

2008-2010年中国冰淇淋行业市场调查咨询及发展 预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008-2010年中国冰淇淋行业市场调查咨询及发展预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2833928339.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

【报告说明】本报告在客户购买后，电子版2小时内交付客户，并且目录后均有页码一一对应。如果没有版权声明、取掉页码的目录、不能及时送达的报告，均为胡乱拼凑报告！请注意核实，避免对您的市场决策带来重大损失！

本报告未授权任何图书类网站销售，请用户注意识别！

【报告描述】 中国冰淇淋市场的增长速度非常快，目前人均年消费量是2升（相当于25到30支的冰淇淋），未来20年期望上升到6升，中国将成为世界上最大的冰淇淋消费国。从消费者规模来看，2003-2007年冰淇淋在中国市场的渗透率已达到了惊人的高度，连续三年超过73%，而且走势比较平稳。冰淇淋在中国城市中的普及率已相当高，平均每100个城市居民中就会有73个人在2006年中食用过冰淇淋产品。在中国这样一个人口规模如此巨大的国家中，73%的高比率不能不说是中国冰淇淋市场巨大容量的一个最好的证明。 随着经济与文化的发展，休闲性的消费支出占比越来越大，冰淇淋正成为消费者的新宠。预计2008年全年中国冰淇淋零售量将达到39亿升，到2012年中国冰淇淋零售量超过50亿升的规模。 《2008-2010年中国冰淇淋行业市场调查咨询及发展预测报告》共十章。首先介绍了冰淇淋行业的基本情况，然后分析了世界主要国家冰淇淋行业发展及其市场消费情况、中国冰淇淋行业发展和冰淇淋市场情况；并对国内冰淇淋市场消费调研情况进行了分析，接着分析了目前国内冰淇淋市场竞争状况、冰淇淋包装业发展情况，随后对国内主要冰淇淋制造企业的运营状况进行了分析，最后分析了冰淇淋行业的投资与发展策略、对冰淇淋行业未来发展趋势与前景分析。本报告汇集了大量的、最新的第一手数据和资料，为冰淇淋生产、批发、零售企业等相关企业单位准确了解目前中国冰淇淋市场发展最新动态，把握冰淇淋发展方向、制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

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 全球冰淇淋行业发展分析 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

2.2.2 2002-2007年美国冰淇淋市场规模分析 33

2.2.3 2007年美国冰淇淋市场消费结构分析 34

2.2.4 2007年美国冰淇淋市场包装结构分析 35

2.3 韩国冰淇淋行业发展分析 37

2.3.1 韩国冰淇淋消费市场概况 37

2.3.2 2002-2007年韩国冰淇淋市场规模分析 38

2.3.3 2007年韩国冰淇淋市场消费结构分析 39

2.3.4 2007年韩国冰淇淋市场包装结构分析 41

2.4 日本冰淇淋行业发展分析 43

2.4.1 日本冰淇淋消费市场概况 43

2.4.2 2002-2007年日本冰淇淋市场规模分析 44

2.4.3

2007年日本冰淇淋市场消费结构分析	45	2.4.4	2007年日本冰淇淋市场包装结构分析	472.5
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	中国冰淇淋行业发展分析	543.1
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	软冰淇淋行业高性能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	冬季冰淇淋行业发展分析	60 3.1.7
2001-2008年中国乳制品产量情况	613.2		中国经济环境分析	64 3.2.1
2007年中国经济情况和分析	64	3.2.2	2008年二季度中国经济分析	84 3.2.3
2008年中国经济趋势分析	853.3		2008年冰淇淋行业发展现状	88 3.3.1
2008年中国冰淇淋行业分析	88	3.3.2	2008年冰淇淋产业创新战取代价格战	89 3.3.3
2008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	3.3.6	2008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	973.4		2007-2008年冰淇淋行业进出口分析	98 3.4.1
2001-2008年冰淇淋系列产品进口总体分析	98			3.4.2
2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口分析	99			3.4.3
2007-2008年中国冰淇淋系列产品重点省市进出口分析	101			3.4.4
2007年主要国家冰淇淋系列产品的进出口分析	102			3.4.5
2001-2008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	
1074.1 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	1134.2
2007年中国冰淇淋市场分析	114	4.2.1	2002-2007年中国冰淇淋市场规模分析	114 4.2.2
2007年中国冰淇淋市场消费结构分析	115	4.2.3	2007年中国冰淇淋市场包装结构分析	117
4.2.4 2007年中国冰淇淋市场销售模式分析	1184.3		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	1214.4		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	1244.5		2008-2010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 4.5.3
2008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	1295.1
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	5.1.10
南京冰淇淋市场消费者调研分析	136	5.1.11	苏州冰淇淋市场消费者调研分析	137	5.1.12
上海冰淇淋市场消费者调研分析	138	5.1.13	杭州冰淇淋市场消费者调研分析	139	5.1.14
宁波冰淇淋市场消费者调研分析	140	5.1.15	福州冰淇淋市场消费者调研分析	140	5.1.16
厦门冰淇淋市场消费者调研分析	141	5.1.17	合肥冰淇淋市场消费者调研分析	142	5.1.18
南昌冰淇淋市场消费者调研分析	143	5.1.19	郑州冰淇淋市场消费者调研分析	144	5.1.20
长沙冰淇淋市场消费者调研分析	145	5.1.21	武汉冰淇淋市场消费者调研分析	145	5.1.22
广州冰淇淋市场消费者调研分析	146	5.1.23	深圳冰淇淋市场消费者调研分析	147	5.1.24
佛山冰淇淋市场消费者调研分析	148	5.1.25	南宁冰淇淋市场消费者调研分析	149	5.1.26
海口冰淇淋市场消费者调研分析	150	5.1.27	成都冰淇淋市场消费者调研分析	150	5.1.28
重庆冰淇淋市场消费者调研分析	151	5.1.29	昆明冰淇淋市场消费者调研分析	152	5.1.30
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
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
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	5.2.10
5.2.10 新大陆消费者特征分析	170				第六章
中国冰淇淋行业市场竞争分析	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
冰淇淋市场竞争格局	178	6.2.1	冰淇淋行业竞争格局概况	178	6.2.2
冰淇淋市场迎来“战国时代”	178	6.2.3	2007中国冰淇淋市场竞争格局	180	6.2.4
2008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
6.5.1 国内外冰淇淋企业在华发展动态	195	6.5.2	凯菲冰淇淋蛋糕市场攻略	195	6.5.3
6.5.3 黑冰客冰淇淋	197	6.5.4	新城市冰淇淋	198	6.5.5
6.5.5 赫里特斯冰淇淋	199	6.5.6	美国开心哈利	200	6.5.7
6.5.7 意大利JLD冰淇淋	202	6.5.8	萨伦冰淇淋	209	第七章
第七章 中国冰淇淋包装行业发展分析	211	7.1	冰淇淋包装种类及用材	211	7.1.2
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	7.2
2008年冰淇淋包装行业发展分析	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
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	8.1.2
2007年企业经营情况分析	221	8.1.3	2007-2008年主要财务指标分析	222	8.1.4
2008年伊利冰淇淋战略	224	8.1.5	2008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	8.2.2
2007年企业经营情况分析	230	8.2.3	2008年蒙牛冰淇淋主攻中高端市场	231	8.2.4
2008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
2007年企业经营情况分析	234	8.3.3	2007-2008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
2007年企业经营情况分析	238	8.4.3	2007-2008年主要财务指标分析	240	8.4.4
公司未来发展展望	242	8.5	哈根达斯简介	242	8.5.2
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	8.5.6	2008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
企业财务数据分析	249	8.6.4	企业经营指标	250	8.6.5
公司经营发展策略分析	251	8.6.6	和路雪布局冰淇淋中端市场	251	8.6.6
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	8.7.4
2008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
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	8.8.9
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
2007年企业偿债能力分析	258	8.9.3	2007年企业盈利能力分析	258	8.9.4
2007年企业成本费用分析	259	8.10	北京艾莱发喜食品有限公司	260	8.10.1
企业基本情况	260	8.10.2	企业产销值情况	261	8.10.3
企业财务数据分析	262	8.10.4	企业经营指标	263	8.11
杭州祐康食品有限公司	264	8.11.1	企业基本情况	264	8.11.2
企业产销值情况	265	8.11.3	企业财务数据分析	265	8.11.4
企业经营指标	267	8.11.5	2008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	10.1.1
2008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	10.3	2008-2012年冰淇淋市场规模预测	293	10.3.1
2008-2012年全球冰淇淋零售量预测	293				

10.3.2	2008-2012年全球冰淇淋零售价值预测	293	10.3.3
2008-2012年中国冰淇淋零售量预测	294	10.3.4	2008-2012年中国冰淇淋零售价值预测
295	图表目录	1	2002-2007年美国淇淋市场规模 (Volume)
33	图表	2	
2002-2007年美国冰淇淋市场规模趋势图 (Volume)	33	图表	3
2002-2007年美国淇淋市场规模(Value)	33	图表	4
2002-2007年美国冰淇淋市场规模趋势图(Value)	34	图表	5
2002-2007年美国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Volume)	34	图表	6
2007年美国不同消费类型冰淇淋市场份额 (Volume)	34	图表	7
2002-2007年美国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Value)	35	图表	8
2007年美国不同消费类型冰淇淋所占份额 (Value)	35	图表	9
2002-2007年美国不同包装冰淇淋市场规模 (Volume)	36	图表	10
2007年美国不同包装冰淇淋市场份额 (Volume)	36	图表	11
2002-2007年美国不同包装冰淇淋销售市场规模 (Value)	36	图表	12
2007年美国不同包装冰淇淋所占份额 (Value)	37	图表	13
2002-2007年韩国淇淋市场规模 (Volume)	38	图表	14
2002-2007年韩国冰淇淋市场规模趋势图 (Volume)	38	图表	15
2002-2007年韩国淇淋市场规模(Value)	39	图表	16
2002-2007年韩国冰淇淋市场规模趋势图(Value)	39	图表	17
2002-2007年韩国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Volume)	40	图表	18
2007年韩国不同消费类型冰淇淋市场份额 (Volume)	40	图表	19
2002-2007年韩国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Value)	40	图表	20
2007年韩国不同消费类型冰淇淋所占份额 (Value)	41	图表	21
2002-2007年韩国不同包装冰淇淋市场规模 (Volume)	41	图表	22
2007年韩国不同包装冰淇淋市场份额 (Volume)	42	图表	23
2002-2007年韩国不同包装冰淇淋销售市场规模 (Value)	42	图表	24
2007年韩国不同包装冰淇淋所占份额 (Value)	42	图表	25
1996-2005年日本冰淇淋消费量趋势	43	图表	26
2002-2007年日本淇淋市场规模 (Volume)	44	图表	27
2002-2007年日本冰淇淋市场规模趋势图 (Volume)	44	图表	28
2002-2007年日本淇淋市场规模(Value)	44	图表	29
2002-2007年日本冰淇淋市场规模趋势图(Value)	45	图表	30
2002-2007年日本不同消费类型冰淇淋市场规模 (Volume)	45	图表	31
2007年日本不同消费类型冰淇淋市场份额 (Volume)	46	图表	32
2002-2007年日本不同消费类型冰淇淋市场规模 (Value)	46	图表	33
2007年日本不同消费类型冰淇淋所占份额 (Value)	46	图表	34
2002-2007年日本不同包装冰淇淋市场规模 (Volume)	47	图表	35

2007年日本不同包装冰淇淋市场份额 (Volume)	47图表	36
2002-2007年日本不同包装冰淇淋销售市场规模 (Value)	47图表	37
2007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		
2001-2008年H中国乳制品产量统计及增长情况	61图表	41
2001-2008年中国乳制品产量增长趋势图	62图表	42
2007年中国乳制品月度产量数据统计		
62图表	43	2008年1-6月数据统计
		63图表
44		2008年H中国各省区乳制品产量排名情况
		63图表
45		2007年乳制品产量排名情况
		63图表
46		2003-2007年中国GDP增长趋势图
		64图表
47		2003-2007年中国居民消费价格涨跌幅度
		65图表
48		
2007年居民消费价格比上年涨跌幅度	65图表	49
2003-2007年国家外汇储备情况	66图表	50
2003-2007年税收收入及其增长情况	66图表	51
2003-2007年粮食产量及其增长情况	67图表	52
		2003-2007年工业增加值及其增长情况
		68图表
		53
2007年主要工业产品产量及其增长速度	68图表	54
2007年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度	69图表	55
2003-2007年固定资产投资及其增长情况	70图表	56
2007年分行业城镇固定资产投资及其增长速度	70图表	57
2007年固定资产投资新增主要生产能力	72图表	58
2003-2007年社会消费品零售总额及其增长情况	72图表	59
2003-2007年货物进出口总额及其增长情况	73图表	60
2007年货物进出口总额及其增长速度		
73图表	61	2007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		
2007年分行业外商直接投资及其增长速度	74图表	63
2007年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度	75图表	64
2007年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度	76图表	65
2003-2007年电话用户数		
77图表	66	2007年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
		77图表
67		
2003-2007年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长情况	78图表	68
2003-2007年各类教育招生人数	79图表	69
2007年中国人口数及其构成	80图表	70
2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长情况	81图表	71
2003-2007年城镇居民人均纯收入及其增长情况	81图表	72
2003-2007年能源消费总量及其增长情况	83图表	73
2001-2008年中国冰淇淋系列产品进口数量统计	98图表	74
2001-2008年中国冰淇淋系列产品进口数量趋势图	98图表	75
2001-2008年中国冰淇淋系列产品进口金额统计	99图表	76
2001-2008年中国冰淇淋系列产品进口金额趋势图	99图表	77
2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口数量统计	99图表	78
2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口数量趋势图	100图表	79

2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口金额统计	100图表	80
2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口金额趋势图	100图表	81
2008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
2007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
2008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
2007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
2008年H中国冰淇淋系列产品出口流向统计	103图表	86
2007年中国冰淇淋系列产品出口流向统计	103图表	87
2008年H中国冰淇淋系列产品进口来源统计	104图表	88
2007年中国冰淇淋系列产品进口来源统计	104图表	89
2001-2008年中国冰淇淋系列产品进口均价统计	105图表	90
2001-2008年中国冰淇淋系列产品进口均价趋势图	105图表	91
2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口均价统计	106图表	92
2001-2008年中国冰淇淋系列产品出口均价趋势图	106图表	93
2002-2007年中国淇淋市场规模 (Volume)	114图表	94
2002-2007年中国冰淇淋市场规模趋势图 (Volume)	114图表	95
2002-2007年中国淇淋市场规模(Value)	115图表	96
2002-2007年中国冰淇淋市场规模趋势图(Value)	115图表	97
2002-2007年中国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Volume)	116图表	98
2007年中国不同消费类型冰淇淋市场份额 (Volume)	116图表	99
2002-2007年中国不同消费类型冰淇淋市场规模 (Value)	116图表	100
2007年中国不同消费类型冰淇淋所占份额 (Value)	116图表	101
2002-2007年中国不同包装冰淇淋市场规模 (Volume)	117图表	102
2007年中国不同包装冰淇淋市场份额 (Volume)	117图表	103
2002-2007年中国不同包装冰淇淋销售市场规模 (Value)	118图表	104
2007年中国不同包装冰淇淋所占份额 (Value)	118图表	105
2002-2007年中国冰淇淋不同销售模式市场份额情况	119图表	106
2007年中国冰淇淋不同销售模式市场份额	119图表	107
2002-2006年中国冰淇淋总体生产企业市场份额情况	119图表	108
2002-2006年中国冲动消费冰淇淋生产企业市场份额	120图表	109
2002-2006年中国家庭消费冰淇淋生产企业市场份额	121图表	110
2003-2006年中国冰淇淋品牌市场份额情况	122图表	111
2003-2006年中国冲动消费冰淇淋品牌市场份额情况	123图表	112
2003-2006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
2007年伊利股份主营业务分行业或分产品情况	221图表	244	2007年伊利股份主营业务分地区情况	222图表	245
2003-2008年伊利股份公司资产及负债统计	222图表	246			

2003-2008年伊利股份公司销售及利润统计	222图表	247
2003-2008年伊利股份公司成本费用统计	223图表	248
2003-2008年伊利股份公司偿债能力情况	223图表	249
2003-2008年伊利股份公司经营效率统计	223图表	250
2003-2008年伊利股份公司盈利能力统计	224图表	251
2003-2008年伊利股份公司成长能力统计	224图表	252
2007年蒙牛乳业公司主营业务收入及比例	230图表	253
2007年光明乳业主营业务分行业或分产品情况	235图表	254
2007年光明乳业主营业务分地区情况	235图表	255
2003-2008年光明乳业股份公司资产及负债统计	235图表	256
2003-2008年光明乳业股份公司销售及利润统计	236图表	257
2003-2008年光明乳业股份公司成本费用统计	236图表	258
2003-2008年光明乳业股份公司偿债能力情况	236图表	259
2003-2008年光明乳业股份公司经营效率统计	236图表	260
2003-2008年光明乳业股份公司盈利能力统计	237图表	261
2003-2008年光明乳业股份公司成长能力统计	237图表	262
2007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
2007年三元食品股份公司主营业务分地区情况	240图表	264
2003-2008年三元食品股份公司资产及负债统计	240图表	265
2003-2008年三元食品股份公司销售及利润统计	240图表	266
2003-2008年三元食品股份公司成本费用统计	240图表	267
2003-2008年三元食品股份公司偿债能力情况	241图表	268
2003-2008年三元食品股份公司经营效率统计	241图表	269
2003-2008年三元食品股份公司盈利能力统计	241图表	270
2003-2008年三元食品股份公司成长能力统计	242图表	271
2006年和路雪（中国）有限公司产值表	248图表	272
2006年和路雪（中国）有限公司资产负债表	249图表	273
2006年和路雪（中国）有限公司损益表	250图表	274
2006年和路雪（中国）有限公司偿债能力指标	250图表	275
2006年和路雪（中国）有限公司营运能力指标	250图表	276
2006年和路雪（中国）有限公司盈利能力指标	251图表	277
2007年广东美怡乐食品有限公司资产负债统计	258图表	278
2007年广东美怡乐食品有限公司偿债能力情况	258图表	279
2007年广东美怡乐食品有限公司销售及利润统计	258图表	280
2007年广东美怡乐食品有限公司盈利能力情况	259图表	281

2007年广东美怡乐食品有限公司成本费用结构图	259图表	282
2007年广东美怡乐食品有限公司成本费用统计	259图表	283
2006年北京艾莱发喜食品有限公司产值表	262图表	284
2006年北京艾莱发喜食品有限公司资产负债表	262图表	285
2006年北京艾莱发喜食品有限公司损益表	263图表	286
2006年北京艾莱发喜食品有限公司偿债能力指标	264图表	287
2006年北京艾莱发喜食品有限公司营运能力指标	264图表	288
2006年北京艾莱发喜食品有限公司盈利能力指标	264图表	289
2006年杭州祐康食品有限公司产值表	265图表	290
2006年杭州祐康食品有限公司资产负债表	265图表	291
2006年杭州祐康食品有限公司损益表	266图表	292
2006年杭州祐康食品有限公司偿债能力指标	267图表	293
2006年杭州祐康食品有限公司营运能力指标	267图表	294
2006年杭州祐康食品有限公司盈利能力指标	267图表	295
2008-2012年全球冰淇淋市场规模预测（Volume）	293图表	296
2002-2012年全球冰淇淋市场规模增长趋势图（Volume）	293图表	297
2008-2012年全球冰淇淋市场规模预测（Value）	293图表	298
2002-2012年全球冰淇淋市场规模增长趋势图（Value）	294图表	299
2008-2012年中国冰淇淋市场规模预测（Volume）	294图表	300
2002-2012年中国冰淇淋市场规模增长趋势图（Volume）	294图表	301
2008-2012年中国冰淇淋市场规模预测（Value）	295图表	302
2002-2012年中国冰淇淋市场规模增长趋势图（Value）	295	

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2833928339.html>