

甜派咸派都爱，网红咸蛋黄是如何炼成的？

随着各类网红食品你方唱罢我方登场，网友总结出“定律”：多加芝士，多加芒果，多加榴莲，就能获得“彩虹屁”。最近这个“定律”被打破了，因为咸蛋黄红了。从作家汪曾祺“筷子头一扎下去，吱——红油就冒出来了”的赞美，到雪糕、奶茶、面包、饼干、薯片、披萨纷纷推出咸蛋黄口味，咸蛋黄成为社交平台上的热门话题，从平凡的食物登上“顶流”的席位。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

A 持续火热：万物皆可配咸蛋黄

咸蛋黄食品的吸引力在2016年就已显现，当年清明节期间，上海老字号杏花楼推出咸蛋黄口味青团，引起市民大排长龙购买，据说有人排队八九个小时。如此奇货可居，自然少不了黄牛，售价48元一盒的咸蛋黄青团被卖到200多元。

今年，咸蛋黄雪糕又大获好评，引发咸蛋黄风潮。雪糕白色的部分是甜的牛奶味，两个黄色的圆圈则是咸甜

的蛋黄味。每日优鲜华北市场销售数据显示，销售第一的咸蛋黄雪糕占五六月整个品类销量的16.2%。该产品上市半年，在全国一二线城市总销量达3600多万支，较早推出该产品的奥雪公司表示，双黄蛋雪糕产品卖到脱销。

咸蛋黄还能摆脱“甜派”“咸派”之争，能搭配各种食物，成为少数没有争议的网红食品。新加坡网红金鸭咸蛋

黄薯片、必胜客金沙咸蛋黄口味冰淇淋、咸蛋黄奶盖茶、咸蛋黄披萨和鸡翅，肯德基的金沙咸蛋黄香辣翅，全家的咸蛋黄麻薯蛋糕和咸蛋黄半熟芝士……咸蛋黄打造出多个爆款。据CBNdata数据，在淘系平台上，咸蛋黄口味搜索人气近3个月上涨近一倍；在微博平台上，与咸蛋黄联系最紧密的关键词为“网红”“爆款”等，成为社交平台上博主安利的主角食品。

· 口味包容性是基础

“零食多数是甜口的，相比之下咸蛋黄食物更有记忆点；而它本身是咸的，能搭配甜品，也能做成炒菜。”每周消费咸蛋黄奶茶的璐伊告诉记者，茶饮和甜品甜腻的主流风格下，咸蛋黄特别的口味吸引了她。

根据英敏特咨询公司对亚太各国食品与饮料行业的新发展趋势的研究显示，消费者越来越喜欢同时具备甜、咸口感的食品和饮料产品，在此背景下，咸蛋黄口味元素被越来越多地应用到各种场景和食材搭配之中。

爱德曼国际公关公司调研指出，随着全球化不断加深，不同国家食品风味体验促进了各种新型风味口味需求，口味越新颖，就越可能吸引新的消费者。而咸蛋黄独特的咸鲜味，可以作为一种调味品加入几乎所有菜谱，搭配出创新的食品。

· 网络营销必不可少

百度指数显示，“咸蛋黄”热度在每年6月、9月呈现两个峰值，且最爱吃咸蛋黄的人群年龄在30岁~49岁之间。这和端午、中秋的传统食物粽子、月饼有关。而咸蛋黄成为年轻人中受欢迎的

食物，也受到花式营销活动的推动，比如喜茶咸蛋黄口味冰淇淋的2天限时供应，李佳琦直播间卖断货的咸蛋黄鱼皮，各种自媒体营销的试吃、抽奖活动等等。

此外，在国潮复兴的背景下，咸

蛋黄作为典型的中式食物，在网络上有着天然的话题度。钟薛高食品有限公司副总裁胡日查指出，外围造势和产品突破、内容突破同样重要，完善的营销体系契合消费热点，结合跨界营销，网红产品也可成为品牌时尚。

· 契合零食消费升级

热销的咸蛋黄产品售价并不便宜，记者在电商平台搜索，某品牌咸蛋黄酥两颗一组合的单颗售价近8元，咸蛋黄皮100g mini装售价58元，咸蛋黄海苔38g约25元。

售价高与咸蛋黄品质、价格较高相关，今年上半年整颗咸蛋黄售价约70元一公斤，碎蛋黄约50元

一公斤，咸蛋黄粉则价格低廉。但香尚香研发总监黄忆楠曾对媒体表示，目前的口味研发主要使用的仍是整颗咸蛋黄，而非咸蛋黄粉，因为咸蛋黄以咸香、油脂味为代表口味，咸蛋黄粉可能导致后期油脂的香味不太突出。

实际上，不少消费者愿意为高

价的咸蛋黄食品埋单，上述三种产品在旗舰店的月销量分别达到近3000件、近1800袋、近1500袋，咸蛋黄海苔上市初期一度卖到断货。

正如CBNdata零食消费趋势报告显示，对于高质量且符合其消费观念的产品，性价比已不在消费者考量范围内。

B 爆款之路

C 未来市场：应用范围更加多元化

对于咸蛋黄食品的风潮和其成本问题，高邮市南海食品厂总经理王金荣表示，未来建立成本一方面依靠和农户、农业合作社合作，降低原料成本；另一方面坚持创新驱动，使用先进设备，降低生产成本。

在咸蛋黄产品研发上，由于容

度强，应用范围将更广泛。上一波咸蛋黄从传统食品出圈，主要应用在休闲食品、速冻食品、甜品及茶饮方面。黄忆楠在媒体采访中表示，近期研发应用的一款产品是烘焙馅料方向，在咸蛋黄口味的基础上提升甜度；一款是纯咸蛋黄味，用来做浇头；

一款针对炒菜，比如裹在鸡肉或鱼肉外，或者可以油炸，加蒜、辣椒等。记者了解到，咸蛋黄在炒菜方面已有新的应用，天河区员村某小龙虾店推出的咸蛋黄口味小龙虾受到好评，据负责人介绍，它是夏季店内销售的TOP3口味。

资讯

贵州茅台酒销售有限公司被列为被执行人

新快报讯 12月2日，贵州茅台酒销售有限公司被海口市美兰区人民法院列为被执行人，执行标的1100万。同时，该公司在海南还有一起广告合同纠纷诉讼。

根据天眼查数据显示，贵州茅台酒销售有限公司成立于2000年5月，注册资本1000万。A股上市公司贵州茅台酒股份有限公司为该公司的最大股东，持股比例95%；第二大股东为由贵州省人民政府国有资产监督管理委员会全资持股的中国贵州茅台酒厂（集团）有限责任公司，持股比例5%。

目前，贵州茅台酒销售有限公司共有37家对外投资，包括贵州茅台酒销售有限公司、北京国酒茅台销售有限公司等；该公司还有3家分支机构，但均已处于注销状态。

（陈思陶）

雅培获评“中国杰出雇主”

新快报讯 日前，最新一期“中国杰出雇主”出炉，雅培连续第九年榜上有名。该奖项是由杰出雇主调研机构评选出，从人才策略、人力规划、人才招聘、入职、学习与发展、绩效管理、领导力发展、职业发展与继任者管理、薪酬与福利以及文化十大人力资源领域维度对企业进行全方位考量。

雅培2014年在中国推出了旨在推动人才发展和提升的里程碑项目——“喜马拉雅”领导力项目，同时通过“精英计划”每年在中国设置上百个实习岗位。雅培同时也十分重视员工身心健康和工作满意度，成立的“雅培中国关爱会”为员工组织了多种主题活动。今年，雅培在全国推出全员健身赛，倡导健康的生活方式，鼓励员工自由组队以各种形式积极参加锻炼，并首次推出了“小小雅家人科技体验日活动”，让员工的孩子们实地了解父母的工作。

（杨澍）

孕产妇营养市场增长喜人

新快报讯 近日，食品饮料咨询公司Zenith Global发布《亚洲孕产妇营养市场动态报告》，报告称，尽管亚洲市场对婴儿配方产品的销售实施了监管限制，同时母乳喂养率不断上升，但亚洲市场中以乳制品为基础的孕产妇营养补充剂在不断增长，其中针对孕产妇的乳制品销量正以每年20%的速度增长。统计称，预计到2023年，亚洲地区以乳制品为基础的孕产妇营养品销售可达47.5万吨，包括日常的奶粉、含乳蛋白和乳脂的高价值特色产品等。

（陈思陶）