

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“来自非零售渠道的挑战迫使冰淇淋生产商通过强调天然和成分真实为市场注入更多新鲜刺激。与此同时，消费者也仍然看重纵享时刻，因此这方面不能妥协折扣。冰淇淋有机会成为心情食品溢价销售，舒缓年轻一代的紧张生活。”

— 倪倩雯，食品和饮料研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 怀旧品牌复兴
- 水果类冰淇淋是年轻男性的心情食品
- 推出更享受和安全的产品进军家庭消费场合

尽管消费量下滑，但中国冰淇淋零售市场销售额保持上行趋势。消费者选择成分质量更上乘或能带来更纵享体验的产品。由于消费场合的变化，家庭装（包括大盒装和混合多支装）将在未来拥有更大增长空间。

使用天然成分将有助品牌提升形象，赢得挑剔的消费者。品牌需要留意某些人口特征群体（如年轻男性）以了解其尚未得到满足的特定需求，因为一旦该品类能投其所好注入更多亮点，他们就有可能增加消费量和消费额。

购买
这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

该报告所讨论的产品

数据 1: 各细分市场的产品范例，中国，2017年

定义

数据 2: 英敏特对不同收入群体的定义，中国

综述

市场

尽管销量下降，但消费升级推动零售消费额进一步增长

数据 3: 包装冰淇淋的零售销售额和销量，中国，2013-2017年

数据 4: 冰淇淋零售市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

居家消费场合预示着分享装的乐观前景

零售渠道面临餐饮娱乐渠道的挑战

重点企业

区域品牌布局全国

数据 5: 中国冰淇淋零售市场中领先公司的份额，2015和2016年

天然的优质成分受到消费者青睐

消费者

消费更少但场合更多元

数据 6: 过去12个月吃过的冰淇淋，中国，2017年3月

数据 7: 包装冰淇淋消费场合变化，中国，2015-2017年

非零售渠道蓬勃发展迫使零售产品升级

数据 8: 过去12个月购买冰淇淋的渠道，中国，2017年3月

健康选项是更受欢迎的高档特征

数据 9: 冰淇淋凸显高档的特点，中国，2017年3月

我们的观点

议题与洞察

怀旧品牌复兴

现状

启示

数据 10: 中街常规产品和中街1946产品的价格，中国，2013年和2016年

数据 11: 东北大板的老式包装，中国，2016年

数据 12: 采用玻璃瓶包装的怀旧冰淇淋产品，中国，2017年

水果类冰淇淋是年轻男性的心情食品

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 13: 宣称采用冷高压技术的果味冰淇淋产品，台湾，2016年

推出更享受和安全的產品进军家庭消费场合

现状

启示

数据 14: 定位家庭消费的全天然产品，英国，2017年

数据 15: 针对儿童的营养强化产品，西班牙，2016年

数据 16: 具有多种口味的组合装，美国和日本，2016-2017年

市场——您所需要了解的

消费下降拉低零售量

零售渠道面临餐饮娱乐渠道的挑战

市场规模与预测

健康意识加强导致消费量萎缩

数据 17: 包装冰淇淋的零售销售额和销量，中国，2013-2017年

高端化推动市场销售额上升

数据 18: 冰淇淋零售市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据 19: 冰淇淋零售市场销量预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

市场细分

家庭消费推动盒装/杯装和多支装

数据 20: 哈根达斯广告以一位正在享受一勺盒装冰淇淋的女士为场景，中国，2016年

数据 21: 盒装/杯装冰淇淋零售细分市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据 22: 包括18种口味的中街1946全家福18支装，中国，2017年

数据 23: 多支装冰淇淋零售细分市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

数据 24: 包括不同口味的八喜6合1冰淇淋，中国，2017年

独立包装产品高端化

数据 25: 细分市场销量份额，中国，2016年

数据 26: 独立硬纸盒包装的高端冰淇淋，新西兰、韩国和日本，2016年

数据 27: 独立包装冰淇淋零售细分市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2012-2022年

市场因素

缺乏创新产品，冻鲜甜品冲击挑战

数据 28: 各国上市新品的份额，中国，美国，日本，巴西，英国和印度，2014-2016年

数据 29: 冷藏甜品和冰淇淋上市新品占比，中国，2012-2017年

生活方式变化助推餐饮渠道的冰淇淋销售增长

数据 30: 上海中街1946的门店，采用不同的门店设计风格，中国，2016年

几个国家对华冰淇淋出口量增多

数据 31: 冰淇淋进口量（按国家区分），2015年和2016年

数据 32: 电商平台上的各种俄罗斯进口的冰淇淋产品，中国，2017年

数据 33: 蒙牛的俄式奶纯冰淇淋，中国，2017年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

重点企业——您所需要了解的

领先企业竭力厮杀以保持竞争力

天然的优质成分受到消费者青睐

纵享品类研发方向需要更趋成熟

市场份额

两大本土巨头面临国外竞争对手的步步紧逼

数据 34: 中国冰淇淋零售市场中领先公司的份额，2015和2016年

北方的传统品牌寻求扩张

外国品牌加码中国投资

区域乳企悄声插足

竞争策略

用更多酸奶味产品创新拉拢酸奶粉丝

数据 35: 冰淇淋和一些零食品类中酸奶口味产品的比例，中国，2014-2016年

数据 36: 提供制造过程详细信息的酸奶冰淇淋，中国，2016年

数据 37: 蒙牛同一品牌下的酸奶味冰淇淋，中国，2014和2016年

数据 38: 麦当劳酸奶圆筒冰淇淋促销，中国，2016年

指明具体奶源以吸引优质产品寻求者

数据 39: 冰淇淋新品中的牛奶成分比例，中国，2012-2016年

数据 40: 提供生牛乳含量详细信息的产品，中国，2016年

更少人工色素，但绝不妥协香浓口感享受

数据 41: 新产品中的食品添加剂和色素使用比例，中国，2012-2016年

数据 42: 使用有益乳化剂或不使用乳化剂的产品，日本和丹麦，2016-2017年

数据 43: 使用天然色素的产品，中国和韩国，2016-2017年

降低糖含量和使用天然甜味剂

数据 44: 部分品类的平均含糖量，中国、美国、英国、巴西和日本，2014-2016年

数据 45: 使用天然成分作为甜味剂的产品，日本和秘鲁，2016-2017年

谁在创新？

通过入口即化的口感传达多层次体验

数据 46: 新上市冰淇淋的口感，中国和日本，2016年

数据 47: 添加易融成分的冰淇淋产品，日本和法国，2016年

视觉吸引——强化果味产品

数据 48: 新上市水果口味冰淇淋占比，全球对比中国，2014-2016年

数据 49: 榴莲冰淇淋强调采用以优质著称的猫山王榴莲，中国，2017年

数据 50: 使用水果形象代替冰淇淋本身形象的产品，南非、波兰和法国，2016年

数据 51: 深圳的一家冰淇淋店推出盛在真水果中的雪酪，中国，2016年

数据 52: 使用透明包装的产品样例，中国、美国和英国，2016-2017年

更精致的成人冰淇淋

酒味

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 53: 酒味冰淇淋在新上市冰淇淋中的占比，中国、美国和日本，2014-2016年

数据 54: 酒味冰淇淋，中国、加拿大和英国，2016-2017年

咖啡味

数据 55: 产品特征有吸引力的咖啡味冰淇淋，英国、美国和捷克，2014-2017年

排毒

数据 56: 具有排毒宣称的产品，巴西和美国，2015-2016年

定制化为门店增色添彩

数据 57: 食豆的冰淇淋菜单，中国，2017年

数据 58: 首尔的Bistopping，推出各种吸引眼球的花色甜筒，韩国，2015年

数据 59: 宇治抹茶冰淇淋菜单，中国，2016年

消费者——您所需要了解的

消费下降让产品升级迫在眉睫

消费者将冰淇淋作为奖励时对其价格敏感度较低

升级购买更健康的冰淇淋

冰淇淋消费

几乎所有类型冰淇淋的食用率都下跌

数据 60: 冰淇淋消费变化（按消费者分类区分），中国，2015-2017年

数据 61: 过去12个月吃过的冰淇淋，中国，2017年3月

30多岁和40多岁的女性对冰淇淋渐失兴趣

数据 62: 过去12个月吃过的冰淇淋（按性别区分），中国，2017年3月

数据 63: 过去12个月的冰淇淋消费排名（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

数据 64: 过去12个月吃过冰淇淋的频率分析，中国，2017年3月

北京有更多冰淇淋粉丝

需要为外企员工提供升级产品

食用场合

非包装冰淇淋具有社交功效

数据 65: 过去12个月食用冰淇淋的场合，中国，2017年3月

冰淇淋在家中日益成为零食和甜品选择

数据 66: 包装冰淇淋消费场合变化，中国，2015-2017年

数据 67: 冰淇淋口感，日本，2017年

包装冰淇淋是年轻男性的心情食品

数据 68: 包装冰淇淋的食用场合排名（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

数据 69: 冰淇淋诊疗室，中国，2017年

零食类冰淇淋讨一线城市消费者欢心

购买渠道

非零售渠道的增长解释了零售消费的萎缩

数据 70: 过去12个月购买冰淇淋的渠道，中国，2017年3月

在线渠道增长明显

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 71: 冰淇淋购买场合变化，中国，2012和2017年

快餐渠道的非软式冰淇淋吸引年轻男性

数据 72: 过去12个月吃过的冰淇淋（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

年轻女性青睐甜品店和便利店

数据 73: 部分冰淇淋购买渠道（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

数据 74: 全家的软冰淇淋，2017年

一线城市消费者的渠道偏好不同

数据 75: 部分冰淇淋购买渠道（按城市区分），中国，2017年3月

价格敏感度

作为心情食品的冰淇淋值得支付更多

数据 76: 愿意为冰淇淋支付的最高价格（加权平均值）（按场合/需求区分），中国，2017年3月

20-24岁的女性对不同场合的看法迥异

数据 77: 在部分场合的冰淇淋花费预期低于¥5的消费者比例（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

数据 78: 在部分场合的冰淇淋花费预期高出¥20的消费者比例（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

上海消费者为了奖赏自己买单

数据 79: 在部分场合愿意为冰淇淋支付的最高价格（加权平均值）（按城市区分），中国，2017年3月

凸显高档的特点

健康选择最受欢迎

数据 80: 冰淇淋凸显高档的特点，中国，2017年3月

数据 81: 意式冰淇淋品牌宣称只用纯牛奶和35%的淡奶油混合，不含反式脂肪酸，其脂肪含量只有普通冰淇淋的一半，中国，2017年

数据 82: 带有融化更慢宣称的产品，俄罗斯和丹麦，2016-2017年

年轻消费者向往卓越感官体验

数据 83: 部分冰淇淋凸显高档的特点（按年龄区分），中国，2017年3月

数据 84: 巧克力冰淇淋甜筒，日本，2016年

青睐健康选择，但不妥协享受

数据 85: 部分冰淇淋凸显高档的特点（按城市区分），中国，2017年3月

不同类型冰淇淋粉丝的偏好

数据 86: 肯德基北海道Cremia冰淇淋宣称含有12.5%的乳脂，中国，2016年

对独特冰淇淋的兴趣

创新冰淇淋各有各的粉丝团

数据 87: 对独特冰淇淋的兴趣，中国，2017年3月

雪酪和含乳雪酪在年轻男性中的商机

数据 88: 对部分独特冰淇淋的兴趣（按性别和年龄区分），中国，2017年3月

数据 89: 宣称添加真正果汁或果泥的产品，越南、韩国、中国和日本，2016年

独特体验吸引成都消费者

数据 90: 消费者对部分独特冰淇淋的排名（按城市区分），中国，2017年3月

数据 91: 甜点形式的产品（月饼、马卡龙粽子、可丽饼），德国、韩国和日本，2016年

认识英敏特城市精英人群

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

冰淇淋 - 中国 - 2017年6月

报告价格: £3081.32 | \$3990.00 | €3661.84

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

英敏特城市精英人群更爱冰淇淋

数据 92: 过去12个月吃过的冰淇淋（按消费者分类区分），中国，2017年3月

英敏特城市精英人群看重更好的店内氛围

数据 93: 过去12个月购买冰淇淋的部分渠道（按消费者分类区分），中国，2017年3月

数据 94: 部分冰淇淋凸显高档的特点（按消费者分类区分），中国，2017年3月

数据 95: 爱斯芙得在门店前的海报，中国，2017年

附录——市场规模与预测

数据 96: 中国冰淇淋零售市场的销售额，2012-2022年

数据 97: 中国冰淇淋零售市场的销量，2012-2022年

附录——市场细分

数据 98: 中国冰淇淋零售市场的销售额（按细分市场区分），2012-2022年

数据 99: 中国冰淇淋零售市场的销量（按细分市场区分），2012-2022年

附录——研究方法和定义

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com