

2025 年雪糕市场调研报告

一、市场概述

1.1 雪糕市场规模及增长率

(1) 近年来，随着我国经济的快速发展和居民消费水平的不断提高，雪糕市场呈现出蓬勃发展的态势。根据市场调研数据显示，2025 年雪糕市场规模预计将达到 XX 亿元，较上年同比增长约 XX%，显示出强劲的市场增长潜力。其中，线上销售渠道的兴起为雪糕市场注入了新的活力，线上销售额占比逐年攀升，成为推动市场增长的重要力量。

(2) 从地域分布来看，雪糕市场主要集中在北方和南方沿海地区，尤其是夏季高温时段，雪糕销量显著增加。同时，随着消费者健康意识的提升，低脂、低糖、天然食材等健康型雪糕逐渐受到市场欢迎，成为推动雪糕市场结构优化的重要动力。此外，随着冷链物流的不断完善，雪糕产品能够更好地覆盖全国市场，进一步扩大了市场规模。

(3) 在雪糕市场竞争格局方面，国内外品牌竞争激烈。国际知名品牌凭借其品牌影响力和产品质量，在我国市场占据了一定的份额；国内品牌则通过创新产品、提升品质和服务，不断提升市场份额。未来，随着消费者对个性化、健康化需求的增加，雪糕市场将呈现出更加多元化的发展趋势，市场竞争也将更加激烈。

1.2 雪糕市场地域分布特点

(1) 雪糕市场在地域分布上呈现出明显的地域差异。北方市场由于夏季高温天气较长，消费者对雪糕的需求量大，市场规模较大。尤其是在东北、华北等地区，雪糕消费已成为夏日消暑的必备选择。而南方市场则因气候炎热，雪糕消费季节相对较长，但市场规模相对北方较小。

(2) 经济发达地区，如一线城市和部分二线城市，消费者购买力较强，对雪糕的品质和品牌有一定的追求，因此高端雪糕和进口雪糕在这些地区市场表现较好。而在三四线城市及农村市场，消费者更倾向于选择价格亲民、口味多样的雪糕产品，市场规模虽不及一线城市，但增长潜力不容忽视。

(3) 随着交通便利和冷链物流的普及，雪糕市场地域分布逐渐打破地域限制。一方面，消费者对于不同地域特色雪糕的兴趣日益增加，促使企业拓展地域市场；另一方面，线上销售渠道的兴起使得消费者能够更加便捷地购买到全国各地的雪糕产品，进一步促进了雪糕市场地域分布的均衡化。

1.3 雪糕市场消费趋势分析

(1) 在雪糕市场消费趋势分析中，健康化成为一大显著特点。消费者对于低脂、低糖、低卡路里以及使用天然食材的雪糕产品需求不断增长。这使得市场上出现了更多健康型雪糕，如使用代糖、天然植物蛋白等替代传统成分的产品，以满足消费者的健康需求。

(2)

定制化和个性化消费趋势在雪糕市场中也逐渐显现。消费者不再满足于传统口味，而是追求更加独特、个性化的产品。定制化服务如定制雪糕图案、口味组合等逐渐流行，一些企业开始提供限量版、特色口味等以满足消费者个性化需求。

(3) 数字化消费在雪糕市场中也扮演着重要角色。随着移动互联网的普及，越来越多的消费者倾向于通过线上渠道购买雪糕。电商平台、社交媒体等平台的兴起，为雪糕企业提供了更广泛的宣传和销售渠道。同时，数字化营销、大数据分析等手段的应用，有助于企业更好地了解消费者需求，优化产品结构，提升市场竞争力。

二、消费者行为分析

2.1 消费者年龄分布及偏好

(1) 雪糕市场的消费者年龄分布呈现出年轻化的趋势，其中 18-35 岁的年轻消费者是主要消费群体。这一年龄段的消费者对新鲜事物接受度高，追求时尚和个性化，对雪糕产品的口味、包装和品牌具有较高的要求。他们更倾向于尝试新口味、新品牌，对雪糕的购买频率也相对较高。

(2)

在雪糕偏好方面，年轻消费者更偏爱口味丰富、造型独特的雪糕。如水果味、巧克力味、冰淇淋蛋糕等多样化口味受到青睐。此外，健康、低脂、低糖的雪糕产品也逐渐受到年轻消费者的关注，他们更愿意为健康和品质支付更高的价格。同时，社交属性也成为年轻消费者选择雪糕的重要因素，他们更倾向于购买具有纪念意义或特定主题的雪糕产品。

(3) 与年轻消费者相比，35岁以上的消费者在雪糕消费上更注重口味和品质的稳定性。这一年龄段的消费者对传统口味和经典品牌有较高的忠诚度，如香草味、草莓味等传统口味雪糕仍然受到他们的喜爱。此外，这一年龄段消费者对雪糕包装和品牌形象的要求相对较低，更注重产品的口感和营养价值。在购买雪糕时，他们会更加关注产品的性价比。

2.2 消费者购买渠道及习惯

(1) 消费者在购买雪糕时，线上渠道的依赖度逐渐上升。电商平台、移动应用等线上渠道因其便捷性、丰富的产品选择和优惠促销活动而受到消费者的青睐。特别是年轻消费者，他们更习惯于通过手机应用直接下单购买雪糕，享受送货上门的服务。

(2) 线下购买渠道仍然是雪糕市场的重要组成部分。超市、便利店、专卖店等零售终端是消费者购买雪糕的传统渠道。消费者在购买时，会根据就近原则选择购买地点，同时也受到促销活动、产品陈列和品牌影响等因素的影响。此外，随着夏季的到来，街头雪糕车、冰淇淋摊等临时销售点也成

为了消费者购买雪糕的便捷选择。

(3)

在购买习惯方面，消费者在购买雪糕时倾向于一次性购买多支，以满足家庭或个人在短时间内消耗的需求。同时，消费者在购买时会考虑雪糕的保存条件，尤其是在夏季高温期间，他们更倾向于选择冰柜保存的雪糕，以确保产品的新鲜和口感。此外，消费者在购买时也会关注产品的保质期和储存条件，以确保购买到安全、健康的雪糕产品。

2.3 消费者品牌认知度及忠诚度

(1) 在雪糕市场中，消费者对品牌的认知度普遍较高，尤其是国际知名品牌和国内具有较高市场份额的品牌。消费者通过广告、口碑传播、社交媒体等多种途径了解到这些品牌，对其产品品质和品牌形象有较高的认可度。品牌认知度的高低直接影响着消费者的购买决策。

(2) 消费者对品牌的忠诚度在雪糕市场中也有所体现。忠诚度较高的消费者往往对特定品牌有着深厚的情感和信任，他们倾向于长期购买同一品牌的产品，即使在价格或促销方面遇到其他品牌更具吸引力的情况。这种品牌忠诚度源于消费者对品牌产品品质的认可、品牌文化的认同以及长期使用形成的习惯。

(3) 随着市场竞争的加剧，品牌忠诚度也呈现出一定的动态变化。一些新兴品牌通过创新产品、优质服务和有效的营销策略，逐渐赢得了消费者的信任和忠诚。同时，消费者对品牌的忠诚度也受到市场环境、消费趋势、个人需求等多方面因素的影响，因此品牌需要不断进行产品创新和市场拓

展，以维持和提高消费者的忠诚度。

三、产品结构与竞争格局

3.1 雪糕产品种类及占比

(1)

雪糕产品种类丰富，涵盖了多个类别，包括传统口味、水果口味、巧克力口味、冰淇淋蛋糕、冰淇淋棒、冰淇淋球等。其中，传统口味雪糕如香草、草莓、巧克力等，因其经典和普遍的受欢迎程度，占据了市场的主要份额。随着消费者对健康和个性化的追求，低脂、低糖、天然食材等健康型雪糕以及特色风味雪糕的占比逐年上升。

(2) 在雪糕产品种类占比中，水果口味雪糕近年来增长迅速，成为市场的新宠。这类雪糕通常采用新鲜水果作为原料，不仅口感清新，而且富含维生素和矿物质，满足了消费者对健康食品的需求。巧克力口味雪糕则因其独特的口感和较高的市场接受度，保持了稳定的市场份额。

(3) 冰淇淋蛋糕和冰淇淋棒等创新产品也在市场上占据一定份额。冰淇淋蛋糕以其丰富的口味和精致的外观，满足了消费者对甜品的需求；冰淇淋棒则因其便携性和多样化的口味，成为户外活动、休闲时光的常见选择。此外，随着消费者对地域特色和传统文化的关注，一些具有地方特色的雪糕产品也逐渐在市场上崭露头角，成为市场的新亮点。

3.2 雪糕品牌竞争格局分析

(1) 雪糕品牌竞争格局呈现出多元化竞争态势，既有国际知名品牌，也有国内老牌企业和新兴品牌。国际品牌凭借其强大的品牌影响力和市场推广能力，在我国市场占据了一定的份额，如哈根达斯、DQ等。国内品牌如和路雪、伊利、蒙牛等，凭借其深厚的市场基础和产品创新，在市场竞争中

占据重要地位。

(2) 在竞争格局中,品牌间的差异化竞争策略成为关键。一些品牌通过高端定位,主打高品质、健康、天然等概念,吸引追求高品质生活的消费者;而另一些品牌则通过价格优势和多样化产品线,满足大众消费者的需求。同时,新兴品牌通过创新产品、营销手段和社交媒体营销,迅速在市场中崭露头角,对传统品牌构成挑战。

(3) 雪糕市场竞争格局还受到区域因素的影响。一线城市和沿海地区市场竞争激烈,品牌集中度较高;而三四线城市及农村市场则相对分散,品牌竞争相对较弱。此外,随着消费者对地域特色和传统文化的关注,一些地方品牌凭借独特的地域特色和传统工艺,在特定区域市场形成竞争优势。整体来看,雪糕市场竞争格局呈现出动态变化的特点,品牌间的竞争将更加激烈。

3.3 重点品牌市场表现分析

(1) 在雪糕市场中的重点品牌如哈根达斯,以其高端定位和独特的产品线,在市场上表现出色。哈根达斯通过高品质原料和精湛工艺,打造了高端冰淇淋品牌形象,吸引了追求品质生活的消费者。在销售方面,哈根达斯主要集中在一二线城市的高端商场和酒店,销售额持续稳定增长。

(2)

伊利作为国内知名的乳制品企业，其雪糕品牌在市场上同样表现强劲。伊利雪糕以健康、营养、口感佳等特点受到消费者喜爱，产品线覆盖了从高端到中低端多个市场层次。在营销策略上，伊利通过线上线下结合的方式，扩大品牌影响力，并在促销活动中推出多样化的产品组合，满足不同消费者的需求。

(3) 蒙牛雪糕品牌在市场中的表现同样值得关注。蒙牛雪糕凭借其丰富的产品线、创新口味和亲民价格，赢得了广大消费者的青睐。蒙牛雪糕在三四线城市及农村市场的表现尤为突出，通过加强渠道建设和品牌推广，蒙牛雪糕在市场份额上实现了持续增长。此外，蒙牛还通过跨界合作、联名产品等方式，不断拓展市场边界，提升品牌知名度。

四、原材料供应分析

4.1 主要原材料价格及供应情况

(1) 雪糕的主要原材料包括乳制品、水果、糖、奶油等。其中，乳制品如奶粉、奶油等是雪糕生产的核心原料。近年来，受国际市场波动、气候变化等因素影响，乳制品价格波动较大。例如，全球奶源紧张导致奶粉价格上涨，进而影响到雪糕的成本和零售价格。

(2) 水果是雪糕中不可或缺的原料之一，其价格受季节性波动和产地影响较大。在水果供应旺季，价格相对较低；而在供应淡季，价格则会上涨。此外，水果的品质、品种和产地也会对价格产生影响。糖和奶油等原料的价格同样受到

市场供需关系和国际贸易的影响。

(3)

在原材料供应方面，雪糕生产企业通常会采取多元化采购策略，以确保原材料供应的稳定性和成本控制。一些企业通过建立自己的原料基地，降低对市场价格的依赖；另一些企业则通过与供应商建立长期合作关系，确保原材料质量和供应的稳定性。同时，随着供应链管理技术的提升，企业能够更好地应对原材料价格波动，降低生产风险。

4.2 原材料市场波动及影响

(1) 原材料市场的波动对雪糕行业产生了显著影响。例如，全球气候变化导致的极端天气事件，如干旱、洪水等，影响了农作物产量，进而推高了糖、水果等原料的价格。这种价格波动不仅增加了企业的生产成本，还可能影响到零售价格，进而影响消费者的购买意愿。

(2) 国际贸易政策的变化也对原材料市场波动产生了影响。关税调整、贸易摩擦等可能导致原料进口成本上升，从而影响到雪糕企业的盈利能力。此外，汇率波动也会间接影响原材料成本，如人民币升值可能导致进口原料价格上升。

(3) 为了应对原材料市场的波动，雪糕企业采取了一系列措施。包括建立原材料储备、与供应商签订长期合同、开发替代原料等。同时，企业通过技术创新，提高生产效率，降低单位产品的原材料消耗。此外，通过加强供应链管理，企业能够更好地预测市场变化，提前做好应对准备。这些措施有助于企业在原材料市场波动中保持稳定发展。

4.3 原材料替代品分析

(1)

在面对原材料价格上涨和供应波动的情况下，雪糕企业开始探索使用替代品来降低生产成本。例如，乳制品方面，植物基奶如豆奶、杏仁奶等逐渐成为奶粉的替代品，这些替代品不仅价格相对较低，而且符合消费者对健康和可持续性产品的需求。

(2) 对于糖类原料，一些企业开始尝试使用甜叶菊、赤藓糖醇等天然甜味剂作为替代品。这些替代品不仅能够降低糖分摄入，还能提供与蔗糖相似的风味，有助于满足消费者对健康雪糕的需求。同时，这些天然甜味剂的价格相对稳定，减少了企业对糖价波动的敏感度。

(3) 在水果原料方面，由于不同水果的种植周期和地域分布差异，企业在选择替代品时具有较大的灵活性。例如，在水果供应紧张时，企业可以选择成本较低、季节性供应稳定的其他水果作为替代。此外，一些企业还探索使用浓缩果汁、果粒等作为水果的替代品，这些替代品在保持口感的同时，也能够降低成本。通过这些替代品的使用，企业能够有效应对原材料市场的波动。

五、生产与销售渠道

5.1 雪糕生产企业规模及分布

(1) 雪糕生产企业规模差异较大，既有大型跨国企业，也有中小型地方企业。大型跨国企业如雀巢、联合利华等，在全球范围内拥有多个生产基地，其产品线丰富，市场覆盖面广。而中小型地方企业则通常专注于某一地区市场，产品

种类相对单一，但往往对当地消费者需求有更深入的了解。

(2)

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/638033064115007040>