

# 冰淇淋市场进入推新季，渠道商调低销售预期



■资料图片

脸盆大小的“东北大板”走红社交平台，鸡腿形状的冰淇淋成为行业爆款……眼下正值冰淇淋厂商推新、招商季，为抢占2025年市场，各大品牌纷纷加大创新力度，产品健康化、发力即时零售等新渠道，成为行业共识。

据业内人士反映，受天气、库存、购买力等多方面因素影响，我国冰淇淋市场自2023年起出现放缓迹象，进入“质价比”时代。受此影响，今年冰淇淋新品价格普遍在5元以下，集中于1元—3元价格带。经销商、渠道商也日趋理性，纷纷下调进货数量和销售预期，行业整体库存压力小于去年同期。

## 即时零售渠道突起

每年11月至来年1月是冰淇淋行业推新、招商的季节。据光明乳业观察，健康化、品质化、口味多样化、款式多样化，是2025年冰淇淋产品的几大消费特征。随着消费者健康意识的提升，低糖、低脂、无添加等健康元素成为冰淇淋市场的主流趋势，企业将更加注重原料的天然性和健康性。与此同时，冰淇淋口味持续创新，融入更多中式食材和风味，如红薯、红豆、黑芝麻等，一些产品还与咖

啡、茶饮、酒类等风味元素结合。除传统的棒状、杯装冰淇淋外，更多形态的产品、更多行业的定制品涌现，为消费者提供了更丰富的选择。

在上述趋势影响下，光明乳业2025年围绕“国民雪糕”定位，复刻了光明冷饮经典产品奶油棒冰、奶昔杯、并联名兄弟品牌推出“大白兔”迷你雪糕等产品。认养一头牛推出十余款新品，突出“鲜牛乳”特色，拓展5元—10元价格带，儿童产品继续主打“清洁配方”特色。中街冰点利用行业首创的-196℃液氮锁鲜工艺，推出10%果肉含量的果味雪泥雪糕，同时应用了近两年行业流行的3D立体造型。

除产品创新外，冰淇淋市场渠道变革也在加快。光明乳业称，即时零售渠道成为冷饮销售的新增长点，增速远高于全渠道大盘。认养一头牛也表示，从2021年开始，抖音凭借兴趣电商优势，冰淇淋大盘持续增长，为品牌入局冰淇淋市场提供了良好的孵化土壤。在线下渠道，冰淇淋在即时零售、便利系统、家批店渠道增速变快。

美团闪购发布的《2023即时零售冰品冰饮消费趋势白皮书》显示，消费者对冰品冰饮的需求日益增长，呈现出随时随地、零食化、必需品化等消费趋势。同时，冰品冰饮是即时

零售渠道上消费者重要的首次加购品类，连带率49%，比全渠道高8%。未来三年，冰品冰饮在即时零售渠道增速预计达39%，销售规模将有望突破630亿元。

沈阳枫可祺食品冷饮研发机构项目咨询经理张宇峰告诉记者，当前冰淇淋市场正在从生产导向向需求导向转变，制造创新、营销模式创新已成为行业趋势。近几年，冷饮企业在消费场景营造、短视频转化率等方面越来越专业，对此类服务的需求也在增多。为此，张宇峰所在公司在去年成立了一个线上团队，通过小时达、直播间、达人参建等方式为企业引流。“去年我们山东有一个客户，在当地的本地生活直播间上榜，一天卖出40多万元。许多代理商现在都在做方圆1.5公里内的小时达服务，打通线上线下渠道。”

## 渠道商调减备货量

受品牌方压货、行业增速放缓等影响，“去库存”成为冰淇淋行业过去一年里的首要任务。有业内人士曾向记者反映，2024年1月的推新季，无论经销商资金还是渠道冰方相资源均被库存挤占，一度降低新品的铺货进度和经销商拿货意愿。受此影响，经销商、渠道商今年普遍下调了进货数量和销售预期。

北京某冻品一批商告诉记者，去年为清理陈货库存，不论进价多少钱的产品，最终都以十几元一件的价格对外甩卖，有的被线上渠道收走，有的流入折扣仓，“我是赔钱甩卖，不打折没人要，陈货在手里会影响新品销售，大概到四五月份库存才出清完成。”吸取去年的“教训”，他调减了今年的冷饮产品备货量，一些不好卖的产品进货量仅是去年同期的三分之一，“下面二批商进货量也在减少，不再压货，普遍是卖多少进多少。”

据张宇峰了解，去年5月，某冰淇淋头部品牌临时叫停了几座工

厂，不再向渠道压货，且待渠道库存售完后不再追仓，一些销售较好的商家甚至出现了断货情形，不得不跨区域调货。

种种举措使得行业在2024年6、7月份基本完成了去库存工作，不少品牌商、渠道商为此损失了一部分利润，但也使得“解套”后的经销商2025年拿货热情高涨。“我最近参加了几个新品推介会，厂家给出的政策都很好，今年库存压力相对较小，渠道商拿货也更加理性。”

行业媒体《中国冰淇淋》主编祝宝威也称，今年冰淇淋库存问题不严重，主要原因在于渠道商降低了销售预期，不再过多进货，这也使得部分冷饮厂出现了早停工、调减产量的现象。与此同时，厂商政策也在发生变化，不再像过去产品行销好的时候一味向渠道压订单，整个行业在朝着理性方向发展。

## 进入“质价比”时代

受天气、库存、购买力等多方面因素影响，我国冰淇淋市场自2023年起出现放缓迹象，进入“质价比”时代。据祝宝威观察，近两年能够在市场上“走量”的冰淇淋新品集中在3元—5元价格带，较以往5元—8元定价有所下降，“大众降量，品质升级”成为行业普遍现象。

据张宇峰了解，2024年冰淇淋市场整体销量仍然处于下滑态势，但3元价格带产品销量有所上升，过去则是1元产品居多，反映出一定程度的消费升级。进入2025年，冰淇淋新品主流价格带依然维持在1元—3元，一些大品牌也在降价。代理商普遍降低了利润预期，更追求薄利多销和产品流转率。

上述冻品一批商告诉记者，2024年受消费环境影响，其冷饮产品销量下滑了20%—30%。自“雪糕刺客”事件后，消费者对高价雪糕的接受度明显降低，“过去几年10元、15元的新品很多，现在做3元、5元新品都算



## 重庆垫江：乳饮品产销旺 节日保供生产忙

据了解，重庆市佳佳乳业有限责任公司目前拥有自动化乳饮品生产线20余条，年产3万余吨乳饮品供应到全国各地，年产值1.2亿元。春节临近，正值乳饮品销售旺季，该公司各条生产线开足马力赶生产，保障节日产品供应。图为2025年1月19日，垫江县高新区重庆市佳佳乳业有限责任公司，工人在生产乳饮品。

(据《重庆日报》)

# 科技兴农勇担当 高邮金港村来了位研究生“小牛总”

■乔云

每天上午九点半进行科学饲喂，每周采奶一次并记录产奶量，每两周记录一次采食量并做好饲料准备……这是扬州大学动物科学与技术学院研二学生乔子鑫的一份“任务清单”。

在江苏省高邮市卸甲镇金港村，有一座扬州大学动物科学与技术学院设立的奶牛“科技小院”。这个学期，乔子鑫和另一名同学“驻扎”小院，当起220多头奶牛的“大

总管”。因为和奶牛们“相处融洽”，乔子鑫被当地村民亲切地称为“小牛总”。

“一头泌乳牛每天食用饲料大约20公斤，我每天要带领七八名工人给220多头牛投喂约6吨饲料。”新年伊始，记者在奶牛“科技小院”见到了亲自上阵挤奶的“小牛总”乔子鑫。

“这头牛叫‘巴巴’。”乔子鑫给记者介绍他接生的第一头小奶牛。“那时是2024年8月底，我刚来的第

二天，凌晨三点多和兽医合力迎接‘巴巴’来到这个世界。”他说。

除了照顾刚出生的小牛，乔子鑫还要照顾小牛的妈妈。“母牛的产后护理非常重要，要进行投喂钙棒、打针、红糖水补充能量等，就相当于‘坐月子’了。”

巴巴已出生半个月后，由于受凉腹泻，伴有低烧，乔子鑫常常半夜起床查看。“我当时想，这是我接生的第一头小牛，怎么都得照顾好它。”

驻扎奶牛“科技小院”期间，乔

子鑫先后接生了30多头小牛，其中一半以上是在凌晨。“我记得还有一头牛是初产，生的时候很费劲，因为难产还用到了助产器，我和兽医费了好大劲才接生成功，这些实践经历都是课本中学不到的。”他说。

“在这里除了学习新知识，还感觉自己力气变大了。刚来小院时，一袋40公斤的饲料都拖不动，现在能够很轻松地将一袋饲料拖到传输带上。在‘科技小院’，我学到了很多。”乔子鑫说。

奶牛“科技小院”落成5年来，科研团队创新成果显著，BM1259巨大芽孢杆菌添加剂提高奶公模生长性能、低粪便和尿液有害气体排放等项目，都是科研运用到生产中的代表性成果。

扬州大学动物科学与技术学院教授、国家奶牛产业技术体系饲料配制与工艺岗位科学家赵国琦说，“学生们都是科技兴农的积极参与者，他们能够扎根基层，把所学知识直接用到生产中，对农业产业化发展很有帮助。”

■陶温都素 张乐元 莎仁格日勒

1月21日上午，阿拉善盟无人机驼奶运输试点项目启动仪式在阿右旗阿拉腾敖包镇举行，标志着阿拉善盟驼奶产业朝着现代化、智能化方向迈出了坚实有力的关键一步。现场还举行了“阿拉善盟无人机驼奶运输项目”揭牌仪式。

揭牌仪式结束后，嘉宾们在工作人员的引领下，参观了此次受邀的无人机展示区。展区内，来自丰翼科技(深圳)有限公司和甘肃公航旅无人机有限公司的各类无人机整齐排列，吸引了众多嘉宾驻足观看，详细了解无人机的性能特点、操作流程以及应用场景。这些无人机不仅具备高效、安全的运输能力，还搭载了先进的智能化控制系统，能够实现对驼奶运输过程的

精准监控和管理。

在无人机驼奶运输实地观摩区，进行了无人机驼奶运输的操作流程。仅用时9分钟就将一罐20公斤重的驼奶从25公里外的牧民家运输到了企业驻地，新鲜驼奶直达企业生产线。

阿右旗万峰畜牧业家庭农牧场负责人额尔登仓表示，“以前驼奶是用我们自己的车运输到阿拉腾敖包镇驼奶基地，以前开车用的时间有点长，现在发展的越来越好，拿这个无人机来送奶特别快，对我们牧民来说特别方便，咱们阿拉善的驼产业越做越好了。”

阿拉善盟拥有丰富的驼奶资源，但受限于地理位置和交通条件，驼奶产业的发展一直受到制约。此次无人机驼奶运输试点项目的实施，是阿拉善盟探索驼奶产业现代

化、智能化发展的重要举措，将为阿拉善驼奶产业的高质量发展注入新的动力。

阿右旗神驼乳业科技有限公司总经理王汉林表示，“阿右旗神驼乳业将继续深挖企业优势，深化产品内核，积极推进2025年阿拉善驼奶溯源专线旅游项目，将驼奶产品低空运输和视觉广告低空展示融入产业发展过程，不断为阿拉善盟驼奶产业发展添砖加瓦。”

通过无人机配送，大大缩短了配送时间，提高了物流效率，降低了物流成本，为阿拉善人民和企业提供更加优质、便捷的物流服务。同时，作为一种新兴的经济形态，将有力地推动阿拉善盟低空经济的发展，促进当地产业结构的优化升级，为经济社会发展带来新的增长点。



■资料图片

阿拉善盟文化旅游投资开发有限责任公司总经理阿荣表示，“这次启动了以后试运营一个月，用五架飞机，有50公斤、100公斤、200公斤载重量的，在这一个月里面探索什

么机型合适，什么样的模式合适，怎么样能降成本，把这个全部算出来，将来对阿拉善低空经济的发展以及阿拉善驼奶事业的发展，肯定会注入一个很好的力量。”

## 行业动态

### 2024年全国牛奶产量4079万吨 下降2.8%

“粮食产量再上新台阶，畜牧业生产稳定增长。”近日，在国新办举行的新闻发布会上，国家统计局局长康义介绍，2024年全国粮食总产量达70650万吨，比上年增加1109万吨，增长1.6%。

具体来看，夏粮产量14989万吨，增长2.6%；早稻产量2817万吨，下降0.6%；秋粮产量52843万吨，增长1.4%。

康义指出，全年猪牛羊禽肉产量9663万吨，比上年增长0.2%；其中，猪肉产量5706万吨，下降1.5%；牛肉产量779万吨，增长3.5%；羊肉产量518万吨，下降2.5%；禽肉产量2660万吨，增长3.8%。牛奶产量4079万吨，下降2.8%；禽蛋产量3588万吨，增长0.7%。全年生猪出栏70256万头，下降3.3%；年末生猪存栏42743万头，下降1.6%。

(赵丽梅 张均斌)

### 1月第3周生鲜乳平均价格 3.11元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测，1月第3周(采集日为1月16日)仔猪、鸡蛋、鸡肉、商品代蛋雏鸡、羊肉、豆粕价格环比上涨，生猪、猪肉、商品代肉雏鸡、牛肉、生鲜乳、玉米、育肥猪配合饲料价格环比下跌，鸡配合饲料价格环比持平。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.11元/公斤，比前一周下跌0.3%，同比下跌14.8%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.27元/公斤，比前一周下跌0.4%，同比下跌15.9%。主产区东北三省玉米价格为2.09元/公斤，与前一周持平；主销区广东省玉米价格2.45元/公斤，与前一周持平。全国豆粕平均价格3.26元/公斤，比前一周上涨1.2%，同比下跌21.1%。育肥猪配合饲料平均价格3.34元/公斤，比前一周下跌0.3%，同比下跌10.5%。肉鸡配合饲料平均价格3.47元/公斤，与前一周持平，同比下跌9.6%。蛋鸡配合饲料平均价格3.17元/公斤，与前一周持平，同比下跌10.7%。

(农业农村部)

### 包头产乳制品首次走出国门

近日，经包头海关检验合格，一批260吨重的全脂奶粉发运蒙古国。这是伊利集团出口蒙古国总经销商内蒙古仲陆国际贸易有限公司委托包头市某乳业公司生产的乳粉首次出口，也是包头市企业首次出口乳粉，标志着包头又一特色产品走出国门，走向世界。

为助力本土特色乳粉产品首次走向国际市场，包头海关自接到咨询电话，便根据企业报检需求展开出口乳品专项业务指导，收集整理有关标准要求，并电话告知其代理人的注意事项及所需上传的材料。一周内，企业顺利完成该批乳粉报检工作。

(陆遥 史铁夫)

### 《敖汉苜蓿栽培技术规范》正式发布

近日，由内蒙古赤峰市敖汉旗林草局牵头制定的地方标准《敖汉苜蓿栽培技术规范》正式发布，明确今年1月26日实施。

敖汉旗于1952年从甘肃省引入苜蓿品种，经过三十多年的选育驯化，培育的苜蓿新品种于1989年被国家牧草品种委员会命名为敖汉苜蓿，1990年被农牧渔业部批准为地方品种。

该技术规范的制作，首次实现了敖汉旗苜蓿栽培技术集成、配套组装，同时为科尔沁沙地灭灾战提供了有力的技术支撑，也为敖汉苜蓿产业高质量发展奠定了技术基础。

据了解，敖汉苜蓿具有耐寒、耐旱、抗逆性强、植物蛋白含量高等多种优良特性，以其优质的品质和良好的适应性赢得了市场的广泛认可，推动了敖汉、赤峰乃至内蒙古草产业发展。

(据《赤峰日报》)

(本报所采用部分文图无法联系到作者，请相关著作权人持权属证明与本报联系，本报将支付稿酬。)