

冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2018年4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



“得益于新品牌和单品店品牌的不断发展，中国冰淇淋和甜品店市场在过去5年内增长稳健。但酸奶冰淇淋等较小众产品仍有市场发展潜力。消费者渴求独特有趣的体验，因此品牌可尝试举办一些互动活动（如DIY体验）来吸引消费者参与。”

— 陈杨之，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- **DIY**体验有助品牌与消费者互动
- 从其他食品和饮料品类获得灵感，探索如何脱颖而出
- 小众甜品/冰淇淋的机遇

中国冰淇淋和甜品店市场在过去5年内以两位数的年均复合增长率稳健增长，2017年预计将达到1,745亿元人民币。消费者渴求纵享并热衷下午茶体验，是促进该市场增长的主要动力。市场也涌现了更多冰淇淋和甜品的单品店品牌（如意式冰淇淋和纸杯蛋糕），竞争进一步激化。

英敏特调查显示，消费者光顾冰淇淋和甜品店主要是心情使然（如追求纵享），而非因为产品的功效（如解暑或充饥）。消费者尤其追求有趣的感官体验（包括味道、质地和视觉）。食品饮料领域普遍流行的口味也是消费者最希望出现在冰淇淋品类的口味，而其他小众口味对消费者（甚至是追求独特口味的消费者）的吸引力有限。

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

冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2018年4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

您所需了解的

报告定义

定义

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分)

综述

市场

数据2: 中国冰淇淋和甜品店市场销售额预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

竞争与创新

一些大品牌辉煌不再

竞争策略

值得关注的创新

消费者

高收入者和一线城市消费者是冰淇淋和甜品店的核心客群

数据3: 光顾频率, 2017年11月

纵享性 (而非功能性) 场合是促使消费者光顾的关键动力

数据4: 光顾场合, 2017年11月

作为“第三空间”, 咖啡店是更佳之选

数据5: 选择因素 (对比咖啡店), 2017年11月和2016年8月

别出心裁的口味/口感促进溢价购买

数据6: 溢价购买因素, 2017年11月

酸奶冰淇淋的市场机遇

数据7: 对冰淇淋店出售产品的兴趣和产品渗透率, 2017年11月

消费者希望其他品类的流行口味也能出现在冰淇淋品类

数据8: 对冰淇淋口味创新的兴趣 (按消费群体区分), 2017年11月

我们的观点

议题与洞察

DIY体验有助品牌与消费者互动

现状

启示

数据9: 人鱼姬咖啡制作过程, DNA咖啡馆, 上海, 2017年

从其他食品和饮料品类获得灵感, 探索如何脱颖而出

现状

启示

小众甜品/冰淇淋的机遇

现状

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

冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2018年4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

启示

数据10: 冻状甜品，日本

数据11: “眼泪”和“暖味”冰淇淋，Initial，上海，2017年

市场——您所需要了解的

过去5年的两位数增速

消费者对纵享体验和下午茶的热衷驱动市场增长

相比甜品店，冰淇淋店市场规模较小但增速更快

市场规模与预测

过去5年的两位数增速

数据12: 冰淇淋和甜品店的销售额，中国，2012-2017年

冰淇淋和甜品店的市场表现超过咖啡店

数据13: 中国冰淇淋和甜品店市场和咖啡店市场的销售额年同比增速，2013-2017年

未来5年将保持稳健增势

市场因素

纵享即“治愈”

数据15: “治愈系”冰淇淋和甜品，小红书，2018年

下午茶成为生活方式的一部分

网红店热度不减

数据16: 人们在WIFY（左图，2017年）和Lady M（右图，2018年）店外排队的场景，上海

单品店日益流行

市场细分

冰淇淋店：市场规模较小但增速较快

数据17: 中国冰淇淋店市场的销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

甜品店：新品类带动增长

数据18: 中国甜品店市场的销售额预测（最好和最差情形），2012-2022年

重点企业——您所需要了解的

一些大品牌辉煌不再

探索新场合

对风味、外观和原料的创新

值得关注的创新

市场份额

尽管仍处于领先地位，但大品牌的影响力降低

数据19: 中国冰淇淋和甜品店市场的领先品牌（按门店数量区分），中国，2017年

来自临近品类的新品牌值得关注

小型连锁店和独立门店也在扩大覆盖范围

竞争策略

营销渠道更多样化

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

冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2018年4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

创新风味、外观和名称，吸引消费者购买

风味

外观

数据20: 外观富有创意的冰淇淋和甜品店产品实例，中国，2017年

名称

数据21: “眼泪”和“暖昧”冰淇淋，Initial，上海，2017年

高端在于原料和工艺

冰淇淋店：突破季节限制

数据22: 适合冬季的冰淇淋的宣传海报，中街1946，2018年

谁在创新？

中国市场的质地创新

数据23: 冰淇淋店产品质地创新实例，中国，2017年

数据24: 甜品店产品质地创新实例，中国，2017年

国际市场的创新

不化的冰淇淋，日本

讲故事的甜品，日本

数据25: 讲故事的甜品，日本，2017年

增强版甜品，瑞士

数据26: 增强版甜品，瑞士，2017年

快闪冰淇淋博物馆——美国

数据27: 冰淇淋博物馆，美国，2016和2017年

消费者——您所需要了解的

高收入者和一线城市消费者是冰淇淋和甜品店的核心客群

情绪性消费多于功能性消费

新口味和更佳原料促进溢价购买

酸奶冰淇淋的市场机遇

光顾频率

冰淇淋店不如甜品店受欢迎；中式和西式甜品店旗鼓相当

数据28: 光顾冰淇淋和甜品店的频率，2017年11月

高收入者和一线城市消费者

较低线城市有增长空间

数据29: 冰淇淋和甜品店的光顾频率（按城市线级区分），2017年11月

光顾场合

纵享性（而非功能性）场合是促使消费者光顾的关键动力

数据30: 冰淇淋和甜品店的光顾场合，2017年11月

冰淇淋店更多与高品质联系在一起

选择因素

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

冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2018年4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

场所选择取决于体验

味道是强有力的主导因素

对外卖服务兴趣乏乏

数据31: 选择因素, 2017年11月

与咖啡店的对比

数据32: 选择因素 (对比冰淇淋和甜品店和咖啡店), 2017年11月和2016年8月

年轻消费者更看重体验

数据33: 选择因素 (按年龄区分), 2017年11月

溢价购买因素

新口味和更好的原料带动高端化

数据34: 溢价购买因素, 2017年11月

感官新体验更吸引年轻消费者

数据35: 溢价购买因素 (按年龄区分), 2017年11月

原料和定制化更吸引高收入群体

数据36: 溢价购买因素 (按收入水平区分), 2017年11月

对冰淇淋店出售产品的兴趣

酸奶冰淇淋的市场机遇

数据37: 对冰淇淋店出售产品的兴趣和消费情况, 2017年11月

饮料或许是冰淇淋店菜单上的重要补充

数据38: 对冰淇淋店出售产品的兴趣, 2017年11月

年轻女性对各类冰淇淋的兴趣度都最高, 尤其是冰淇淋蛋糕

数据39: 对冰淇淋店出售产品的兴趣 (年轻女性消费者), 2017年11月

对冰淇淋口味创新的兴趣

消费者希望其他品类的流行口味也能出现在冰淇淋品类

数据40: 对冰淇淋口味创新的兴趣, 2017年11月

数据41: 海盐口味冰淇淋和酸奶实例, 中国

独特风味只能吸引极少数消费者 (即便在独特口味寻求者中未能激起广泛兴趣)

数据42: 对冰淇淋口味创新的兴趣 (对别出心裁的口味/口感的兴趣), 2017年11月

广州消费者最关注新口味

认识英敏特城市精英人群

更喜欢丰富的选择

看重原料、定制服务和品牌

数据44: 能促进消费者溢价购买餐饮娱乐渠道的冰淇淋或甜品的因素 (按消费者分类区分), 2017年11月

附录——市场规模与预测

数据45: 中国冰淇淋和甜品店的门店数量预测 (最好和最差情形), 2012-2022年

数据46: 中国冰淇淋和甜品店市场的销售额, 中国, 2012-2022年

数据47: 中国冰淇淋和甜品店市场的门店数量, 中国, 2012-2022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

冰淇淋和甜品店 - 中国 - 2018年4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

附录——市场细分

数据48: 中国冰淇淋店的门店数量预测（最好和最差情形），2012-2022年

数据49: 中国甜品店的门店数量预测（最好和最差情形），2012-2022年

数据50: 中国冰淇淋和甜品店的销售额（按市场细分区分），2012-2022年

数据51: 中国冰淇淋和甜品店市场的门店数量（按市场细分区分），2012-2022年

附录——研究方法 with 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

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