



时趣洞察引擎数据研究



- 冰淇淋行业新媒体营销洞察

2021年09月 时趣数据研究中心

/// P R E F A C E | 前言

新消费时代，消费者对冰淇淋的需求也在不断发生变化，人们更追求产品带来的消费体验，以及深层次的情感共鸣。此外，冰淇淋正逐渐打破消费周期的限制，成为一款四季皆可享用的甜品美食，新的口味、新的创意、新的玩法都将会带来新的机遇。

本篇报告将基于冰淇淋行业营销现状，从品牌传播、营销内容、受众人群及消费趋势等方面进行分析洞察，为行业品牌未来营销策略提供参考。

数据说明

- 平台覆盖：Social平台（微博、抖音、小红书）
- 监测时间：2021年1月-7月
- 数据样本量：300万+

CONTENTS | 目录

1. 冰淇淋品牌传播洞察
2. 冰淇淋营销战役和内容洞察
3. 冰淇淋消费趋势洞察

01

冰淇淋品牌传播洞察



名人效应



品牌效应



“双标”翻车



明星双刃剑

国货品牌逆袭，外资品牌渐落下风



冰淇淋热门品牌影响力排行

国产品牌深受大众喜爱，蒂兰圣雪借势明星影响力占据榜首，梦龙“双标”翻车引消费者不满，外资品牌渐落下风，此外，烘焙品牌涉足冰品市场，好利来和哈根达斯的联名，制造网红话题度，引起消费者的关注和喜爱

排名	品牌	品牌属性	传播指数	美誉指数	人气指数	品牌综合影响力
1	蒂兰圣雪	国产	99.00	99.6	88.93	95.68
2	甄稀冰淇淋	国产	94.47	99.82	91.10	95.16
3	哈根达斯	美国	89.73	99.8	90.92	93.67
4	巧乐兹	国产	79.14	96.59	99.00	92.20
5	雀巢呈真	瑞士	91.11	99.91	81.47	90.82
6	钟薛高	国产	83.93	96.1	84.76	88.48
7	中街1946	国产	72.35	97.75	89.20	87.14
8	DQ冰雪皇后	美国	74.46	96.27	88.37	86.96
9	NOC须尽欢	国产	76.98	96.1	85.53	86.66
10	八喜冰淇淋	美国	72.97	94.21	87.89	85.63
11	绿色心情	国产	77.19	98.52	79.30	85.39
12	可爱多甜筒	英国	66.17	98.86	86.54	84.74
13	梦龙	英国	81.48	94.54	77.52	84.66
14	东北大板	国产	72.87	92.28	85.72	84.16
15	蒙牛随变冰淇淋	国产	67.05	85.97	94.23	83.18
16	马迭尔	国产	58.17	95.25	81.56	79.33
17	德氏	国产	63.38	95.24	70.86	77.15
18	好利来	国产	67.91	94.95	66.09	76.74
19	宏宝莱冰淇淋	国产	50.03	99.34	74.60	75.89
20	天冰	国产	55.30	95.49	65.06	72.78

国货品牌逆袭，外资品牌渐落下风

国产品牌70% 国际品牌 30%

名人效应

蒂兰圣雪借助明星肖战影响力，以高传播指数、高美誉度带动，综合影响力排名第一

品牌效应

烘焙品牌涉足冷饮市场，好利来跨界上新冰淇淋，成功圈粉，更是通过与哈根达斯联名制造网红话题度，引起消费者关注和喜爱，在品牌影响力排行中占有一席之地。

“双标”翻车

梦龙被曝国内外配料不一致，“双标”惹怒消费者，品牌美誉度受影响

明星双刃剑

黑粉抵制肖战代言产品，同时蒙牛承认冰淇淋加工厂脏乱差等黑历史遭吐槽，蒙牛随变冰淇淋美誉度较低

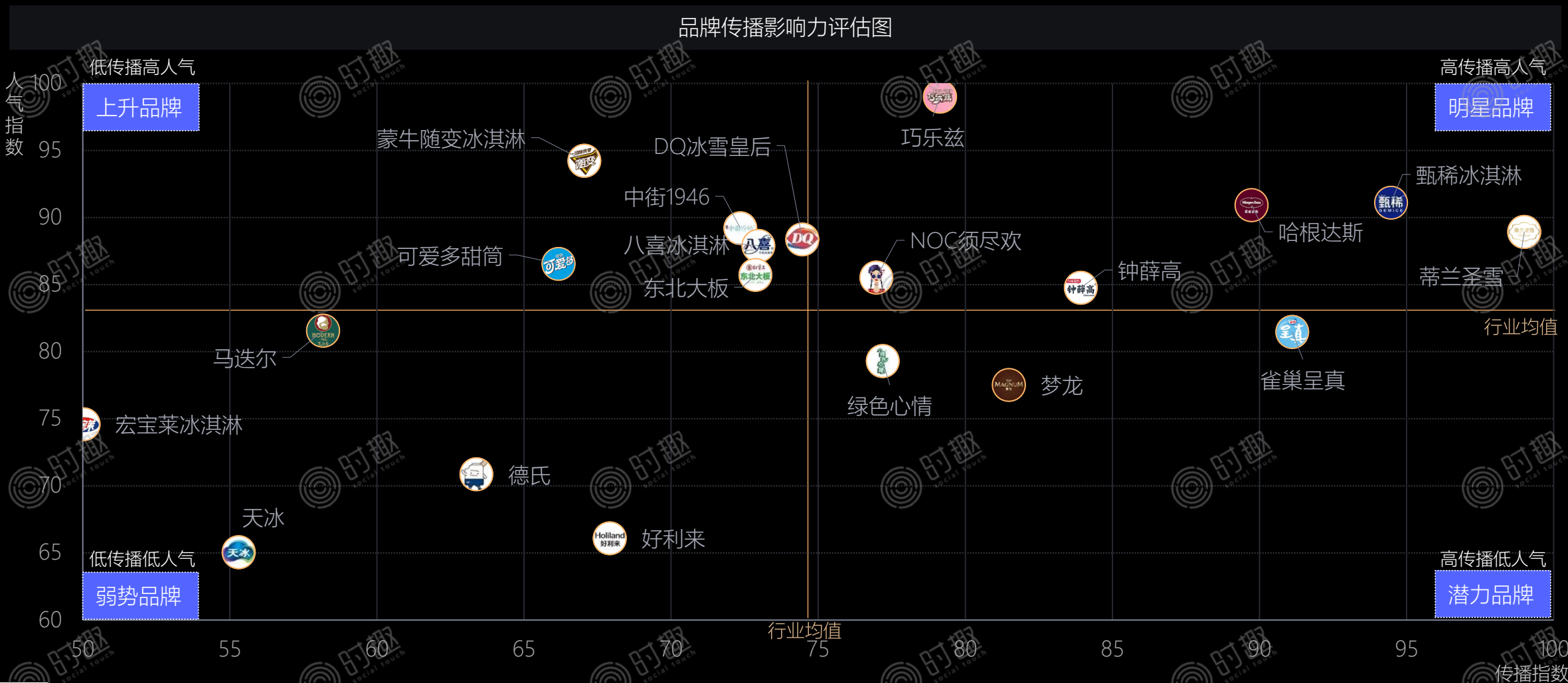
注：影响力指数=0.3*传播指数+0.35*人气指数+0.35*美誉指数；
传播指数： $\ln(X)/(\ln \max X)*100$ ，X为本品牌总声量，max X为行业内最高声量；
人气指数： $\ln(X)/(\ln \max X)*100$ ，X为本品牌粉丝数，max X为行业内最高粉丝数





冰淇淋行业竞争格局

蒂兰圣雪、甄稀冰淇淋、哈根达斯、钟薛高、巧乐兹和NOC须尽欢同时具备高传播优势及高人气热度，成为冰淇淋明星品牌，NOC须尽欢携手诺心，面向年轻人打造网红新品，并迅速破圈，凭借高品质、高仪式感圈粉一众消费者；蒙牛随变冰淇淋跨界合作江小白，品牌年轻化潮流化吸引消费者尝鲜欲望，具有较高人气，健康冰淇淋国民品牌东北大板和东北网红冰淇淋中街1946保持较高人气；国际品牌DQ以独特造型和口感受到消费者青睐



注：传播指数： $\ln(X) / (\ln \max X) * 100$ ，X为本品牌总声量，max X为行业内最高声量；人气指数： $\ln(X) / (\ln \max X) * 100$ ，X为本品牌粉丝数，max X为行业内最高粉丝数

数据来源：时趣洞察引擎 监测时间：2021年1月1日-2021年7月31日



02

冰淇淋营销战役和内容洞察

结合品牌定位与理念的差异化营销，打造多元化内容互动，开展多维度传播助力品牌成功出圈

营销战役

- 通过流量明星的影响力来激活购买力，触达年轻消费者，抢占冰品市场先机
- 结合电商活动、新品上市、品牌联名、节日营销等形式进行传播并促进销售转化
- 参与视频挑战赢取奖励吸引消费者眼球

营销内容

- 明星效应造势，跨界联名破圈，新品延续品牌活力
- 线下打卡引流，口碑沉淀转化

01

营销战役洞察

品牌通常倾向选择明星代言形式进行推广宣传，热门话题明星效应较为显著，官宣代言人以及明星参与新品宣传的战役话题热度较高，此外，品牌会结合电商活动、新品上市、品牌联名、节日营销等形式进行战役传播





冰淇淋品牌热门战役分析——抖音



抖音战役内容较为丰富，品牌善用平台特色，以参与视频挑战赢取奖励吸引消费者眼球，潮流玩法激发用户消费欲，同时明星影响力不容忽视，明星代言有效助力品牌曝光并收割粉丝红利，同时跨界联名助力品牌出圈，流量加乘，拓展品牌潜在用户

排名	话题名称	相关品牌	平均播放量
1	#随变玩转冰淇淋棒签#	蒙牛随变冰淇淋	3467545
2	#吃冰才够爽#	钟薛高	613149
3	#蒂造纯粹真我#	蒂兰圣雪	309943
4	#小神童脆荐官#	天冰	57372
5	#蒂兰圣雪寻人启事#	蒂兰圣雪	39614
6	#有实力敢随变#	蒙牛随变冰淇淋	23138
7	#肖战蒂兰圣雪品牌代言人#	蒂兰圣雪	18370
8	#糕实在是高#	钟薛高	16000
9	#蒂造纯粹真我纵享如意新年#	蒂兰圣雪	13205
10	#越纯粹越珍贵#	蒂兰圣雪	10893
11	#芝士香栗#	可爱多甜筒	9872
12	#一切随我变#	蒙牛随变冰淇淋	9859
13	#钟薛高的糕#	钟薛高	9375
14	#可奈花花筒#	可爱多甜筒	6395
15	#探寻纯粹真我#	蒂兰圣雪	5000
16	#可爱多x橘朵c位出道美妆圈#	可爱多甜筒	4913
17	#随变青年凭实力出圈#	蒙牛随变冰淇淋	4642
18	#霸气芝士草莓冰淇淋#	可爱多甜筒	4351
19	#甜爱小剧场#	可爱多甜筒	2822
20	#蒙牛随变#	蒙牛随变冰淇淋	1453

花样潮流



带话题参与视频接力花式玩变签，晒出潮能力，兑换潮流惊喜

明星代言



蒂兰圣雪先后官宣戚薇和肖战为品牌代言人，传递“纯粹”理念

联名出圈



可爱多×橘朵推出联名独角兽眼影盘





冰淇淋热门品牌营销战役对比洞察



结合品牌定位与理念的差异化营销，打造多元化内容互动，开展多维度传播助力品牌成功出圈


追星一线
品质生活
自由话题


流量效应
口味创新
综艺加持


明星代言
福利引流
品牌实力


产品创新
明星代言
情感共鸣

纯粹理念
优质代言
轻奢悦己

 哈根达斯 KLA得分


 #哈根达斯品牌代言人刘雨昕# 983

 #刘雨昕出位声明 love the mix# 958

 #哈尼，我听奔向你# 795

 #尽情表达# 657

 #京秋听意专宠你# 657


 #唇情巧意宠一起# 580


 #love the




追求高品质生活和自由的贵族冰淇淋


 甄稀 KLA得分


 #李现的魔法冰淇淋# 964

 #李现的生牛乳冰淇淋# 936

 #甄稀让生活好看# 928

 #甄的很上头# 915

 #陈宥维姜思达杨梅吐气了# 875


 #杨梅吐气 鲜尝为敬# 863


 #解辣有



借势代言人打造自己的专属记忆点


 巧乐兹 KLA得分


 #放肆喜欢巧乐兹# 995


 #李汶翰巧乐兹品牌代言人# 959

 #巧乐兹100%现金红包# 940

 #放肆喜欢那一味# 913

 #李汶翰放肆走花路# 905

 #李汶翰直播探案show# 893


 #巧乐兹



颜值与实力并存的产品福利引流加持

 钟薛高 KLA得分

 #树上的冰# 893


 #钟薛高品牌代言人王子文# 870

 #如何暗示领导别内卷# 822

 #糕实在是高# 719


 #小时候的脑洞有多大# 694

 #钟意你啦# 655

 #钟级冷




瞄准高端市场出道即火爆的网红产品

 蒂兰圣雪 KLA得分


 #探寻纯粹真我# 997


 #肖战蒂兰圣雪品牌代言人# 969

 #纯粹赞美让你微醺# 944

 #纯粹me恋，恋恋耳语# 910

 #蒂造纯粹真我# 844

 #倾宠一夏 邀您观影一起畅享暑期档# 818

 #为理想生活



纯粹价值理念的轻奢冰淇淋品牌





热门战役洞察分析——#探寻纯粹真我#



高端冰品+顶流明星，TOP品牌加乘TOP流量，强强联合，品牌积极宣传与此同时粉丝持续发力助力传播，品牌达到强曝光，吸引大量年轻女性关注，广泛触达用户，挖掘潜在消费者，此外，会员日福利抽奖活动送肖战周边，增强粉丝粘性

#探寻纯粹真我#

战役背景

蒂兰圣雪作为蒙牛乳业旗下的高端冰品，一直致力于打造中国人自己的高端冰淇淋品牌，从现代女性自信、纯粹、悦己的价值理念出发，定制都市女性专属的轻奢冰淇淋品牌。4月官宣肖战为品牌代言人，邀请粉丝与肖战蒂兰圣雪冰淇淋一起探寻纯粹真我。

Know 认知指数 997.6

KLA 指数

997.3

Like 好感指数 998.0

Advocate 拥护指数 996.2

阅读数：8.8亿

讨论数：341万

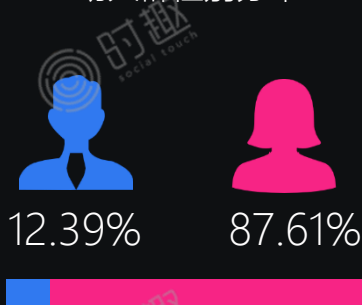
声量数：5.5万

互动数：250.7万

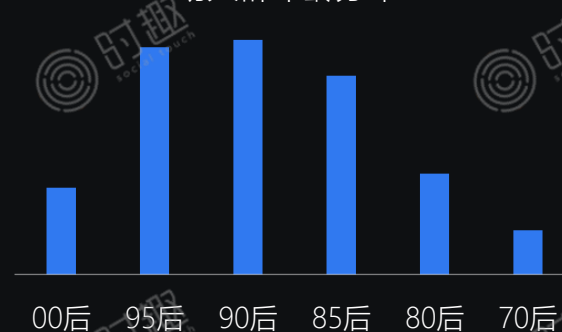
#探寻纯粹真我# 话题声量传播趋势



互动人群性别分布



互动人群年龄分布



互动高频内容



注：头部账号粉丝数：1000W+；肩部账号粉丝数：500W-1000W；腰部账号粉丝数：100W-500W；尾部账号粉丝数：10W-100W。话题综合影响力由KLA模型评估而得，总分为1000



02

营销内容洞察

热门营销玩法——明星效应造势，跨界联名破圈，新品延续活力

- 冰淇淋品牌多领域合作，拓宽受众圈层成为热门趋势，同时借助明星、综艺、IP热度，助力品牌传播，吸引粉丝购买；产品研发上新/直播带货 助力提升品牌销量，明星现身直播间种草为品牌聚集人气，助力收割粉丝红利

明星代言/综艺赞助

品牌合作流量明星肖战、李现、龚俊、孟美岐等为品牌代言。[link1](#) [link2](#) [link3](#) [link4](#)



品牌赞助/植入综艺或电视剧，如甄稀冰淇淋赞助综艺《让生活好看》。[Link1](#)、[Link2](#)



品牌/IP联名

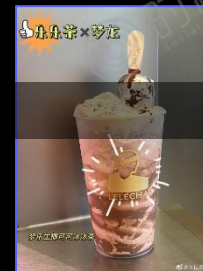
可爱多×奈雪的茶
[link](#)



马迭尔×奈雪的茶
[link](#)



梦龙×乐乐茶
[link](#)



蒂兰圣雪×小罐茶
[link](#)



巧乐兹×COSTA
[link](#)



德氏×沈阳故宫
[link](#)



可爱多×奥利奥
[link](#)



蒙牛随变×三只松鼠
[link](#)



哈根达斯×泡泡玛特
[link](#)



新品上市/直播带货

钟薛高推出杏余年、
芝玫龙荔两款“钟薛高
的糕” [link](#)



甄稀冰淇淋上新：
杨梅吐气和酣畅淋梨，
陈宥维直播带货 [link](#)



可爱多上新：特
牛乳熔岩，虞书
欣直播种草 [link](#)



东北大板家新品：白桃
巧克力脆皮冰淇淋
[link](#)



DQ直播间，新品蜜
桃乌龙暴风雪首发
福利 [link](#)



梦龙新品：素享坚
果口味雪糕，井柏
然现身直播间 [link](#)



热门营销玩法——线下打卡引流，口碑沉淀转化

- 探店打卡、测评合集等攻略干货类的内容比较吸引用户关注，主要通过消费者消费打卡引流线下店铺为主，以冰淇淋品牌实体店和当地小众品牌为主；展会沉浸式体验和快闪店打卡满足用户分享欲，口碑分享吸引潜在用户；品牌通过创新口味、联名款等网红冰淇淋以及隐藏DIY吃法等新颖营销玩法扩大传播，同时随着健康低卡饮食的普及，主打低糖低脂触达更多潜在受众

展会/快闪店/探店打卡



- 梦龙×井柏然 梦井·梦龙欢愉特展、可爱多×奈雪的茶七日限定快闪店、中街1946快闪店等热门线下打卡激发消费者购买欲
- 打卡哈根达斯、DQ等实体店，探店各种创新新口味、联名款网红冰淇淋，挖掘平价宝藏单品

测评合集



- 网红冰淇淋对比测评推荐，通过描述口味口感、图片展示外观颜值，红黑榜帮助消费者避雷

隐藏点单攻略 (DIY)



- DQ、喜茶等品牌隐藏吃法种草，奥利奥华夫控+双倍麻薯、等搭配实现冰淇淋自由



03

冰淇淋消费趋势洞察

受众人群

年轻女性是消费主力，火锅烧烤党潜力巨大

舆论关注

关注名人明星，多元化消费诉求，选择回归产品口味口感

口味偏好

最爱水果清甜，香草后来居上，尝鲜小众口味

食用场景偏好

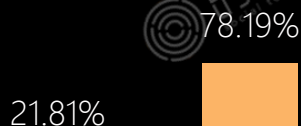
新潮创意吃法，碰撞新式味道

冰淇淋受众画像分析——年轻女性是消费主力，火锅烧烤党潜力巨大

- 95后年轻女性是冰淇淋的消费主力，火锅烧烤党、旅游美食控、上班族、闲逛族、减肥党、国潮追随者等群体对冰淇淋较为关注，是潜力消费人群
- 火锅烧烤党同时喜爱火锅、烧烤、冰淇淋，尤其餐后冰淇淋降温会带来一种冰火两重天的舒爽体验，旅游控打卡体验分享等线下探店形成口碑传播，易形成爆款

性别分布

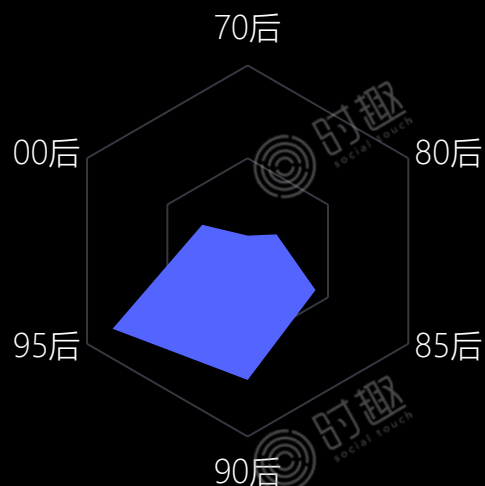
■男 ■女



受众分布



年龄分布



UGC示例

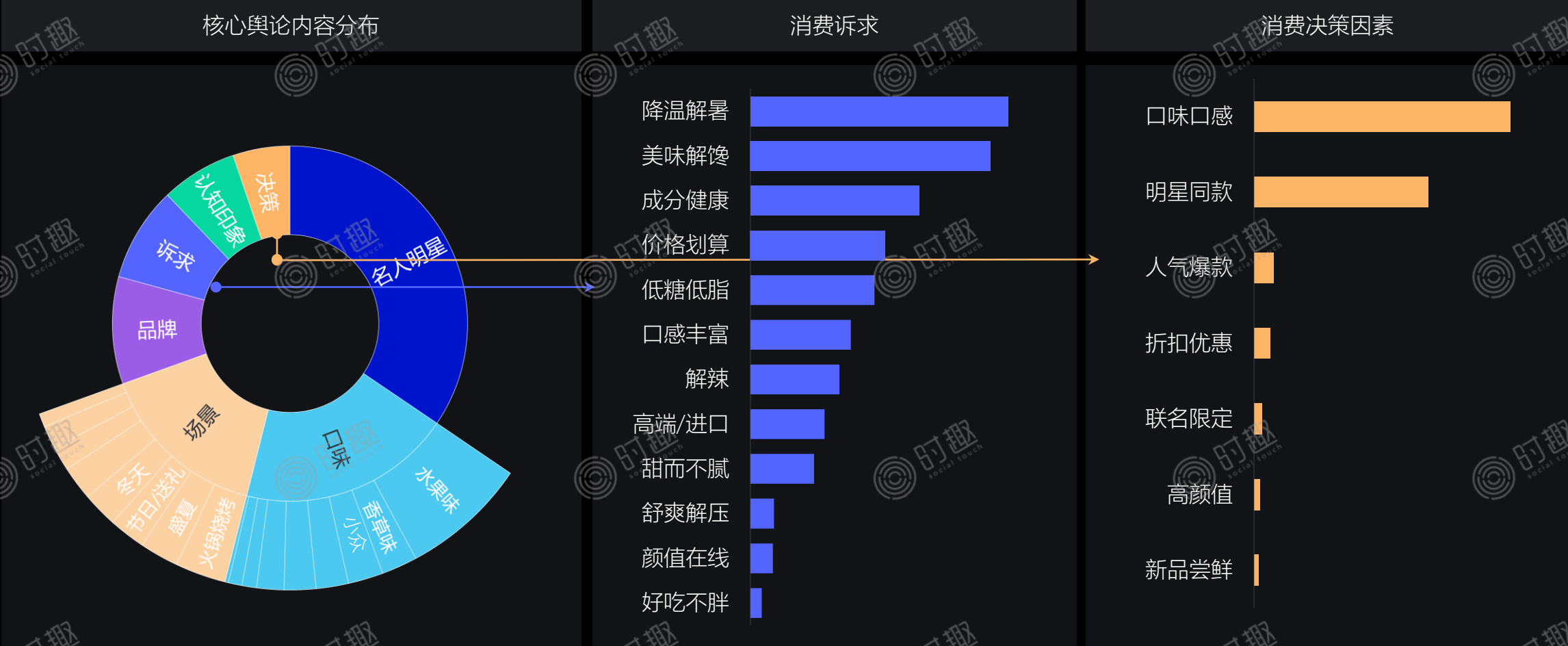
- 火锅烧烤党** (48.42%)：吃完**火锅**还可以来些冰淇淋作为餐后甜点降温；[link](#) 想吃冰淇淋 想吃**烤串** 想吃火锅..... [link](#)
- 旅游美食控** (22.43%)：和全世界的冰淇淋一起拍照**打卡**是什么体验；[link](#)
- 上班族** (10.54%)：下班了给自己**加班**的周末加个**台**冰淇淋；[link](#)
- 闲逛族** (7.46%)：下午出去**逛街**又人手一盒冰淇淋；[link](#)
- 减肥党** (4.41%)：夏天：一边跳绳**减肥**，一边喝着奶茶吃着冰淇淋；[link](#)
- 国潮追随者** (3.00%)：也不是想吃冰淇淋，就是想支持下**国货**；[link](#)
- 宅家/熬夜党** (2.68%)：左手红糖姜茶 右手冰淇淋 一边**熬夜** 一边黑芝麻丸食补；[link](#)
- 恋爱情侣** (1.06%)：冰淇淋和夏天最配，**情侣**约会打卡的宝藏抹茶冰淇淋店；[link](#)



消费者关注热点——聚焦名人明星，多元化消费诉求，选择回归口味口感



- 名人明星备受关注，舆论热度最高，品牌与明星和合作越来越普遍，庞大的追星一族的消费选择越来越受到爱豆的影响
- 冰淇淋用户消费诉求分布广泛，呈现多元化趋势，降温解暑、美味解馋是较为大众化的需求，同时越来越多消费者对食品成分较为敏感，追求天然、健康、无添加的产品
- 虽然行业花样营销手段层出不穷，但产品口味口感依然是消费者最看重的因素，同时明星同款与网红爆款也成为选购冰淇淋的重要考虑因素





冰淇淋口味消费趋势——最爱水果清甜，香草后来居上，尝鲜小众口味



- 从口味变化趋势中看出，水果味备受消费者喜爱，但水果的清甜已不能满足消费者的需求，更多消费倾向于香草味、奶味、巧克力味等多种口味，较为传统的香草味冰淇淋焕发新的生命力
- 随着消费升级和市场教育的深入，消费者对冰淇淋口味的接受程度不断多元化，越来越多新鲜口味进入人们视野，并获得消费者青睐，冰淇淋不再只以甜味“独霸天下”，消费者会乐于尝鲜各类小众创新口味，海盐味、榴莲味、咸蛋黄味等咸味冰淇淋异军突起

冰淇淋口味消费趋势

● 2020年 ● 2021年



传统水果受青睐

- 水果味冰淇淋消费者喜爱程度最高，2020年水果味独占半壁江山，2021年下降趋势显著，但排名仍遥遥领先
- 品牌可升级搭配各类水果味，以吸引用户冰爽体验

香草搭配受欢迎

- 香草味后来居上，增速超过10个百分点，成为消费者最受欢迎的冰淇淋口味之一，例如哈根达斯和梦龙等品牌均有香草味产品
- 香草作为较为传统但又焕发新生命力的口味，品牌可尝试将其与欢迎度较高的水果口味搭配，吸引更多受众

独创口味受追捧

- 海盐味等各种咸味冰淇淋越来越受消费者喜欢，消费者容易接受新鲜口味并乐意分享
- 品牌立足于创新，利用消费者猎奇心理，研发新奇口味，吸引用户尝鲜体验



冰淇淋食用场景偏好——新潮创意吃法，碰撞新式味道

- 冰淇淋逐渐趋于日常零食，奶茶、咖啡、蛋糕等多元品类食物与冰淇淋的搭配融合，消费者解锁冰淇淋N种创意吃法
- 洞见：**品牌研发冰淇淋更多口味搭配和花样，不断拓展消费者场景和新的消费市场成为当下和未来的发展趋势

冰淇淋+烘焙/蛋糕



UGC示例：（自制配方分享）
奥利奥酷脆饼底+半熟冰淇淋乳酪
+ 奥利奥芝士慕斯+奥利奥蛋糕~
一口吃到4层口感~太好吃了

冰淇淋+奶茶



UGC示例：（自制奶茶冰淇淋）
高温天来了，想拿冰淇淋当饭吃，
今天安排奶茶味冰淇淋

冰淇淋+咖啡



UGC示例：（自制冰淇淋咖啡）
夏天是冰激淋的天下，冰激淋+咖啡
双重快乐 冰激淋的丝滑浓郁和咖啡
混合在一起的口感太夏天啦

冰淇淋+零食



UGC示例：（搭配种草）
蜂蜜黄油薯片（一定要这个口味）加
上一勺雪糕！冰冰凉，加上脆甜的
薯片，神仙搭配

冰淇淋+炸物



UGC示例：（搭配种草）
DQ还有鸡翅鸡块等炸物搭配
冰淇淋也是绝了！



时趣洞察引擎^T_M 数据研究中心

时趣数据研究中心是专注于品牌营销的数据咨询团队，致力于营销趋势、消费者洞察、行业趋势等研究，基于时趣洞察引擎，结合具有丰富营销视野的分析师观点，输出有洞察力、行动力的研究报告，同时构建定制化数据模型和数据营销解决方案，已经为上百家国内外知名中大型品牌客户提供科学营销决策、产品解决方案、商业评估模型等服务。

时趣数据洞察引擎是用数据AI赋能营销创造力的智能数字化平台，我们面向营销决策应用场景，整合优化AI智能算法，构建营销知识图谱且持续更新，实现跨周期、多维度、多场景的数据洞察，为品牌主、专业营销人员、内容创造者等营销生态伙伴，提供智能探索新洞察、掌握新趋势、应用新解决方案、深度挖掘新价值、预测营销成功率等数据软件，目前已向时趣服务客户，时趣外部合作伙伴开放。

数据赋能 帮助客户构建伟大品牌



扫码免费使用
洞察引擎小程序



扫码添加客服
开启洞察引擎专业版

Tel:
400-6911-961

Email:
insight@social-touch.com

洞察引擎免费注册使用:
<https://i.social-touch.com>



关注时趣洞察引擎
获取更多营销洞察