

2026年

日本冰淇淋行业深度考察

6天5晚 5月31日-6月5日

带走可复制可落地的冰淇淋商业方法论!



本资料图片源自网络



一般社団法人 亞洲六次產業化創生學院

前言



过去一年，日本冰淇淋行业正在发生一些很“实用”的变化：

- 从“好吃”走向 功能化（低糖 / 高蛋白 / 健康属性）
- 从“单品销售”走向 季节限定 + 联名驱动增长
- 从品牌主导，转向 便利店渠道主导（PB快速崛起）

这些变化的价值在于
——它们已经被验证有效，并且正在被系统化复制。

这不是一次“参观”，而是一次“带任务的产业研究”。
你不会只是“看过”，而是逐步建立自己的判断框架。



本次行程 重点关注什么？

不是看日本卖什么产品，
而是搞清楚
——它为什么能卖、你怎么也能做出来。



产品层 | 找到能卖的东西

- 拆解日本当下正在卖爆的产品结构
- 识别中国市场还未普及的产品类型
- 分析“为什么消费者会买”

技术层 | 理解为什么能做出来

- 为什么日本冰淇淋“口感更稳定”？
- 二氧化碳制冷到底解决了什么问题？
- 冷链如何影响产品品质与复购？

设备层 | 找到如何落地

- 看清日本设备的真实水平
- 对比自身阶段，找到适合自己的路径
- 理解设备如何影响产品



行程说明

出行时间：5月31日-6月5日 6天5晚 日本·东京

日期	城市	时间	当日主题	日程
DAY1 5月31日	国内 - 东京	上午	抵达 开营	· 乘坐国际航班飞往东京成田 / 羽田机场接机→入住酒店
		欢迎晚宴		· 行程说明 + 2026冰淇淋市场趋势导入
DAY2 6月1日	东京	白天	高端零售 体验美学	· 银座 千疋屋 考察 —— 一家专门从事进口和销售水果的日本百年零售商 重点：水果冰淇淋搭配、价值塑造、高端定价、体验式服务
		晚间		· 银座 三越百货食品层 —— “满足顾客的味觉和心灵” 重点：高端冷冻甜点选品、季节限定、场景陈列、试吃转化体系
DAY3 6月2日	东京	上午	流量场景 终端动销	· 东京站内 商业考察 —— 日本特色商品、顶级特产汇聚地 重点：旅游特色商品、站内限定、IP 联名、便携包装、高转化礼品策略
		下午		· 24小时便利店+商超 冰淇淋专项 商超：永旺超市、伊藤洋华堂等冷冻柜选品、定价、促销 便利店：全家、罗森、7-11等冰柜陈列

*所有行程或根据实际情况作调整，以出行前发到您手中的行程单为准



行程说明

出行时间：5月31日-6月5日 6天5晚 日本·东京

日期	城市	时间	当日主题	日程
DAY4 6月3日	东京	白天	专业观展 定向对接	· 观展 FOOMA JAPAN日本东京食品加工及包装机械展览会 时间：2026年6月2日-5日 地点：东京有明国际展览中心 重点：冰淇淋加工 / 冷冻 / 包装 / 配料 / 冷链 / AI 质检 / 环保材料 定向对接 + 专业导览 + 预约展商商务洽谈
		晚间		专题讲座：《日本冰淇淋制造的机械厂家与设备优化方案制定》 ——拟邀讲师：石田胜孝（设备工程与食品机械系统整合专家）
DAY5 6月4日	东京	上午	商务落地 交流总结会	专题讲座：《日本冰淇淋企业之“神器”》 ——拟邀讲师：河岸宏和（食品安全顾问） (视需求和现地情况调整)
		全天		· 市场走访 + 样品集中采购 + 商务相谈 · 行程交流总结会：全员考察心得分享，讲师深度复盘，回国落地建议
DAY6 6月5日	东京 - 国内	上午	返程	根据航班时间送机 搭乘国际航班返回国内，考察圆满结束

*所有行程或根据实际情况作调整，以出行前发到您手中的行程单为准

亮点1 | 千正屋

高端水果与礼赠商业模式

目标： 识别高溢价产品结构 + 寻找创新方向





亮点1 | 千疋屋

高端水果与礼赠商业模式

目标： 识别高溢价产品结构 + 寻找创新方向

① 高端定价 × 产品逻辑

· 你将看到：

水果如何从“农产品”变成“高端商品”？

定价如何基于“品质 + 稀缺 + 故事”？

· 你将学会：

一套“高溢价产品打造逻辑”（可跨品类使用）

② 包装与礼赠体系

· 你将看到：

日本礼品市场的包装标准？

如何通过包装提升产品价值感？

· 你将学会：

如何设计“送礼场景产品”（提升客单价）

③ 场景化陈列 × 成交设计

· 你将看到：

门店如何通过陈列强化“高级感”？

如何降低决策成本，提高购买效率？

· 你将学会：

一套“高转化陈列方法”

亮点2 | 银座三越百货 高端商品与视觉陈列体系

目标：拆解高端零售如何通过“商品组合 + 场景设计”实现溢价



亮点2 | 银座三越百货

高端商品与视觉陈列体系

目标：拆解高端零售如何通过“商品组合 + 场景设计”实现溢价

① 精选商品 × 高端客群匹配

· 你将看到：

日本百货如何筛选“高溢价食品品牌”？

不同价格带产品如何组合形成完整结构？

· 你将学会：

一套“高端商品结构搭建逻辑”（避免只靠单品）

② 限定商品 × 购买欲望设计

· 你将看到：

季节限定 / 节日限定产品如何驱动销售？

限定产品如何与陈列和氛围结合？

· 你将学会：

如何设计“持续刺激消费的产品节奏”

③ 本土 × 国际品牌组合

· 你将看到：

日本品牌与国际品牌如何协同陈列？

如何通过品牌组合提升整体形象？

· 你将学会：

多品牌体系下的“高端感构建方法”

亮点3 | 东京站内商业

地域特产与限定商品创新开发

目标： 抓住“超高流量场景”如何实现持续高销售





亮点3 | 东京站内商业

地域特产与限定商品创新开发

目标：抓住“超高流量场景”如何实现持续高销售

① 地域特产 × 限定商品逻辑

· 你将看到：

北海道、京都等地域特产如何通过“站内限定”实现溢价？

同一产品如何通过版本变化持续销售？

· 你将学会：

一套“普通产品 → 高溢价商品”的打造路径

② 包装设计 × 冲动消费触发

· 你将看到：

小型化包装如何降低决策门槛？

高颜值设计如何提升“拿起率”与“送礼属性”？

· 你将学会：

一套“让产品更容易被买走”的包装策略

③ 供应链效率 × 高频成交支撑

· 你将看到：

便当日配体系如何支撑高频消费

自动贩卖机与门店协同补货机制

· 你将学会：

高坪效门店背后的运营逻辑

亮点4 | 便利店与商超

高频消费与精准分层

目标：学会“高频刚需场景”下如何通过商品组合实现“高周转 + 高复购”，寻找中国缺失产品



LAWSON



あなたと、コンビニに、

FamilyMart



セブン-イレブン



亮点4 | 便利店与商超

高频消费与精准分层

目标：学会“高频刚需场景”下如何通过商品组合实现“高周转 + 高复购”，寻找中国缺失产品

① 商品组合 × 精准分层策略

· 你将看到：

不同门店如何根据“办公区 / 住宅区 / 交通枢纽”调整选品？

高毛利商品与高频商品如何组合？

· 你将学会：

一套“既赚钱又走量”的商品结构设计方法

② 鲜食体系 × 高频复购引擎

· 你将看到：

便当、饭团等鲜食如何实现每日多次配送？

如何通过数据控制废弃率？

· 你将学会：

一套“让用户每天都来”的产品运营逻辑

③ 自有品牌 × 利润提升核心

· 你将看到：

自有品牌（如7-11体系）如何覆盖不同价格带？

如何通过品质与价格平衡建立信任？

· 你将学会：

打造高利润产品线的核心路径

亮点5 | FOOMA JAPAN

定向对接与商务落地

目标：真正从“产品表层”深入到“产业底层能力”





亮点5 | FOOMA JAPAN

定向对接与商务落地

目标：真正从“产品表层”深入到“产业底层能力”

① 定向对接 × 商务落地支持

· 你将获得：

精选展商清单（提前筛选，避免无效信息）

专业导览（重点设备与技术讲解）

商务对接支持（预约沟通，提升效率）

② 总览冰淇淋全供应链

· 你将看到：

从冰淇淋加工 · 冷冻 · 包装 · 配料 · 冷链 · 质检 · 环保材料的完整链路

不同规模企业的适应性方案

· 重点观察：二氧化碳制冷技术、节能 vs 品质稳定、日本冷链逻辑

· 你将学会：

一份适用于自身业务的“优化升级方向”

讲师团队之 赵宇（字裕康）



赵院长旅居日本三十载，精通中日双语，深谙日本企业文化，多年深耕中日企业商务交流领域，竭诚助力，贡献卓著。曾牵头规划并主导50余场中国企业团队赴日深度游学考察活动，足迹遍及日本40余个都道府县，覆盖食品、农业、商业、服务业、工业等多元产业。在企业管理咨询领域，已为30余家中国优秀企业提供专业支持，以开阔视野与创新思维，助力合作企业在战略规划、海外拓展、品牌塑造、文化建设等方面实现突破与发展。

- 出身：1970年3月出生于中国东北，现居日本大阪
- 专业：东和国际教育学院 日语专攻
- 职业经历：1999年 日中起業家育成中心 董事
2002年 东北大学日本語教育研修中心 部长
2008年 札幌国际大学 中文教师
2010年 在沈阳日本地方自治体交流平台 首席驻日代表
2012年 北海道中华食品研究所 董事长
2016年 中日产学投资促进中心 合作伙伴
2018年 日本知识创生学院 院长
2019年 一般社団法人亚洲六次産業化創生学院 代表理事 院长
2021年 株式会社スカイテーク 代表取締役社长
2023年 株式会社LBD 代表取締役社长

一般社団法人亚洲六次産業化創生学院 代表理事/院长
日本地方政府（中国）交流平台 首席驻日代表
日本农业・食品・健康领域中日合作项目推进负责人


讲师团队之

石田 胜孝



设备工程与食品机械系统整合专家
前NARASAKI产业 执行役員

- 出生年月：1960年8月 京都出生
- 专 业：北海道大学 农学院 农业机械专业
- 专业领域：食品机械、冷冻设备工程、EPC项目统筹、国际机械贸易、生产现场改善与管理
- 指导方向：日本食品机械产业结构与设备整合案例、冰淇淋产业设备标准与工厂导入流程、日式制造业EPC模式与中国产业升级的对接、“现场力”与设备销售中的信赖构建方法
- 职业经历：1984年4月 奈良崎产业株式会社 入社、大阪分公司 产业机械科
1997年4月 北海道分公司 机械部 食品机械课 销售代表
1999年4月 大阪分公司 产业机械事业部 项目统筹
2007年4月 东京本社 机械本部 机械部部长
2010年6月 机械本部 执行董事兼副总经理
2014年4月 北海道分公司 执行役員兼机械本部副总经理
2019年9月 从奈良崎产业退休
2019年11月 加入Passport Co., Ltd. (现 Lexport)
2023年8月 退休




讲师团队之

河岸 宏和

- 职 务：食品安全教育研究所 代表
食品安全顾问
- 学 历：北海道带广畜产大学
- 专业领域：食品加工／流通环节的品质管理
卫生管理
异物混入防范
供应链监控
员工教育培训、危机管理

- 指导方向：每年为100+食品工厂、超市、便利店、餐饮店等食品相关场所提供全流程的品控与卫生管理技术指导及咨询
- 职业经历：1982年 就职于大型火腿制造商，负责品质管理及配方管理
1988年 加入大型便利店熟食供应商，负责商品开发与品质管理
1993年 入职大型鸡蛋制造企业，负责开发与品质管理
2004年 就职于大型流通连锁企业，任品质管理负责人
2007年 同一企业的品质管理顾问
至今 创立“食品安全教育研究所”，担任代表
- 主要著作：《廉价食品将毁掉30年后的日本！》（辰巳出版）
《超市内幕：如何选择安全又美味的食品》（东洋经济新报社）
《图解食品工厂的检查与审计》（同文馆出版）
《图解食品工厂的品质管理》（同文馆出版）
《图解食品工厂的运作机制》（同文馆出版）
《入门图解：最新食品工厂的卫生与危机管理》（秀和系统）
《食品销售中的卫生与危机管理入门》（秀和系统）



讲师团队之

丸林 勝之

- 专业领域：冰淇淋生产技术、工厂运营管理、品质控制与HACCP体系导入、采购与供应链管理、公关宣传与市场分析。
- 职业经历：
 1. 日本冰淇淋协会 专务理事／事务局长（2018 - 2022），负责行业标准化、HACCP体系建立、海外业务谈判与宣传推广工作。
 2. 冰淇淋生产与工厂管理负责人，主要负责生产技术、品质管理与人员培训。
 3. 总部企划・运营管理职，主管品质、人材育成、采购与企划协调。
 4. 蛋糕商品开发本部，负责公关宣传与营销策划工作。
- 代表项目：
 1. 主导《HACCP卫生管理手引书（冰淇淋类）》编制与修订（2019 - 2020）。
 2. 组织“金泽冰淇淋消费调查”，分析地域消费趋势与文化特征。
 3. 代表协会接受Just-Food等海外媒体采访，传播日本冰淇淋市场信息。
 4. 推动行业标准化与国际交流，为国内外冰淇淋企业提供专业指导。

你最终将带走的不是信息 而是

- ☑ 一套可复制的产品创新方向
- ☑ 一份中国可落地的产品清单
- ☑ 一套适用于自身业务的优化路径
- ☑ 一套冰淇淋商业分析框架
- ☑ 一批真实可对接的行业资源

