测293

2015-2020年全球冰淇淋零售量预测293

2015-2020年全球冰淇淋零售价值预测293

2015-2020年中国冰淇淋零售量预测294

2015-2020年中国冰淇淋零售价值预测295

图表目录：

图表1 2013-2014年美国冰淇淋市场规模（Volume）33

图表2 2013-2014年美国冰淇淋市场规模趋势图（Volume）33

图表3 2013-2014年美国冰淇淋市场规模（Value）33

图表4 2013-2014年美国冰淇淋市场规模趋势图（Value）34

图表5 2013-2014年美国不同消费类型冰淇淋市场规模（Volume）34

图表6 2013-2014年美国不同消费类型冰淇淋市场份额（Volume）34

图表7 2013-2014年美国不同消费类型冰淇淋市场规模（Value）35

图表8 2013-2014年美国不同消费类型冰淇淋所占份额（Value）35

图表9 2013-2014年美国不同包装冰淇淋市场规模（Volume）36

图表10 2013-2014年美国不同包装冰淇淋市场份额（Volume）36

图表11 2013-2014年美国不同包装冰淇淋销售市场规模（Value）36

图表12 2013-2014年美国不同包装冰淇淋所占份额（Value）37

图表13 2013-2014年韩国冰淇淋市场规模（Volume）38

图表14 2013-2014年韩国冰淇淋市场规模趋势图（Volume）38

图表15 2013-2014年韩国冰淇淋市场规模（Value）39

图表16 2013-2014年韩国冰淇淋市场规模趋势图（Value）39

图表17 2013-2014年韩国不同消费类型冰淇淋市场规模（Volume）40

图表18 2013-2014年韩国不同消费类型冰淇淋市场份额（Volume）40

图表19 2013-2014年韩国不同消费类型冰淇淋市场规模（（Value）40

图表20 2013-2014年韩国不同消费类型冰淇淋所占份额（（Value）41

图表21 2013-2014年韩国不同包装冰淇淋市场规模（Volume）41

图表22 2013-2014年韩国不同包装冰淇淋市场份额（Volume）42

图表23 2013-2014年韩国不同包装冰淇淋销售市场规模（Value）42

图表24 2013-2014年韩国不同包装冰淇淋所占份额（Value）42

图表25 1996-2014年日本冰淇淋消费量趋势43

图表26 2013-2014年日本冰淇淋市场规模（Volume）44

图表27 2013-2014年日本冰淇淋市场规模趋势图（Volume）44

图表28 2013-2014年日本冰淇淋市场规模（Value）44

图表29 2013-2014年日本冰淇淋市场规模趋势图（Value）45

图表30 2013-2014年日本不同消费类型冰淇淋市场规模（Volume）45

图表31 2013-2014年日本不同消费类型冰淇淋市场份额（Volume）46

图表32 2013-2014年日本不同消费类型冰淇淋市场规模（（Value）46

图表33 2013-2014年日本不同消费类型冰淇淋所占份额（（Value）46

图表34 2013-2014年日本不同包装冰淇淋市场规模（Volume）47

图表35 2013-2014年日本不同包装冰淇淋市场份额（Volume）47

图表36 2013-2014年日本不同包装冰淇淋销售市场规模（Value）47

图表37 2013-2014年日本不同包装冰淇淋所占份额（Value）48

图表38 通过购买意图细分冰淇淋消费者51

图表39 冰淇淋行业经营模式图58

图表40 2001-2014年H中国乳制品产量统计及增长情况61

图表41 2001-2014年中国乳制品产量增长趋势图62

图表42 2013-2014年中国乳制品月度产量数据统计62

图表43 2013-2014年1-9月数据统计63

图表44 2013-2014年H中国各省区乳制品产量排名情况63

图表45 2013-2014年乳制品产量排名情况63

图表46 2013-2014年中国GDP增长趋势图64

图表47 2013-2014年中国居民消费价格涨跌幅度65

图表48 2013-2014年居民消费价格比上年涨跌幅度65

图表49 2013-2014年国家外汇储备情况66

图表50 2013-2014年税收收入及其增长情况66

图表51 2013-2014年粮食产量及其增长情况67

图表52 2013-2014年工业增加值及其增长情况68

图表53 2013-2014年主要工业产品产量及其增长速度68

图表54 2013-2014年1-9月规模以上工业企业实现利润及其增长速度	69
图表55 2013-2014年固定资产投资及其增长情况	70
图表56 2013-2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度	70
图表57 2013-2014年固定资产投资新增主要生产能力	72
图表58 2013-2014年社会消费品零售总额及其增长情况	72
图表59 2013-2014年货物进出口总额及其增长情况	73
图表60 2013-2014年货物进出口总额及其增长速度	73
图表61 2013-2014年对主要国家和地区货物进出口总额及其增长速度	74
图表62 2013-2014年分行业外商直接投资及其增长速度	74
图表63 2013-2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度	75
图表64 2013-2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度	76
图表65 2013-2014年电话用户数	77
图表66 2013-2014年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度	77
图表67 2013-2014年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长情况	78
图表68 2013-2014年各类教育招生人数	79
图表69 2013-2014年中国人口数及其构成	80
图表70 2013-2014年农村居民人均纯收入及其增长情况	81
图表71 2013-2014年城镇居民人均纯收入及其增长情况	81
图表72 2013-2014年能源消费总量及其增长情况	83
图表732001-2014年中国冰淇淋系列产品进口数量统计	98
图表742001-2014年中国冰淇淋系列产品进口数量趋势图	98
图表752001-2014年中国冰淇淋系列产品进口金额统计	99
图表762001-2014年中国冰淇淋系列产品进口金额趋势图	99
图表772001-2014年中国冰淇淋系列产品出口数量统计	99
图表782001-2014年中国冰淇淋系列产品出口数量趋势图	100
图表792001-2014年中国冰淇淋系列产品出口金额统计	100
图表802001-2014年中国冰淇淋系列产品出口金额趋势图	100
图表81 2013-2014年H中国分省市冰淇淋系列产品出口数量和金额统计	101
图表82 2013-2014年中国分省市冰淇淋系列产品出口数量和金额统计	101
图表83 2013-2014年H中国分省市冰淇淋系列产品进口数量和金额统计	102
图表84 2013-2014年中国分省市冰淇淋系列产品进口数量和金额统计	102
图表85 2013-2014年H中国冰淇淋系列产品出口流向统计	103
图表86 2013-2014年中国冰淇淋系列产品出口流向统计	103
图表87 2013-2014年H中国冰淇淋系列产品进口来源统计	104
图表88 2013-2014年中国冰淇淋系列产品进口来源统计	104

图表89	2001-2014年中国冰淇淋系列产品进口均价统计	105
图表90	2001-2014年中国冰淇淋系列产品进口均价趋势图	105
图表91	2001-2014年中国冰淇淋系列产品出口均价统计	106
图表92	2001-2014年中国冰淇淋系列产品出口均价趋势图	106
图表93	2013-2014年中国冰淇淋市场规模 (Volume)	114
图表94	2013-2014年中国冰淇淋市场规模趋势图 (Volume)	114
图表95	2013-2014年中国冰淇淋市场规模 (Value)	115
图表96	2013-2014年中国冰淇淋市场规模趋势图 (Value)	115
图表97	2013-2014年中国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Volume)	116
图表98	2013-2014年中国不同消费类型冰淇淋市场份额 (Volume)	116
图表99	2013-2014年中国不同消费类型冰淇淋市场规模 ((Value)	116
图表100	2013-2014年中国不同消费类型冰淇淋所占份额 ((Value)	116
图表101	2013-2014年中国不同包装冰淇淋市场规模 (Volume)	117
图表102	2013-2014年中国不同包装冰淇淋市场份额 (Volume)	117
图表103	2013-2014年中国不同包装冰淇淋销售市场规模 (Value)	118
图表104	2013-2014年中国不同包装冰淇淋所占份额 (Value)	118
图表105	2013-2014年中国冰淇淋不同销售模式市场份额情况	119
图表106	2013-2014年中国冰淇淋不同销售模式市场份额	119
图表107	2013-2014年中国冰淇淋总体生产企业市场份额情况	119
图表108	2013-2014年中国冲动消费冰淇淋生产企业市场份额	120
图表109	2013-2014年中国家庭消费冰淇淋生产企业市场份额	121
图表110	2013-2014年中国冰淇淋品牌市场份额情况	122
图表111	2013-2014年中国冲动消费冰淇淋品牌市场份额情况	123
图表112	2013-2014年中国家庭消费冰淇淋品牌市场份额情况	124
图表113	北京市冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	129
图表114	北京市冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	129
图表115	天津市冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	130
图表116	天津市冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	130
图表117	太原冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	130
图表118	太原冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	131
图表119	哈尔滨冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	131
图表120	哈尔滨冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	132
图表121	长春冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	132
图表122	长春冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	132
图表123	沈阳冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	133

图表124沈阳冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	133
图表125大连冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	134
图表126大连冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	134
图表127济南冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	135
图表128济南冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	135
图表129青岛冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	135
图表130青岛冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	136
图表131南京冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	136
图表132南京冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	137
图表133苏州冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	137
图表134苏州冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	137
图表135上海冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	138
图表136上海冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	138
图表137杭州冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	139
图表138杭州冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	139
图表139宁波冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	140
图表140宁波冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	140
图表141福州冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	140
图表142福州冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	141
图表143厦门冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	141
图表144厦门冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	142
图表145合肥冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	142
图表146合肥冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	142
图表147南昌冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	143
图表148南昌冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	143
图表149郑州冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	144
图表150郑州冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	144
图表151长沙冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	145
图表152长沙冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	145
图表153武汉冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	145
图表154武汉冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	146
图表155广州冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	146
图表156广州冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	147
图表157深圳冰淇淋消费市场品牌渗透率 (TOP10)	147
图表158深圳冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例 (TOP10)	147

图表159佛山冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	148
图表160佛山冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	148
图表161南宁冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	149
图表162南宁冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	149
图表163海口冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	150
图表164海口冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	150
图表165成都冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	150
图表166成都冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	151
图表167重庆冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	151
图表168重庆冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	152
图表169昆明冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	152
图表170昆明冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	152
图表171西安冰淇淋消费市场品牌渗透率（TOP10）	153
图表172西安冰淇淋消费市场最经常食用品牌比例（TOP10）	153
图表173伊利冰淇淋的消费者的性别构成	154
图表174伊利冰淇淋的消费者的年龄构成	154
图表175伊利冰淇淋的消费者的婚姻状况	154
图表176伊利冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	154
图表177伊利冰淇淋的消费者个人收入情况	155
图表178伊利冰淇淋的消费者家庭收入情况	155
图表179伊利冰淇淋的消费者职业情况	155
图表180蒙牛冰淇淋的消费者的性别构成	156
图表181蒙牛冰淇淋的消费者的年龄构成	156
图表182蒙牛冰淇淋的消费者的婚姻状况	156
图表183蒙牛冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	156
图表184蒙牛冰淇淋的消费者个人收入情况	156
图表185蒙牛冰淇淋的消费者家庭收入情况	157
图表186蒙牛冰淇淋的消费者职业情况	157
图表187和路雪冰淇淋的消费者的性别构成	157
图表188和路雪冰淇淋的消费者的年龄构成	157
图表189和路雪冰淇淋的消费者的婚姻状况	158
图表190和路雪冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	158
图表191和路雪冰淇淋的消费者个人收入情况	158
图表192和路雪冰淇淋的消费者家庭收入情况	158
图表193和路雪冰淇淋的消费者职业情况	159

图表194雀巢冰淇淋的消费者的性别构成	159
图表195雀巢冰淇淋的消费者的年龄构成	159
图表196雀巢冰淇淋的消费者的婚姻状况	159
图表197雀巢冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	160
图表198雀巢冰淇淋的消费者个人收入情况	160
图表199雀巢冰淇淋的消费者家庭收入情况	160
图表200雀巢冰淇淋的消费者职业情况	160
图表201光明冰淇淋的消费者的性别构成	161
图表202光明冰淇淋的消费者的年龄构成	161
图表203光明冰淇淋的消费者的婚姻状况	161
图表204光明冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	161
图表205光明冰淇淋的消费者个人收入情况	162
图表206光明冰淇淋的消费者家庭收入情况	162
图表207光明冰淇淋的消费者职业情况	162
图表208美登高冰淇淋的消费者的性别构成	163
图表209美登高冰淇淋的消费者的年龄构成	163
图表210美登高冰淇淋的消费者的婚姻状况	163
图表211美登高冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	163
图表212美登高冰淇淋的消费者个人收入情况	163
图表213美登高冰淇淋的消费者家庭收入情况	164
图表214美登高冰淇淋的消费者职业情况	164
图表215宏宝莱冰淇淋的消费者的性别构成	164
图表216宏宝莱冰淇淋的消费者的年龄构成	165
图表217宏宝莱冰淇淋的消费者的婚姻状况	165
图表218宏宝莱冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	165
图表219宏宝莱冰淇淋的消费者个人收入情况	165
图表220宏宝莱冰淇淋的消费者家庭收入情况	166
图表221宏宝莱冰淇淋的消费者职业情况	166
图表222蔓登琳冰淇淋的消费者的性别构成	166
图表223蔓登琳冰淇淋的消费者的年龄构成	166
图表224蔓登琳冰淇淋的消费者的婚姻状况	167
图表225蔓登琳冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况	167
图表226蔓登琳冰淇淋的消费者个人收入情况	167
图表227蔓登琳冰淇淋的消费者家庭收入情况	167
图表228蔓登琳冰淇淋的消费者职业情况	168

图表229五羊冰淇淋的消费者的性别构成168

图表230五羊冰淇淋的消费者的年龄构成168

图表231五羊冰淇淋的消费者的婚姻状况168

图表232五羊冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况169

图表233五羊冰淇淋的消费者个人收入情况169

图表234五羊冰淇淋的消费者家庭收入情况169

图表235五羊冰淇淋的消费者职业情况169

图表236新大陆冰淇淋的消费者的性别构成170

图表237新大陆冰淇淋的消费者的年龄构成170

图表238新大陆冰淇淋的消费者的婚姻状况170

图表239新大陆冰淇淋的消费者的家庭成员构成情况170

图表240新大陆冰淇淋的消费者个人收入情况171

图表241新大陆冰淇淋的消费者家庭收入情况171

图表242新大陆冰淇淋的消费者职业情况171

图表243 2013-2014年伊利股份主营业务分行业或分产品情况221

图表244 2013-2014年伊利股份主营业务分地区情况222

图表245 2013-2014年伊利股份公司资产及负债统计222

图表246 2013-2014年伊利股份公司销售及利润统计222

图表247 2013-2014年伊利股份公司成本费用统计223

图表248 2013-2014年伊利股份公司偿债能力情况223

图表249 2013-2014年伊利股份公司经营效率统计223

图表250 2013-2014年伊利股份公司盈利能力统计224

图表251 2013-2014年伊利股份公司成长能力统计224

图表252 2013-2014年蒙牛乳业公司主营业务收入及比例230

图表253 2013-2014年光明乳业主营业务分行业或分产品情况235

图表254 2013-2014年光明乳业主营业务分地区情况235

图表255 2013-2014年光明乳业股份公司资产及负债统计235

图表256 2013-2014年光明乳业股份公司销售及利润统计236

图表257 2013-2014年光明乳业股份公司成本费用统计236

图表258 2013-2014年光明乳业股份公司偿债能力情况236

图表259 2013-2014年光明乳业股份公司经营效率统计236

图表260 2013-2014年光明乳业股份公司盈利能力统计237

图表261 2013-2014年光明乳业股份公司成长能力统计237

图表262 2013-2014年三元食品股份公司主营业务分行业或分产品情况239

图表263 2013-2014年三元食品股份公司主营业务分地区情况240

图表264 2013-2014年三元食品股份公司资产及负债统计	240
图表265 2013-2014年三元食品股份公司销售及利润统计	240
图表266 2013-2014年三元食品股份公司成本费用统计	240
图表267 2013-2014年三元食品股份公司偿债能力情况	241
图表268 2013-2014年三元食品股份公司经营效率统计	241
图表269 2013-2014年三元食品股份公司盈利能力统计	241
图表270 2013-2014年三元食品股份公司成长能力统计	242
图表271 2013-2014年和路雪（中国）有限公司产值表	248
图表272 2013-2014年和路雪（中国）有限公司资产负债表	249
图表273 2013-2014年和路雪（中国）有限公司损益表	250
图表274 2013-2014年和路雪（中国）有限公司偿债能力指标	250
图表275 2013-2014年和路雪（中国）有限公司营运能力指标	250
图表276 2013-2014年和路雪（中国）有限公司盈利能力指标	251
图表277 2013-2014年广东美怡乐食品有限公司资产负债统计	258
图表278 2013-2014年广东美怡乐食品有限公司偿债能力情况	258
图表279 2013-2014年广东美怡乐食品有限公司销售及利润统计	258
图表280 2013-2014年广东美怡乐食品有限公司盈利能力情况	259
图表281 2013-2014年广东美怡乐食品有限公司成本费用结构图	259
图表282 2013-2014年广东美怡乐食品有限公司成本费用统计	259
图表283 2013-2014年北京艾莱发喜食品有限公司产值表	262
图表284 2013-2014年北京艾莱发喜食品有限公司资产负债表	262
图表285 2013-2014年北京艾莱发喜食品有限公司损益表	263
图表286 2013-2014年北京艾莱发喜食品有限公司偿债能力指标	264
图表287 2013-2014年北京艾莱发喜食品有限公司营运能力指标	264
图表288 2013-2014年北京艾莱发喜食品有限公司盈利能力指标	264
图表289 2013-2014年杭州祐康食品有限公司产值表	265
图表290 2013-2014年杭州祐康食品有限公司资产负债表	265
图表291 2013-2014年杭州祐康食品有限公司损益表	266
图表292 2013-2014年杭州祐康食品有限公司偿债能力指标	267
图表293 2013-2014年杭州祐康食品有限公司营运能力指标	267
图表294 2013-2014年杭州祐康食品有限公司盈利能力指标	267
图表295 2015-2020年全球冰淇淋市场规模预测（Volume）	293
图表296 2013-2014年全球冰淇淋市场规增长趋势图（Volume）	293
图表297 2015-2020年全球冰淇淋市场规模预测（Value）	293
图表298 2013-2014年全球冰淇淋市场规模增长趋势图（Value）	294

图表299 2015-2020年中国冰淇淋市场规模预测（Volume）294

图表300 2013-2014年中国冰淇淋市场规模增长趋势图（Volume）294

图表301 2015-2020年中国冰淇淋市场规模预测（Value）295

图表302 2013-2014年中国冰淇淋市场规模增长趋势图（Value）295

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/164114.html>