

网红冰淇淋

网红冰淇淋下凡零售小店为啥这么难！

目录

- 01 “网红”频出的冰淇淋市场
- 02 冰淇淋如何做“网红”？
- 03 网红品牌“下凡”不易



引言

随着盛夏到来，冰淇淋进入销售旺季。虽然与饮料方便速食等大品类相比，冰淇淋显得较为小众，但却无法阻止它走上网红之路，成为大众媒体关注的焦点。

“网红冰淇淋”是指通过短视频平台、社区、网红带货等推广方式，快速实现流量聚集，达到宣传目的的雪糕。本篇报告将聚焦这一新兴品类，盘点它的前世今生。



01

“网红”频出的冰淇淋市场

“网红”频出的冰淇淋市场

我国冰淇淋整体市场规模处于不断增长之中，由2014年市场规模701亿元发展到2019年1380亿元。

中国冰淇淋市场规模变化



数据来源：观研天下数据中心，货圈全微数实验室整理

根据观研天下数据中心预测（今年）中国冰淇淋市场规模相较去年将同比增长9%，预计2020年市场规模约为1500亿元，2021年约为1650亿元。

2007年中国冰淇淋行业市场集中度



数据来源：国家统计局，货圈全微数实验室整理

冰淇淋行业集中度在快消品类中较为突出。2007年我国冰淇淋行业中十强品牌市场占有率就高达87.64%。时至今日，行业集中度较高这一整体态势依然没有改变。

“网红”频出的冰淇淋市场

外资品牌和全国性品牌在冰淇淋市场占比份额共计70%。

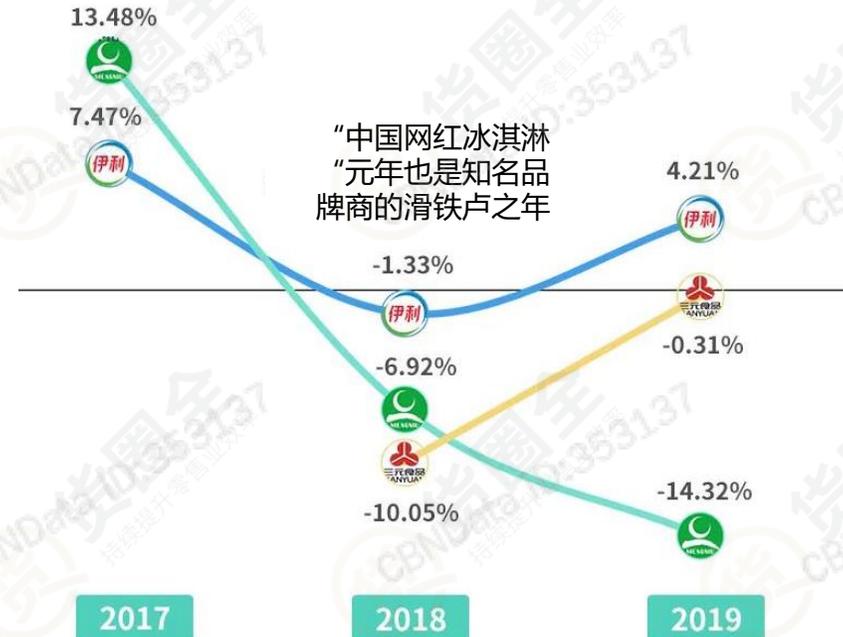
我国冰淇淋市场分布状况



数据来源：中国产业研究院，货圈全微数实验室整理

以伊利、蒙牛、天冰、思念、光明等为代表的全国性品牌和以和路雪、雀巢、明治、哈根达斯为代表的知名外资品牌约占整体市场的70%。

知名品牌商冰淇淋年营收增长率变化量



注释：年营收增长率变化量 = 本年营收增长率 - 上一年营收增长率

数据来源：公司年报，货圈全微数实验室整理

2018年，冰淇淋市场却悄然发生变化，之前地位稳固的大品牌雪糕地位受到冲击。伊利、蒙牛、三元等知名品牌商的冰淇淋业务增速放缓。而这一年也被业内公认为“中国网红冰淇淋元年”。

知名网红冰淇淋在近年频繁推出

曾经一款椰子灰冰淇淋爆红抖音，同期在抖音火爆的产品还有宜家售卖的麦德龙水果冰淇淋。一时间“网红冰淇淋”开始在消费者心智中留下深刻印象。各种冰淇淋新品也趁势推出，向传统巨头发起冲击。

知名网红冰淇淋推出时间统计



数据来源：货圈全微数实验室基于公开资料整理

- 2020年，冰淇淋产品的创新依然步履不停，不仅大鱿鱼、东北铁锅炖等小众口味被研发推出。
- 同时“网红雪糕”也是双管齐下，线上借助天猫电商平台，快手、抖音、小红书等垂直社区推广，线下入驻同全家、罗森、711等连锁便利店。
- 陆空两栖的战术打法使得新品能够快速推广，屡上热搜。

02

冰淇淋如何做“网红”？

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16865

