

2016-2022年中国冰淇淋市 场供需分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国冰淇淋市场供需分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/shipin1510/C44775H2FR.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-22

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国冰淇淋市场供需分析及投资前景研究报告》共十章。报告介绍了冰淇淋行业相关概述、中国冰淇淋产业运行环境、分析了中国冰淇淋行业的现状、中国冰淇淋行业竞争格局、对中国冰淇淋行业做了重点企业经营状况分析及中国冰淇淋产业发展前景与投资预测。您若想对冰淇淋产业有个系统的了解或者想投资冰淇淋行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

目前我国冰淇淋人均年消费水平约为1公斤，与美国等发达国家的人均年消费量40公斤差距甚远。随着我国国民经济的发展，人们生活质量提高，冰淇淋将成为老百姓的平常消费品。冰淇淋的消费目的将由过去的防暑降温转为不分季节的习惯性消费。地处中国南方，常年气候炎热的广东和近亿的常住、流动人口及较为成熟的市场基础、强劲的消费市力，形成对冷冻饮食的旺盛需求。

报告目录：

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jun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 (2013-2014-2015)近三年美国冰淇淋市场规模分析	33
2.2.3 (2013-2014-2015)近三年美国冰淇淋市场消费结构分析	34
2.2.4 (2013-2014-2015)近三年美国冰淇淋市场包zhuang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
2.3.2 (2013-2014-2015)近三年韩国冰淇淋市场规模分析	38
2.3.3 (2013-2014-2015)近三年韩国冰淇淋市场消费结构分析	39
2.3.4 (2013-2014-2015)近三年韩国冰淇淋市场包zhuang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
2.4.2 (2013-2014-2015)近三年日本冰淇淋市场规模分析	44
2.4.3 (2013-2014-2015)近三年日本冰淇淋市场消费结构分析	45
2.4.4 (2013-2014-2015)近三年日本冰淇淋市场包zhuang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 博国冰淇淋市场	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 冬季冰淇淋行业分析	60

3.1.7 (2013-2014-2015)近三年中国乳制品产量情况	61
3.2 中国经济环境分析	64
3.2.1 (2013-2014-2015)近三年中国经济情况和分析	64
3.2.2 2014-2015年度中国经济分析	84
3.2.3 2014-2015年中国经济趋势分析	85
3.3 2014-2015年冰淇淋行业发展现状	88
3.3.1 2014-2015年中国冰淇淋行业分析	88
3.3.2 2014-2015年冰淇淋产业创新战取代价格战	89
3.3.3 2014-2015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 2014-2015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
3.4 (2013-2014-2015)近三年冰淇淋行业进出口分析	98
3.4.1 (2013-2014-2015)近三年冰淇淋系列产品进口总体分析	98
3.4.2 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品出口分析	99
3.4.3 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品重点省市进出口分析	101
3.4.4 (2013-2014-2015)近三年主要国家冰淇淋系列产品的进出口分析	102
3.4.5 (2013-2014-2015)近三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
4.2 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋市场分析	114
4.2.1 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋市场规模分析	114
4.2.2 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋市场消费结构分析	115
4.2.3 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋市场包zhuang结构分析	117
4.2.4 (2013-2014-2015)近三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
4.5 2016-2022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 2014-2015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
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	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
5.2.10	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
6.2.3 2013中国冰淇淋市场	180
6.2.4 2014-2015年国产冰淇淋市场	180
6.3 冰淇淋品牌竞争	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	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 冰淇淋包装种类用材	211
7.1.2 冰淇淋家庭实惠包装成为趋势	211
7.1.3 冰淇淋包装行业问题分析	212
7.2 2014-2015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 未来冰淇淋外形包zhuang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 (2013-2014-2015)近三年企业经营情况分析 221

8.1.3 (2013-2014-2015)近三年主要财务指标分析 222

8.1.4 2014-2015年伊利冰淇淋战略 224

8.1.5 2014-2015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 (2013-2014-2015)近三年企业经营情况分析 230

8.2.3 2014-2015年蒙牛冰淇淋主攻中高端市场 231

8.2.4 2014-2015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

8.3.2 (2013-2014-2015)近三年企业经营情况分析 234

8.3.3 (2013-2014-2015)近三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

8.4.2 (2013-2014-2015)近三年企业经营情况分析 238

8.4.3 (2013-2014-2015)近三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

8.5.6 2014-2015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baju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
8.7.4 2014-2015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(2013-2014-2015)近三年企业偿债能力分析	258
8.9.3(2013-2014-2015)近三年企业盈利能力分析	258
8.9.4(2013-2014-2015)近三年企业chengben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 2014-2015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 2014-2015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 2016-2022年冰淇淋市场规模预测 293

10.3.1 2016-2022年全球冰淇淋零售量预测 293

10.3.2 2016-2022年全球冰淇淋零售价值预测 293

10.3.3 2016-2022年中国冰淇淋零售量预测 294

10.3.4 2016-2022年中国冰淇淋零售价值预测 295

图表目录：

图表 1 (2013-2014-2015)近三年美国淇淋市场规模 (volume) 33

图表 2 (2013-2014-2015)近三年美国冰淇淋市场规模趋势shitu (volume) 33

图表 3 (2013-2014-2015)近三年美国淇淋市场规模(value) 33

图表 4 (2013-2014-2015)近三年美国冰淇淋市场规模趋势shitu(value) 34

图表 5 (2013-2014-2015)近三年美国不同消费类型冰淇淋市场规模 (volume) 34

图表 6 (2013-2014-2015)近三年美国不同消费类型冰淇淋市场份额 (volume) 34

图表 7 (2013-2014-2015)近三年美国不同消费类型冰淇淋市场规模 ((value) 35

图表 8 (2013-2014-2015)近三年美国不同消费类型冰淇淋所占份额 ((value) 35

图表 9 (2013-2014-2015)近三年美国不同包zhuang冰淇淋市场规模 (volume) 36

图表 10 (2013-2014-2015)近三年美国不同包zhuang冰淇淋市场份额 (volume) 36

图表 11 (2013-2014-2015)近三年美国不同包zhuang冰淇淋销售市场规模 (value) 36

图表 12 (2013-2014-2015)近三年美国不同包zhuang冰淇淋所占份额 (value) 37

图表 13 (2013-2014-2015)近三年韩国淇淋市场规模 (volume) 38

图表 14 (2013-2014-2015)近三年韩国冰淇淋市场规模趋势shitu (volume) 38

图表 15 (2013-2014-2015)近三年韩国淇淋市场规模(value) 39

图表 16 (2013-2014-2015)近三年韩国冰淇淋市场规模趋势shitu(value) 39

图表 17 (2013-2014-2015)近三年韩国不同消费类型冰淇淋市场规模 (volume) 40

图表 18 (2013-2014-2015)近三年韩国不同消费类型冰淇淋市场份额 (volume) 40

图表 19 (2013-2014-2015)近三年韩国不同消费类型冰淇淋市场规模 ((value) 40

图表 20 (2013-2014-2015)近三年韩国不同消费类型冰淇淋所占份额 ((value) 41

图表 21 (2013-2014-2015)近三年韩国不同包zhuang冰淇淋市场规模 (volume) 41

图表 22 (2013-2014-2015)近三年韩国不同包zhuang冰淇淋市场份额 (volume) 42

图表 23 (2013-2014-2015)近三年韩国不同包zhuang冰淇淋销售市场规模 (value) 42

图表 24 (2013-2014-2015)近三年韩国不同包zhuang冰淇淋所占份额 (value) 42

图表 25 1996-2014-2015年日本冰淇淋消费量趋势 43

图表 26 (2013-2014-2015)近三年日本淇淋市场规模 (volume) 44

图表 27 (2013-2014-2015)近三年日本冰淇淋市场规模趋势shitu (volume) 44

图表 28 (2013-2014-2015)近三年日本淇淋市场规模(value) 44

图表 29 (2013-2014-2015)近三年日本冰淇淋市场规模趋势shitu(value) 45

图表 30 (2013-2014-2015)近三年日本不同消费类型冰淇淋市场规模 (volume) 45

图表 31 (2013-2014-2015)近三年日本不同消费类型冰淇淋市场份额 (volume) 46

图表 32 (2013-2014-2015)近三年日本不同消费类型冰淇淋市场规模 ((value) 46

图表 33 (2013-2014-2015)近三年日本不同消费类型冰淇淋所占份额 ((value) 46

图表 34 (2013-2014-2015)近三年日本不同包zhuang冰淇淋市场规模 (volume) 47

图表 35 (2013-2014-2015)近三年日本不同包zhuang冰淇淋市场份额 (volume) 47

图表 36 (2013-2014-2015)近三年日本不同包zhuang冰淇淋销售市场规模 (value) 47

图表 37 (2013-2014-2015)近三年日本不同包zhuang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 (2013-2014-2015)近三年h中国乳制品产量统计增长情况 61

图表 41 (2013-2014-2015)近三年中国乳制品产量增长趋势shitu 62

图表 42 (2013-2014-2015)近三年中国乳制品月度产量数据统计 62

图表 43 2014-2015年数据统计 63

图表 44 2014-2015年h中国各省区乳制品产量排名情况 63

图表 45 (2013-2014-2015)近三年乳制品产量排名情况 63

图表 46 (2013-2014-2015)近三年中国gdp增长趋势shitu 64

图表 47 (2013-2014-2015)近三年中国居民消费价格涨跌幅度 65

图表 48 (2013-2014-2015)近三年居民消费价格比上年涨跌幅度 65

图表 49 (2013-2014-2015)近三年国家外汇储备情况 66

图表 50 (2013-2014-2015)近三年税收收入其增长情况 66

图表 51 (2013-2014-2015)近三年粮食产量其增长情况 67

图表 52 (2013-2014-2015)近三年工业增加值其增长情况 68

图表 53 (2013-2014-2015)近三年主要工业产品产量其增长速度 68

图表 54 (2013-2014-2015)近三年规模以上工业企业实现利润其增长速度 69

图表 55 (2013-2014-2015)近三年固定资产投资其增长情况 70

图表 56 (2013-2014-2015)近三年分行业城镇固定资产投资其增长速度 70

图表 57 (2013-2014-2015)近三年固定资产投资新增主要生产能力 72

图表 58 (2013-2014-2015)近三年社会消费品零售总额其增长情况 72

图表 59 (2013-2014-2015)近三年货物进出口总额其增长情况 73

图表 60 (2013-2014-2015)近三年货物进出口总额其增长速度 73

图表 61 (2013-2014-2015)近三年对主要国家和地区货物进出口总额其增长速度 74

图表 62 (2013-2014-2015)近三年分行业外商直接投资其增长速度 74

图表 63 (2013-2014-2015)近三年各种运输方式完成货物运输量其增长速度 75

图表 64 (2013-2014-2015)近三年各种运输方式完成旅客运输量其增长速度 76

图表 65 (2013-2014-2015)近三年电话用户数 77

图表 66 (2013-2014-2015)近三年全部金融机构本外币存款其增长速度	77
图表 67 (2013-2014-2015)近三年城乡居民人民币储蓄存款余额其增长情况	78
图表 68 (2013-2014-2015)近三年各类教育招生人数	79
图表 69 (2013-2014-2015)近三年中国人口数其构成	80
图表 70 (2013-2014-2015)近三年农村居民人均纯收入其增长情况	81
图表 71 (2013-2014-2015)近三年城镇居民人均纯收入其增长情况	81
图表 72 (2013-2014-2015)近三年能源消费总量其增长情况	83
图表 73 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品进口数量统计	98
图表 74 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品进口数量趋势图	98
图表 75 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品进口金额统计	99
图表 76 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品进口金额趋势图	99
图表 77 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品出口数量统计	99
图表 78 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品出口数量趋势图	100
图表 79 (2013-2014-2015)近三年中国冰淇淋系列产品出口金额统计	100
图表 80 2012-2015年中国冰淇淋系列产品出口金额趋势图	100
图表 81 2014-2015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 82 (2013-2014-2015)近三年中国分省市冰淇淋系列产品出口数量和金额统计	101

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家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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/shipin1510/C44775H2FR.html>