

## 冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“犒劳是甜品消费的主要动因之一，而且比起冰淇淋高频用户，更多冰淇淋低频用户在吃冰淇淋时是为了犒劳自己。随着健康意识的增强，消费者把犒劳和健康看得一样重要，因此用更多纯天然原料和添加更多营养成分成为了最受青睐的溢价因素。除此之外，消费者对店内环境也有更高的期许。”

— 王皓，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 改善餐后甜品场合的状况
- 纯天然原料有利于甜品高端化
- 消费者对店内环境期待值高

2018年，中国的甜品（冰淇淋与非冰淇淋甜品）店市场总额达到了2,280亿元人民币，年增长率12.9%。2019-2023年间该市场销售额将以10.8%的年均复合增长率增长，在2023年达到3,790亿元人民币。其增长从过去到将来一直都随消费者对甜品消费的态度变化而变化，也因本土新兴甜品品牌和国际当红甜品品牌均入驻市场而深受影响。

英敏特调查显示，相比于冰淇淋，中式甜品和西式甜点的渗透率更高，高频消费者更多。近半高频消费者都倾向于去以前去过觉得好吃并且自己熟悉的门店。他们也更乐于尝试新口味，在餐后来一份甜品犒劳自己。另外，未来的高端化会向“纯天然”和“含更高营养成分”的趋势发展。有自然特色的设计是理想的甜品店所应有的特点中最具吸引力的，这说明大自然元素不仅在食材中很重要，在店铺设计中亦然。

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@mintel.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

## 冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

报告定义

不包括

定义

数据1: 对冰淇淋和甜品的高频/中频/低频/非用户的定义

## 综述

市场

甜品店市场增长式微

数据2: 中国冰淇淋和非冰淇淋甜品店市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

企业活动和消费者态度促进了冰淇淋销售额增长

数据3: 中国冰淇淋店市场的销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

新潮科技和吸睛造型刺激了非冰淇淋甜品市场

数据4: 中国非冰淇淋甜品店市场的销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

其他品类与餐饮服务行业的甜品

购物中心为甜品店提供“一席之地”

公司与品牌

冰淇淋重点企业的不同表现

甜品重点企业表现更佳

着眼于开发更健康的甜品

以科技优化消费者体验

内藏惊喜的甜品

消费者

不同年龄段的喜好不同

数据5: 消费频率——每月至少1次（按年龄区分），中国，2019年2月

在社交和工作场合与其他休闲餐厅角逐

数据6: 部分光顾原因（按代际区分），中国，2019年2月

对季节限定水果兴趣浓厚，但对中草药无感

数据7: 对创新产品的兴趣，2019年2月

犒劳自己是消费的主要目的

数据8: 消费原因，中国，2019年2月

高端化趋向于少糖多营养

数据9: 产品溢价因素，中国，2019年2月

打造一个理想的甜品店远不止更新产品

数据10: 理想的甜品店——TURF分析（累积无重复到达率和频次分析），2019年2月

我们的观点

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 议题与洞察

改善餐后甜品场合的状况

现状

启示

数据11: 联合利华旗下Culture Republic的益生菌轻食冰淇淋, 美国, 2019年

纯天然原料有利于甜品高端化

现状

启示

消费者对店内环境期待值高

现状

启示

## 市场——您所需要了解的

甜品店市场维持两位数增速

购物中心的招商策略带来利好效应

其他品类对甜品店构成威胁

## 市场规模与预测

2018年销售额增速放缓

数据12: 冰淇淋和非冰淇淋甜品店市场的销售额, 中国, 2013-2018年

销售额两位数稳步增长

数据13: 中国冰淇淋和非冰淇淋甜品店市场的销售额预测(最好和最差情形), 2013-2023年

## 市场因素

来自其他品类的威胁

甜品品牌调整线上与线下战略

更多国际品牌打入中国市场

购物中心鼓励休闲餐厅入驻

冰淇淋甜品消费习惯悄然改变

## 市场细分

冰淇淋销售额强势上扬

数据14: 中国冰淇淋店市场的销售额预测(最好和最差情形), 2013-2023年

非冰淇淋甜品市场保持增长势头

数据15: 中国非冰淇淋甜品店市场的销售额预测(最好和最差情形), 2013-2023年

其他品类与餐饮服务行业的甜品

## 重点企业——您所需要了解的

重点企业门店数量概述

冰淇淋品牌表现参差不齐

主流甜品商家均经历“开店潮”

## 市场份额

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

## 哈根达斯的市场份额停滞不前

数据16: 领先冰淇淋店的市场份额（按销售额区分），中国，2017-2018年

数据17: 领先冰淇淋店的门店数量（按数量区分），中国，2017-2018年

## 冰雪皇后的业务迅猛扩张

## 爱茜茜里市场份额减少

## 满记甜品维持对消费者的高曝光率

数据18: 领先甜品（非冰淇淋）店的市场份额（按销售额区分），中国，2017-2018年

数据19: 重点甜品（非冰淇淋）店的门店数量（按数量区分），中国，2017-2018年

## 鲜芋仙赢得了更多份额

## 许留山表现稳健

## 竞争策略

## 强调健康与低热量

## 迈入AI新时代

## 属于成人的甜品

数据20: 哈根达斯烈酒口味冰淇淋，美国

数据21: 含烈酒和香氛的冰淇淋，Pree，中国

## 谁在创新？

## 寻求惊喜的消费者

数据22: 甜品内暗藏玄机，中国

## 呈现甜品的新形式

数据23: 呈现方式的创新，中国

## 以食材原本的样子作为可食用的盛放容器

数据24: 以水果作容器的甜品，中国

## 消费者——您所需要了解的

## 与其他餐饮服务商家在店内环境上竞争

## 超级食物与粗粮是创新必备因素

## 餐后甜品有望人气更上一层楼

## 消费频率

## 冰淇淋店可丰富其菜单

数据25: 消费频率，中国，2019年2月

## 不同年龄群体的偏好各异

数据26: 消费频率——每月至少1次（按年龄区分），中国，2019年2月

## 不同城市线级，不同消费频率

数据27: 消费频率（按城市线级区分），中国，2019年2月

## 光顾原因

## 定价、菜单多样性与地理位置的重要性

数据28: 光顾原因，中国，2019年2月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

半数高频消费者对口味和品牌表现出忠诚度

数据29: 部分高频消费者的光顾原因（按不同甜品类型的高频消费者区分），中国，2019年2月

在店内环境方面与咖啡店、茶饮店竞争

数据30: 部分光顾原因（按年代区分），中国，2019年2月

## 对创新产品的兴趣

对冰淇淋与其他甜品的喜好

数据31: 对创新产品的兴趣，2019年2月

超级食物与粗粮可以提高吸引力

数据32: 对冰淇淋创新产品的兴趣——TURF分析，中国，2019年2月

数据33: 对蛋糕类甜品创新产品的兴趣——TURF分析，中国，2019年2月

更多18-19岁客群对添加调味料感兴趣

数据34: 对添加调味料的甜品的兴趣（按年龄区分），中国，2019年2月

## 消费原因

更多为犒劳自己而消费，更少出于外部因素

数据35: 消费原因，中国，2019年2月

餐后甜品研发颇具潜力

数据36: 餐后吃甜品的消费者的其他消费原因，中国，2019年2月

冰淇淋高频与低频消费者的不同目的

数据37: 冰淇淋消费者的消费原因（按消费频率区分），中国，2019年2月

不同甜品的消费原因对比

数据38: 消费原因（按不同类型甜品的高频消费者区分），中国，2019年2月

## 产品溢价因素

纯天然和多营养是高端化趋势

数据39: 产品溢价因素，中国，2019年2月

18-24岁更愿意为产品造型花更多钱

数据40: 产品溢价因素（按年龄区分），2019年2月

30-39岁消费者更重视产品成分

数据41: 产品溢价因素（按年龄区分），2019年2月

## 理想的甜点店

亲近自然

数据42: 理想甜品店的特点，中国，2019年2月

打造最具吸引力的甜品店

数据43: 理想的甜品店——TURF分析，2019年2月

店铺多样化吸引18-19岁消费者

数据44: 理想甜品店的部分特点（按年龄区分），中国，2019年2月

## 认识英敏特城市精英人群

店内环境更吸引英敏特城市精英人群

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2019年5月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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45: 部分光顾原因 (按消费者分类区分), 中国, 2019年2月

## 更热衷于吃甜品美容

数据46: 对创新产品的兴趣——可食用美容产品 (按消费者分类区分), 中国, 2019年2月

## 附录——市场规模与预测

数据47: 甜品 (冰淇淋和非冰淇淋甜品) 店市场总额, 中国, 2013-2023年

## 附录——市场细分

数据48: 冰淇淋店市场总额, 中国, 2013-2023年

数据49: 甜品店 (非冰淇淋) 市场总额, 中国, 2013-2023年

## 附录——研究方法与缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](https://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](mailto:reports@mintel.com)