

# 中国雪糕行业现状深度研究与未来前景预测报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国雪糕行业现状深度研究与未来前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711580.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

### 1、雪糕概述

雪糕是一种以饮用水、乳和(或)乳制品、蛋制品、水果制品、豆制品、食糖、食用植物油等的一种或多种为原辅料，添加或不添加食品添加剂和(或)食品营养强化剂，经混合、灭菌、均质、冷却、成型、冻结等工艺制成的冷冻饮品。与冰淇淋相比，雪糕的含水量更高，硬度也更高，口感上相对较为硬实。

### 2、雪糕市场高速扩容，吸引多家企业选择掘金赛道

数据显示，我国雪糕市场量价齐升，2015-2021年市场规模由不足900亿元增长至1600亿元，6年间累计上涨超90%，位居全球第一，其主要顾客群年龄集中在13-29岁，且消费场景已经从单纯的消暑解渴，向社交分享、文化共鸣、居家零食等方向转变；预计2026年市场规模将达到2480亿元。同时，在庞大市场规模吸引下，多家企业也掘金冰淇淋赛道。企查查数据显示，2020-2022年雪糕企业注册量数量下降后，2023年触底反弹，与疫情前的2019年相比，数量仅差了约600家。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

### 3、传统雪糕企业扩大产能，多家跨界企业“搅局”

面对新进入企业的竞争威胁，多家传统雪糕企业也不断加大对雪糕行业产能投入。例如，2023年蒙牛投资15亿元用于扩充冰淇淋产能，建设了8条先进的冰淇淋生产线以及冷链物流仓储高标冷库。

近期外资雪糕企业在中国扩产信息

时间

企业

投产扩能信息

2024年

明治

2024年4月，中国明治糖果食品工业(上海)有限公司内的新冰淇淋生产基地开始运营，国内冰淇淋业务的产能增加了约一倍

2024年

联合利华

和路雪江苏太仓的生产基地在2024年投产

2022年

玛氏

2022年年底，在中国广州开发区投入5亿元的第一家冰淇淋工厂永和工厂完工投产

2022年

联合利华

在广州从化的全品类生产基地开始动工，预计冰淇淋工厂将在2025年建成，将支持梦龙、可爱多等核心品牌

资料来源：观研天下整理

此外，越来越多跨界企业进行“搅局”，试图在这个低门槛、高毛利的领域分得一杯羹。例如，我国乳业头部企业飞鹤选择躬身入局，2023年推出多款雪糕产品，深入雪糕市场，在2023年2月在抖音发布一款预包装冰淇淋产品——鹤之臻冰棍。

近几年跨界推出雪糕的部分品牌

时间

品牌

信息

2024年

奥利奥

奥利奥授权雀巢在中国大陆市场生产和销售奥利奥冰淇淋

2024年

飞鹤

飞鹤推出包括糯米糍、牛奶奶砖、棍状雪糕、厚切、巧克力风味雪糕在内的多款雪糕产品

2024年

青岛啤酒

啤咔冰啤酒冰淇淋在青岛啤酒时尚文旅各业态全面铺市，还将布局全国商超卖场、连锁便利等全渠道零售业态

2024年

榴芒一刻

榴芒一刻推出包括猫山王冰淇淋(杯装)、猫山王冰淇淋棒(支装)、榴莲雪糍三种主流产品类型

2024年

脆香米

小熊棒棒冰淇淋从2月开始登陆罗森便利店、Ole'等渠道

2023年

海天

宣布将在快闪店中推出酱油冰淇淋，限量一万份

2023年

m&m's

推出巧克力味和牛乳味冰淇淋

2023年

五粮液

推出冰淇淋产品

2022年

茅台

牵手蒙牛推出含茅台酒的冰淇淋，分类型有59元和66元两个价格。随后牵手中街推出小巧支冰淇淋

2022年

费列罗

宣布达成收购美国冰淇淋制造商WellsEnterprises的协议

2022年

恒顺

推出“酱油芝士”、“香醋”和“黄酒”味雪糕

资料来源：观研天下整理

而随着雪糕市场竞争者不断增加，行业格局也发生巨大改变。例如，高价品牌中街1946在几年间历经沉浮，面临着边缘化的问题；2024年初，因“消费升级”而兴起的高价冰淇淋基本全面退场，取而代之的是徐某某、玛琪摩尔等便宜大碗的量贩式雪糕品牌，以及因哈尔滨爆火而活跃起来的东北雪糕品牌（如德华、东北大板等品牌推出的一串葡萄、一亩瓜田等新品在社交媒体上疯狂刷屏）。

#### 4、雪糕刺客价格骨折，平价雪糕成市场主流

2024年5月，钟薛高创始人林盛表示：“我就是卖红薯也要把债还上！”。与之相对应的是，今年钟薛高存在感大幅降低，多家商超便利店冰柜里都不见钟薛高的踪影。

其实整体从市场来看，之前高价的茅台冰淇淋也面临“临期降价”局面。在小红书、微博等社交平台上，出现茅台冰淇淋临期10元一盒、买一送一等促销活动，而之前的茅台冰激凌价格为66元一盒；伊利高端雪糕品牌“须尽欢”新品由最初的每支18元调整至10元左右。

种种情况显露出高价雪糕销量似乎不乐观。那曾经高不可攀的“雪糕刺客们”向平价市场低头了吗？有资深零售分析师杨宇分析称，以钟薛高为代表的高价雪糕已经逐渐不受消费者欢迎，可能是雪糕市场回归常态化和健康化的一个标志。近几年，随着消费者对健康、品质和口感的要求不断提高，对价格适中、品质优良的雪糕品牌青睐程度上升。

数据显示，2022年，我国受访消费者中超六成消费者对雪糕高定价的态度是认为其溢价太高，营销成本堆起来的，只有18%的受访消费者认为物有所值，物料成本确实高。另外，根据数据显示，在“2023年中国消费者购买单支冰淇淋或雪糕的可接受价格”调查中，中国消费者对冰淇淋单价的接受度普遍在3-15元（不含15元）之间。同时，在2024年，雪糕新品单支价格与2023年相比明显回落。具体来看，线下零售价在10-20元区间的雪糕新品占比大幅

减少，成为“消费降级”的“重灾区”。并且，多数新品的价格下沉至3-10元区间，而在0-3元区间内的雪糕数量占比小幅增加。

数据来源：观研天下整理

那么造成这种现象的原因是什么呢？有业内人士表示：5元以下雪糕回归主流的原因首先是愿意消费高端雪糕的群体在减少，其次是因为现在雪糕赛道品类、品牌非常多，同质化严重，同时由于去年到今年不少企业库存压货较多，今年清理库存对市场的价格影响也很大。

5、2024年战争早已打响，雪糕行业未来该何去何从？

在目前市场环境中，我国雪糕行业品种多样化和丰富性不断增加，这也进一步加剧市场竞争压力。因此，对于不少陷入苦战的品牌们该如何在众多竞争者中脱颖而出呢？雪糕行业在渠道与营销方面又呈现出怎样的趋势？可以从以下几个方面突破：

1) 雪糕茶饮化、便携化，也在追求性价比。随着“减脂”、“减糖”等趋势风行下，高热量、低营养的雪糕产品已无法满足人们健康低糖的生活方式，这就使得行业向着多样化、高价端化与健康化的方向发展。例如，在口味方面，水果口味的雪糕种类增多，如艾冰客的小艾粉椰子冰淇淋号称添加了20%，钟薛高的粉红椰子雪糕则宣传粉椰子水添加量大于50%。此外，茶口味的冰淇淋也在与日俱增，明治今年推出的抹茶白玉雪糕就在其中添加了白玉麻薯。

2) 多家品牌开始推出便携装雪糕产品。在产品规格方面，虽然65g-90g规格的新品仍然是主流，但65g以下的小包装新品占比也达到13%。例如，和路雪旗下品牌千层雪就在今年推出香草可可慕斯口味的迷你千层雪。

3) 雪糕行业正加速其在线化的进程。数据显示，2024年4月份抖音电商冰淇淋GMV增长了174%，领跑食品饮料赛道，展示出强劲的销售增长潜力。2024年5月，通过抖音平台进行直播或自播售卖冰淇淋的品牌数量更是翻了一番，许多新切入冰品赛道的品牌以期分享平台带来的红利，也开始通过抖音平台的直播或短视频销售其雪糕产品，如认养一头牛开始在抖音平台直播售卖A2鲜牛乳冰淇淋。

4) 雪糕行业应用场景拓宽，各大品牌玩法多样。在寺庙经济大火背景下，越来越多的消费者开始从“玄学”寻找生活出路，多家雪糕品牌也嗅出商机，推出各种玄学联名产品。例如，须尽欢的上上签新春限定包装、德华新品“有好柿”、艾冰客的“好柿连连”等，同时明治、伊利、可米酷等品牌在2024年重新玩起“现代玄学”MBTI。

综上所述，我国雪糕行业将进入全维度竞争阶段，市场仍然迎来一轮又一轮残酷的“新陈代谢”。在这一过程中，品牌要想长久永存，需要通过推出健康概念产品、差异化定位、优化成本结构、强化线上渠道、小包装与多规格策略，所以成为六边形战士并找准需求错位竞争变得至关重要。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国雪糕行业现状深度研究与未来前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国雪糕行业发展概述

#### 第一节雪糕行业发展情况概述

- 一、雪糕行业相关定义
- 二、雪糕特点分析
- 三、雪糕行业基本情况介绍
- 四、雪糕行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、雪糕行业需求主体分析

#### 第二节中国雪糕行业生命周期分析

- 一、雪糕行业生命周期理论概述
- 二、雪糕行业所属的生命周期分析

#### 第三节雪糕行业经济指标分析

- 一、雪糕行业的赢利性分析
- 二、雪糕行业的经济周期分析
- 三、雪糕行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球雪糕行业市场发展现状分析

### 第一节全球雪糕行业发展历程回顾

### 第二节全球雪糕行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲雪糕行业地区市场分析

#### 一、亚洲雪糕行业市场现状分析

#### 二、亚洲雪糕行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲雪糕行业市场前景分析

### 第四节北美雪糕行业地区市场分析

#### 一、北美雪糕行业市场现状分析

#### 二、北美雪糕行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美雪糕行业市场前景分析

### 第五节欧洲雪糕行业地区市场分析

#### 一、欧洲雪糕行业市场现状分析

#### 二、欧洲雪糕行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲雪糕行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界雪糕行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球雪糕行业市场规模预测

## 第三章 中国雪糕行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

### 第二节我国宏观经济环境对雪糕行业的影响分析

### 第三节中国雪糕行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

#### 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对雪糕行业的影响分析

### 第五节中国雪糕行业产业社会环境分析

## 第四章 中国雪糕行业运行情况

### 第一节中国雪糕行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节中国雪糕行业市场规模分析

## 一、影响中国雪糕行业市场规模的因素

### 二、中国雪糕行业市场规模

### 三、中国雪糕行业市场规模解析

## 第三节中国雪糕行业供应情况分析

### 一、中国雪糕行业供应规模

### 二、中国雪糕行业供应特点

## 第四节中国雪糕行业需求情况分析

### 一、中国雪糕行业需求规模

### 二、中国雪糕行业需求特点

## 第五节中国雪糕行业供需平衡分析

## 第五章 中国雪糕行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国雪糕行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、雪糕行业产业链图解

### 第二节中国雪糕行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对雪糕行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对雪糕行业的影响分析

### 第三节我国雪糕行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国雪糕行业市场竞争分析

### 第一节中国雪糕行业竞争现状分析

#### 一、中国雪糕行业竞争格局分析

#### 二、中国雪糕行业主要品牌分析

### 第二节中国雪糕行业集中度分析

#### 一、中国雪糕行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国雪糕行业市场集中度分析

### 第三节中国雪糕行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国雪糕行业模型分析

### 第一节中国雪糕行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国雪糕行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国雪糕行业SWOT分析结论

### 第三节中国雪糕行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国雪糕行业需求特点与动态分析

### 第一节中国雪糕行业市场动态情况

### 第二节中国雪糕行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节雪糕行业成本结构分析

### 第四节雪糕行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国雪糕行业价格现状分析

第六节中国雪糕行业平均价格走势预测

一、中国雪糕行业平均价格趋势分析

二、中国雪糕行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国雪糕行业所属行业运行数据监测

第一节中国雪糕行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国雪糕行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国雪糕行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国雪糕行业区域市场现状分析

第一节中国雪糕行业区域市场规模分析

一、影响雪糕行业区域市场分布的因素

二、中国雪糕行业区域市场分布

第二节中国华东地区雪糕行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区雪糕行业市场分析

(1) 华东地区雪糕行业市场规模

(2) 华南地区雪糕行业市场现状

(3) 华东地区雪糕行业市场规模预测

### 第三节华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区雪糕行业市场分析

##### (1) 华中地区雪糕行业市场规模

##### (2) 华中地区雪糕行业市场现状

##### (3) 华中地区雪糕行业市场规模预测

### 第四节华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区雪糕行业市场分析

##### (1) 华南地区雪糕行业市场规模

##### (2) 华南地区雪糕行业市场现状

##### (3) 华南地区雪糕行业市场规模预测

### 第五节华北地区雪糕行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区雪糕行业市场分析

##### (1) 华北地区雪糕行业市场规模

##### (2) 华北地区雪糕行业市场现状

##### (3) 华北地区雪糕行业市场规模预测

### 第六节东北地区市场分析

#### 一、东北地区概述

#### 二、东北地区经济环境分析

#### 三、东北地区雪糕行业市场分析

##### (1) 东北地区雪糕行业市场规模

##### (2) 东北地区雪糕行业市场现状

##### (3) 东北地区雪糕行业市场规模预测

### 第七节西南地区市场分析

#### 一、西南地区概述

#### 二、西南地区经济环境分析

#### 三、西南地区雪糕行业市场分析

##### (1) 西南地区雪糕行业市场规模

##### (2) 西南地区雪糕行业市场现状

##### (3) 西南地区雪糕行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区雪糕行业市场分析
  - (1) 西北地区雪糕行业市场规模
  - (2) 西北地区雪糕行业市场现状
  - (3) 西北地区雪糕行业市场规模预测

## 第十一章 雪糕行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

### 第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国雪糕行业发展前景分析与预测

第一节中国雪糕行业未来发展前景分析

一、雪糕行业国内投资环境分析

二、中国雪糕行业市场机会分析

三、中国雪糕行业投资增速预测

## 第二节中国雪糕行业未来发展趋势预测

### 第三节中国雪糕行业规模发展预测

- 一、中国雪糕行业市场规模预测
- 二、中国雪糕行业市场规模增速预测
- 三、中国雪糕行业产值规模预测
- 四、中国雪糕行业产值增速预测
- 五、中国雪糕行业供需情况预测

### 第四节中国雪糕行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国雪糕行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国雪糕行业进入壁垒分析

- 一、雪糕行业资金壁垒分析
- 二、雪糕行业技术壁垒分析
- 三、雪糕行业人才壁垒分析
- 四、雪糕行业品牌壁垒分析
- 五、雪糕行业其他壁垒分析

### 第二节雪糕行业风险分析

- 一、雪糕行业宏观环境风险
- 二、雪糕行业技术风险
- 三、雪糕行业竞争风险
- 四、雪糕行业其他风险

### 第三节中国雪糕行业存在的问题

### 第四节中国雪糕行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国雪糕行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国雪糕行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节中国雪糕行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节雪糕行业营销策略分析

- 一、雪糕行业产品策略
- 二、雪糕行业定价策略

三、雪糕行业渠道策略  
四、雪糕行业促销策略  
第四节观研天下分析师投资建议  
图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202406/711580.html>