



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国冰淇淋市场分 析预测及投资战略研究报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国冰淇淋市场分析预测及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/254140.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 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402001-2014年H中国乳制品产量统计及增长情况61

图表412001-2014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892001-2014年中国冰淇淋系列产品进口均价统计105

图表902001-2014年中国冰淇淋系列产品进口均价趋势图105

图表912001-2014年中国冰淇淋系列产品出口均价统计106  
图表922001-2014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模增长趋势图 ( 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.icandata.com/view/254140.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

## 7、预测研究方法

# 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

# 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。