

2026-2031年冰淇淋市场发展现状调查及供需分析预测报告

报告简介

冰淇淋是指以饮用水、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、老化、凝冻、硬化等工艺制成的体积膨胀的冷冻饮品，是乳制品行业与休闲食品产业交叉的重要细分赛道。其产业范畴涵盖传统冰淇淋(硬冰淇淋、软冰淇淋)、雪糕、雪泥、冰棍、食用冰及近年兴起的植物基冰淇淋、功能性冰淇淋、手工冰淇淋、文创冰淇淋等创新品类，涉及食品科学、冷链物流、品牌营销、工业设计等多学科交叉融合，具有季节消费明显、情感属性强、产品迭代快、渠道多元化的显著特征。作为消暑解渴与休闲享受的双重载体，冰淇淋不仅满足消费者对美味与清凉的基础需求，更是社交分享、文化表达、情绪疗愈的重要媒介，其产业属性兼具快消品的规模经济性与时尚消费品的创新性的双重特质。

当前，中国冰淇淋市场正处于消费升级深化与竞争格局重构的关键转型期。在市场规模层面，国内冰淇淋消费量稳居全球第一，但人均消费量与发达国家仍有差距，市场从高速增长向存量竞争转变，高端化与性价比分化并存。在产品创新层面，原料升级趋势明显，生牛乳、稀奶油、进口乳制品替代植脂末与代可可脂，品质化与健康化诉求推动低糖、低脂、高蛋白、益生菌等功能性产品涌现;植物基冰淇淋(燕麦奶、椰奶、豆奶基底)满足乳糖不耐与素食需求;跨界联名(白酒、奶茶、文创IP)制造话题与溢价，但同质化与过度营销引发消费者疲劳;地域特色(如黄酒、花椒、螺蛳粉口味)与怀旧复古(老冰棍、绿豆冰)创新活跃。在价格带层面，钟薛高等高端品牌打开价格天花板后，市场呈现“两头大中间小”的哑铃型结构，超高端与平价基础款并行，中端市场竞争激烈。在渠道变革层面，传统商超、便利店仍是主渠道但增长放缓，电商冷链配送能力提升，O2O即时零售(外卖、社区团购)满足即时性需求;冰淇淋专卖店、茶饮店附带冰淇淋、景区文创店等体验式场景兴起;下沉市场潜力释放，但冷链基础设施与消费习惯培育仍需时日。在产业格局层面，伊利、蒙牛、和路雪、雀巢等国内外巨头主导市场，但区域品牌、新锐品牌、跨界品牌通过差异化定位分割细分市场;代工模式成熟，但品牌溢价与渠道控制力成为竞争关键。未来，冰淇淋行业将呈现健康化场景化与可持续的深刻变革。在产品创新方向，清洁标签(Clean

Label)与透明配方成为标配,原料溯源与品质可视化;功能性强化,助眠、减压、美容、运动营养等细分功能与冰淇淋结合;个性化定制与DIY体验(家用冰淇淋机、原料包)满足家庭场景;酒精冰淇淋、咖啡冰淇淋等成人化、社交化产品拓展消费时空。在消费场景拓展方向,从夏季消暑向四季休闲转型,冬季暖饮冰淇淋、火锅搭配等场景培育;早餐、下午茶、夜宵等时段渗透;B端餐饮渠道(酒店、餐厅、咖啡厅)定制化供应增长;冰淇淋蛋糕、甜品站等现制现售业态发展。在渠道与营销方向,DTC模式与私域运营深化,会员体系与订阅服务探索;内容营销与情绪价值挖掘,治愈系、怀旧系、国潮系文化叙事;元宇宙与虚拟体验探索,数字藏品与虚拟口味创新。在绿色可持续方向,可降解包装、减塑行动、碳足迹管理;植物基与细胞培养乳制品应用,降低环境足迹;余料利用与循环经济模式。在产业组织方向,头部品牌全球化布局与并购整合;细分赛道专业化品牌崛起;供应链数字化与柔性生产,小批量多口味快速响应;冷链基础设施下沉与成本优化。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写,在大量周密的市场调研基础上,主要依据了国家统计局、国家工信部、国家市场监督管理总局、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、美国冰淇淋协会、中国焙烤食品糖制品工业协会冷冻食品专业委员会、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据,客观、多角度地对中国冰淇淋市场进行了分析研究。报告在总结中国冰淇淋发展历程的基础上,结合新时期的各方面因素,对中国冰淇淋的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实,图表丰富,既有深入的分析,又有直观的比较,为冰淇淋企业在激烈的市场竞争中洞察先机,能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 冰淇淋行业发展概述

第一节 冰淇淋的概念

一、冰淇淋的界定

二、冰淇淋的特点

第二节 冰淇淋行业发展成熟度

一、冰淇淋行业发展周期分析

二、冰淇淋行业中外市场成熟度对比

第二章 2023-2025年中国冰淇淋行业运行环境分析

第一节 2023-2025年中国宏观经济环境分析

- 1、中国gdp增长情况分析
- 2、中国cpi波动情况分析
- 3、居民人均收入增长情况分析
- 4、工业经济发展形势分析
- 5、社会固定资产投资分析

第二节 2023-2025年中国冰淇淋行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

- 1、从保障居民消费力着眼
- 2、宏观政策逆向调节需要加强针对性

二、冰淇淋行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2023-2025年中国冰淇淋行业发展社会环境分析

- 一、中国人口发展分析
- 二、国内居民收入及消费水平分析

第三章 2024-2025年中国冰淇淋行业市场发展分析

第一节 冰淇淋行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 冰淇淋行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节 中国冰淇淋行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 冰淇淋行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节 2026-2031年冰淇淋行业市场发展趋势

第四章 中国冰淇淋行业供给情况分析 & 趋势

第一节 2023-2025年中国冰淇淋行业市场供给分析

一、冰淇淋整体供给情况分析

二、冰淇淋重点区域供给分析

第二节 冰淇淋行业供给关系因素分析

一、需求变化因素

二、厂商产能因素

三、原料供给状况

四、技术水平提高

五、政策变动因素

第三节 2026-2031年中国冰淇淋行业市场供给趋势

一、冰淇淋整体供给情况趋势分析

二、冰淇淋重点区域供给趋势分析

三、影响未来冰淇淋供给的关键因素分析

第五章 冰淇淋行业产品价格分析

第一节 中国冰淇淋行业产品历年价格回顾

第二节 中国冰淇淋行业产品当前市场价格

一、产品当前价格分析

二、产品未来价格预测

第三节 中国冰淇淋行业产品价格影响因素分析

一、全球经济形式及影响

二、人民币汇率变化影响

三、其它

第六章 冰淇淋主要上下游产品分析

第一节 冰淇淋上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 冰淇淋行业产业链分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第七章 2025年中国冰淇淋行业渠道分析及策略

第一节 冰淇淋行业渠道分析

一、传统销售渠道

1.超市

2.便利店

二、新型销售渠道

1.无人零售终端

2.内容电商与直播带货

3.场景化联名快闪

4.社区团购与会员定制

三、各类渠道对冰淇淋行业的影响

四、主要冰淇淋企业渠道策略研究

第二节 冰淇淋行业用户分析

一、用户认知程度分析

二、用户需求特点分析

三、用户购买途径分析

第三节 冰淇淋行业营销策略分析

一、中国冰淇淋营销概况

二、冰淇淋营销策略探讨

三、冰淇淋营销发展趋势

第八章 2023-2025年中国冰淇淋行业主要指标监测分析

第一节 2023-2025年中国冰淇淋产业工业总产值分析

一、2023-2025年中国冰淇淋产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2023-2025年中国冰淇淋产业主营业务收入分析

一、2023-2025年中国冰淇淋产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2023-2025年中国冰淇淋产业产品成本费用分析

一、2023-2025年中国冰淇淋产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2023-2025年中国冰淇淋产业利润总额分析

一、2023-2025年中国冰淇淋产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2023-2025年中国冰淇淋产业资产负债分析

一、2023-2025年中国冰淇淋产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2023-2025年中国冰淇淋行业财务指标分析

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

第九章 中国冰淇淋行业区域市场分析

第一节 华北地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第二节 东北地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第三节 华东地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第四节 华南地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第五节 华中地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第六节 西南地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第七节 西北地区冰淇淋行业分析

一、2024-2025年行业发展现状分析

二、2024-2025年市场规模情况分析

三、2026-2031年市场需求情况分析

四、2026-2031年行业发展前景预测

五、2026-2031年行业投资风险预测

第十章 冰淇淋行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 2023-2025年冰淇淋行业竞争格局分析

一、2023-2025年国内外冰淇淋竞争分析

二、2023-2025年我国冰淇淋市场竞争分析

三、2026-2031年国内主要冰淇淋企业动向

第十一章 冰淇淋企业竞争策略分析

第一节 冰淇淋市场竞争策略分析

一、2026年冰淇淋市场增长潜力分析

二、2026年冰淇淋主要潜力品种分析

三、现有冰淇淋产品竞争策略分析

四、潜力冰淇淋品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 冰淇淋企业竞争策略分析

第三节 冰淇淋行业产品定位及市场推广策略分析

一、冰淇淋行业产品市场定位

二、冰淇淋行业广告推广策略

三、冰淇淋行业产品促销策略

四、冰淇淋行业招商加盟策略

五、冰淇淋行业网络推广策略

第十二章 中国冰淇淋企业竞争分析

第一节 内蒙古伊利实业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况分析

第二节 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第三节 联合利华(中国)食品有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节 雀巢(中国)有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节 光明乳业股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节 沈阳中街冰点城食品有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第七节 钟薛高食品(上海)有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第八节 北京艾莱发喜食品有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九节 通用磨坊(中国)投资有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十节 上海益民食品一厂(集团)有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第十三章 冰淇淋行业投资战略研究

第一节 冰淇淋行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国冰淇淋品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、冰淇淋实施品牌战略的意义

三、冰淇淋企业品牌的现状分析

四、我国冰淇淋企业的品牌战略

五、冰淇淋品牌战略管理的策略

第三节 冰淇淋行业投资战略研究

图表目录

图表：冰淇淋关键指标

图表：2020-2025年国内生产总值及其增长速度

图表：2020-2025年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2025年分行业固定资产投资(不含农户)占比

图表：2020-2025年国内社会消费品零售总额及其变动情况

图表：2020-2025年全国人民币贷款总额及其变动情况

图表：2020-2025年国内对外贸易总额及其增长情况

图表：2020-2025年中国cpi变化情况(%)

图表：2020-2025年中国ppi指数变动情况(%)

图表：2020-2025年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2025年全国居民人均消费支出及其构成

图表：冰淇淋行业相关政策

图表：2022-2025年全国人口规模(万人)

图表：2025年国内人口年龄结构

图表：2022-2025年全国居民人均可支配收入(单位：元)

图表：2022-2025年国内城镇和乡村居民消费支出对比(单位：元)

图表：2025年全国居民人均消费支出及其构成

图表：2023-2025年中国冰淇淋行业市场规模

图表：2025年中国冰淇淋区域市场销售占比情况

图表：2023-2025年中国冰淇淋行业供给规模

图表：消费者购买冰淇淋的主要场所

图表：2023-2025年中国冰淇淋工业总产值

图表：2025年中国不同规模冰淇淋工业总产值

图表：2025年中国不同所有制冰淇淋工业总产值

图表：2023-2025年中国冰淇淋行业主营业务收入

图表：2025年国内不同规模冰淇淋行业主营业务收入

图表：2025年中国不同所有制冰淇淋企业销售收入

图表：2023-2025年中国冰淇淋产业销售成本分析

图表：2025年国内不同规模冰淇淋行业销售成本

图表：2025年中国不同所有制冰淇淋企业销售成本

图表：2023-2025年国内冰淇淋利润总额情况

图表：2025年中国不同规模冰淇淋企业利润总额

图表：2025年国内不同所有制冰淇淋企业净利润

图表：2023-2025年国内冰淇淋资产负债率

图表：2025年国内不同规模冰淇淋资产负债率对比

图表：2025年国内不同所有制冰淇淋资产负债率对比

图表：2023-2025年中国冰淇淋行业资产负债率

图表：2025年冰淇淋主要潜力品种

图表：2023-2025年伊利股份营业总收入

图表：2023-2025年伊利股份毛利率

图表：2023-2025年伊利股份净利润

图表：2023-2025年伊利股份净利率

图表：2023-2025年伊利股份总资产

图表：2023-2025年伊利股份资产负债率

图表：2023-2025年伊利股份资产营业总成本

图表：2023-2025年蒙牛乳业营业总收入

图表：2023-2025年蒙牛乳业毛利率

图表：2023-2025年蒙牛乳业营业净利润

图表：2023-2025年蒙牛乳业净利率

图表：2023-2025年蒙牛乳业资产总计

图表：2023-2025年蒙牛乳业资产负债率

图表：2023-2025年光明乳业营业总收入

图表：2023-2025年光明乳业资产净利润

图表：2023-2025年光明乳业资产净利率

图表：2023-2025年光明乳业资产毛利率

图表：2023-2025年光明乳业资产总计

图表：2023-2025年光明乳业资产资产负债率

图表：2023-2025年光明乳业营业总成本

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4066673

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260328/4066673.shtml>

在线订购：[点击这里](#)