

经济日报携手京东发布数据——

# 消暑产业甜蜜升级

## 冰淇淋出新口味

随着盛夏到来，消暑降温成刚需。冰淇淋、雪糕等消暑食品销量激增。中国雪糕/冰淇淋的人均年消费量约为3.5升，与欧美国家6升至8升的人均消费量相比，还有很大潜力可挖，这也意味着相关企业仍有成长空间。

整体来看，虽然雪糕/冰淇淋行业受原料、物流成本上升，销售场景受限等因素影响，短期内面临一定困难，但炎热的夏天、火热的线上消费也给相关产品的销售带来利好。目前，雪糕/冰淇淋线上消费走势良好，有望在今年夏天实现较高增长。

同时，冰淇淋市场的品牌竞争十分激烈，进一步激发了企业的创新动力。其中，老字号在原有市场基础上与时俱进，不断开发新口味；新品牌引入文化创意等元素，并通过网络营销引来更高的市场热度。

雪糕/冰淇淋行业的创新更多体现在味道上。新品牌带来不一样的体验，奶茶、海盐、粽子等跨领域的成分进入原料表，受到了年轻消费者的追捧；老字号也加入了追新队伍，榴莲、奶糖等口味融入老字号产品，展现十足的创新活力。

值得注意的是，雪糕/冰淇淋属于生活低频消费，一次消费体验的好坏基本决定了客户的留存度。因此，相关企业要更加注重品牌建设，让产品服务与消费需求更加契合。不能为了创新而创新，要把口味与健康结合起来，让消费者既能解渴，也能吃得健康。

一方面，要在原材料上严把关，使用天然奶源、新鲜水果等健康原料，提高冰淇淋的健康属性，提升消费频次，实现市场扩容。

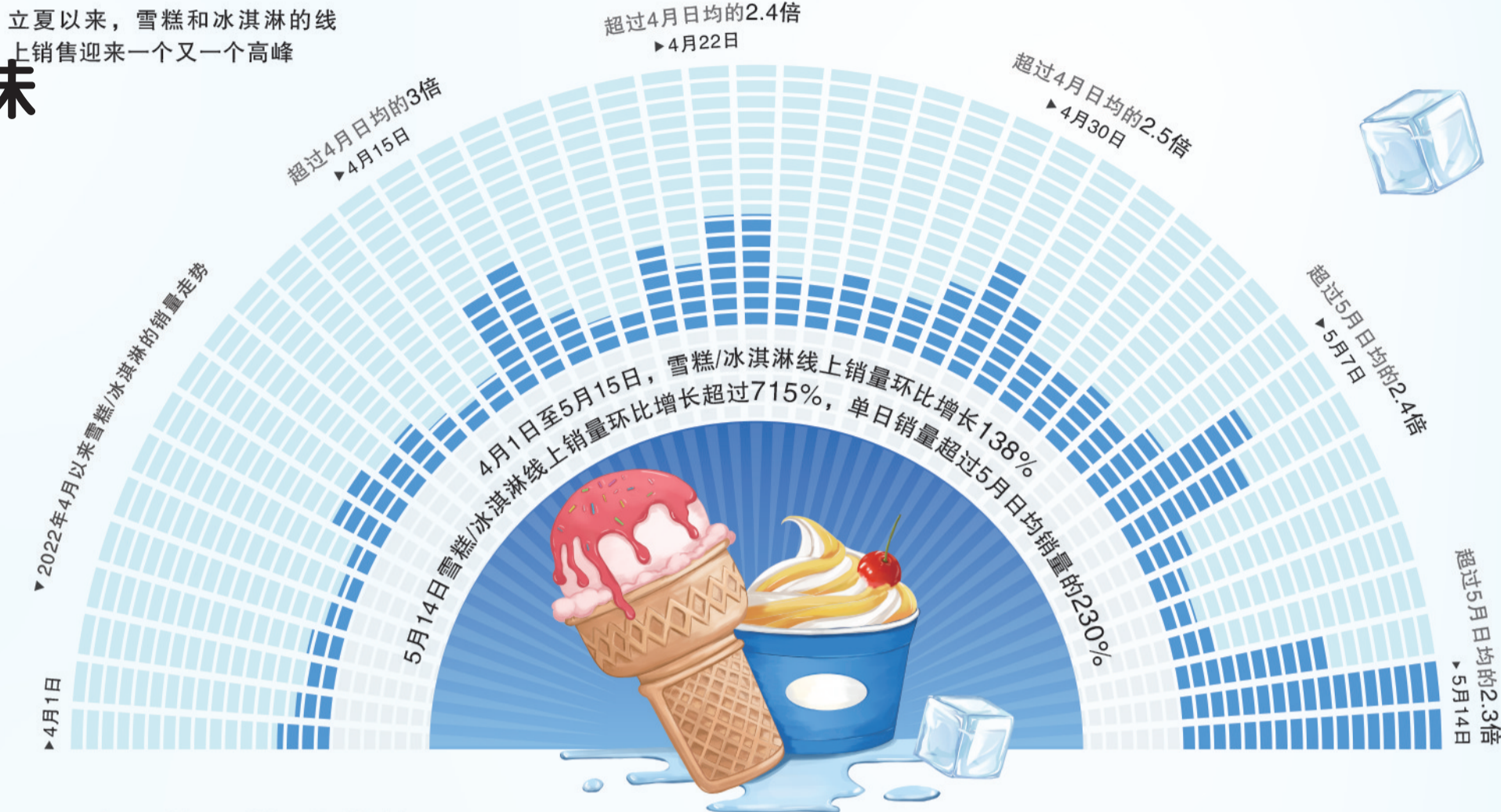
另一方面，也要切合当下追求自然、健康的生活方式，加快满足部分消费者对无糖、低糖产品的需求。同时，还要加强迷你版、独立小包装、多口味装的产品组合开发，满足消费者控制糖分、饮食健康的要求。

总之，相关企业应把更多注意力放在提升商品核心竞争力和满足消费者需求上，这样才能真正获得消费者信赖，促进行业高质量发展。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

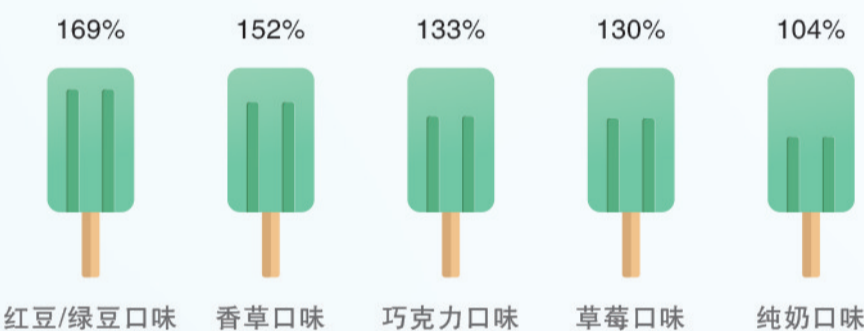
立夏以来，雪糕和冰淇淋的线上销售迎来一个又一个高峰



### 最受欢迎的雪糕/冰淇淋

雪糕/冰淇淋销量TOP5口味

销量环比增长

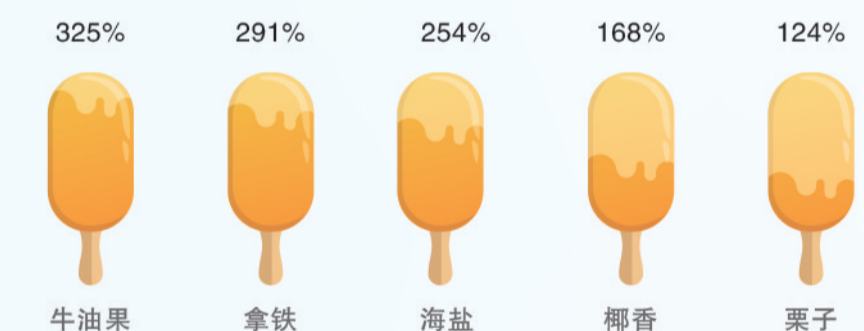


2元单价的雪糕/冰淇淋最畅销 (平均每支价格)

不同价位雪糕/冰淇淋销量环比增长



雪糕/冰淇淋新口味销量环比增长情况



从包装看，因包装新颖而走红的商品很少见，小包装、组合装、家庭装的雪糕/冰淇淋产品更畅销。从价格看，平均单价在1元至2元的雪糕销量环比增长近6倍，平均单价在4元至6元的雪糕销量环比增长超过2倍。可见，消费者对过度包装并不敏感，也更喜欢实惠的商品。同时，消费者对高质量的雪糕产品也有较高的接受度。

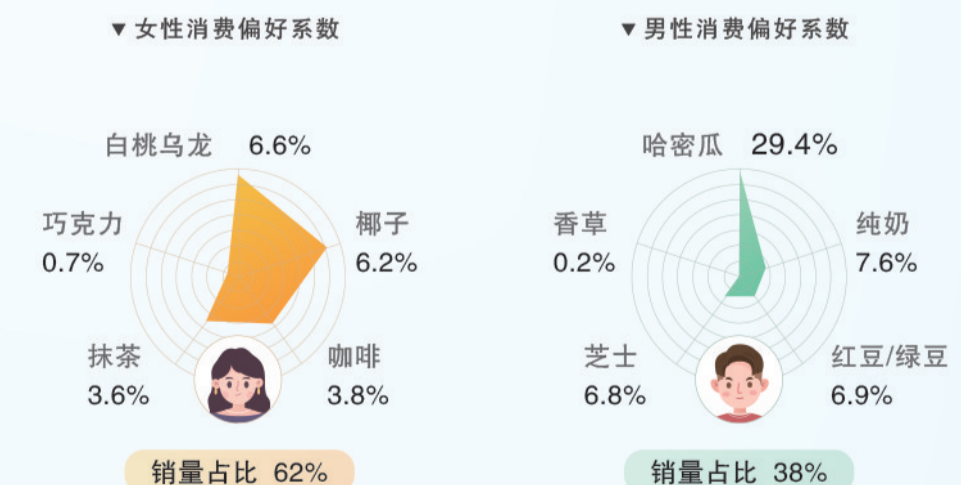
随着生活水平的提高，消费者对雪糕/冰淇淋口味的要求也变得更加多元，牛油果、海盐、椰香、栗子等成分都用在原料中。相关企业应更加注重口味创新，不断满足消费者尝新的需求。其中，老字号品牌在原有的市场优势下，更要加速创新产品，主动适应新需求，引领市场新潮流。

### 消费者画像

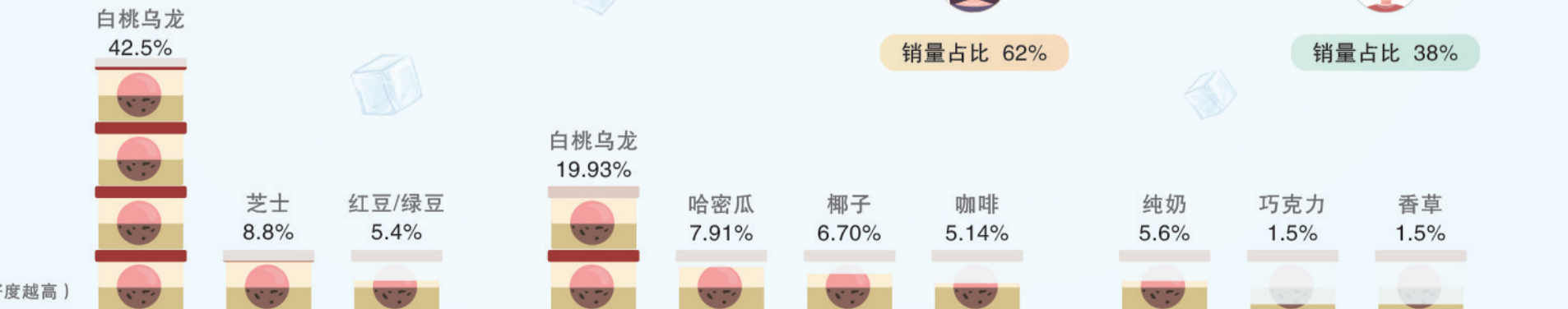
消费者购买雪糕/冰淇淋的习惯



女性更喜爱雪糕/冰淇淋，买走了超过六成的各类产品



各年龄段人群口味偏好系数



(注：偏好系数越大表示消费偏好度越高)

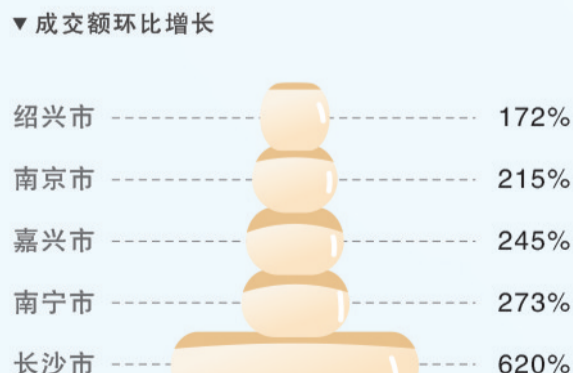


### 地域消费特征

销量增长最快的城市TOP5



成交额增长最快的城市TOP5



更多内容 扫码观看

数据周期：2022年4月1日至5月15日

环比周期：2022年3月1日至4月14日

同比周期：2021年4月1日至5月15日

数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 李 瞳 林 蔚