

曾经,它只需3块、5块钱;如今,价格去到20元到60元不等……

从解暑神器到轻奢品

过了夏至烈日照,酷暑难耐受不了。除了空调和风扇,来一根雪糕(以下统称“雪糕”,其中包括冰棒和冰淇淋)是解暑纳凉的良方之一。可最近,“当代雪糕的价格能有多离谱”等相关话题冲上了热搜,一大波声称被雪糕伤害过的网民表示有共鸣,并引发热烈讨论。

艾媒咨询调研数据显示,2022年,在我国受访消费者中,超六成消费者对雪糕高定价的态度是认为其溢价太高,营销成本堆起来的;有18%的受访消费者认为物有所值,物料成本确实高。正如网友们吐槽的“千万不要乱拿不认识的雪糕”、“贵的雪糕就是好啊,还没吃呢心就凉了”。曾经普遍3块、5块的雪糕,为何如今变成了让人们望而却步的“奢侈品”?价格普遍在20元到60元一根不等的所谓“高定价”雪糕到底贵在哪里?雪糕行业发展趋势是否会继续放高定价方向走?

■策划:罗韵 ■采写:新快报记者 梁或 ■制图:廖木兴

原料上涨、品牌“内卷”一块的快乐不复存在

我国雪糕市场保持着增长态势,在2020年已达到1470亿元。中商产业研究院数据显示,2021年,中国雪糕行业市场规模超过1600亿元。纵观全球市场,中国依然保持全球第一。

自上世纪90年代以来,国际知名冰淇淋品牌纷纷来华投资,本土品牌也积极开拓市场,呈现百花齐放的繁荣局面。在今年5月,中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会与新华网溯源中国联合发布的《中国冰淇淋/雪糕行业趋势报告》(下称《报告》)中显示,2021年零售总额份额排名前五的雪糕品牌依次为:伊利(16.0%)、梦龙(4.3%)、可爱多(4.3%)、蒙牛(3.7%)、五丰(2.4%);而从线下市场份额来看,乳业巨头伊利和蒙牛以及国外品牌联合利华和路雪、雀巢,仍然在国内雪糕线下市场中占据领先地位。在艾媒咨询对2022年中国雪糕消费者消费过的雪糕品牌占比进行的调研数据也显示,伊利在受访消费者中的消费占比最高。

与此同时,新国货品牌如钟薛高、中街1946、马迭尔、东北大板虽然没有进入榜单,但近年也备受关注,同时也是“高定价”雪糕话题中的焦点。

雪糕越来越贵的原因诸多,原材料成本不断上涨是其一。比如,2008年至2020年,牛奶、淡奶油等原材料成本价格上涨了大约80%。此外,雪糕在运输、冷藏技术的环节成本也大幅上升。

除此之外,雪糕品牌在营销方面的成本或许对涨价的影响更大。从产品设计、包装、原材料的使用,再到猎奇口味、品牌联名,雪糕厂商们手段奇出。雪糕,已经不再是“炎炎夏日下,随手来一根”的“消暑神器”,反倒在雪糕厂商重新定义的消费场景下,成了拍照打卡、晒出来的“轻奢品”。

在这一波话题的网友讨论中,不少人表达了对一块钱雪糕的怀念之情,但也知道那已是不复存在的“回忆杀”。艾媒咨询调研发现,2022年网友对单个雪糕的接受价位大多在3元到5元之间,其次是5元到10元之间。

中国雪糕行业 正在往品质化方向发展

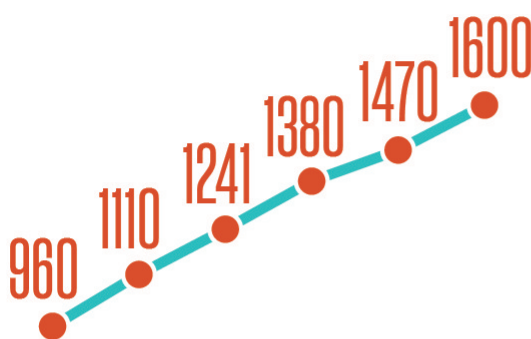
随着冷链物流的快速发展,以往主要是区域化发展的雪糕走向全国各地,冷饮市场快速扩大。市场的扩容也给了品牌更多发展机会。在某一程度上来说,高定价象征着中国雪糕行业正在往品质化方向发展。尤其是国产中高端冰淇淋品牌的涌现,在促进消费者对国产冰淇淋的认可和支持。

中高端雪糕品牌通常在优质、新鲜的原料,精湛的制作工艺等方面体现出产品的“高品质”。过去雪糕被诟病的香精添加,在高端雪糕品牌中基本绝迹,配料表前列基本是牛奶、稀奶油等,主打通过原料风味来打造雪糕口感。《报告》指出,目前,对天然原材料和高级品质的崇尚,已经成为价格之外决定雪糕类产品受欢迎度的重要因素。

新消费的浪潮在各细分赛道迭起,再加上资本的加持和互联网营销的运作,“网红雪糕”的出圈变得越来越快。与此同时,“网红雪糕”食品安全问题的频频爆出,也令人不禁担忧。比如前年比较火的网红雪糕“双黄蛋”,用了咸鸭蛋与甜味雪糕结合,其可爱的包装也符合消费者拍照打卡的需求,一时之间成为了便利店里的“抢手货”、朋友圈里的“刷屏王”。但在2020年上半年的全国及省级市场监督管理部门(含原食药监部门)公布的雪糕质量安全抽检数据中,曾被曝光菌落总数超标。另一网红产品“椰子灰”也被检出大肠杆菌超标。

中国雪糕行业市场规模逐年扩大 广东是拥有最多雪糕企业的省份

2016-2021年中国雪糕行业市场规模 (单位:亿元)



2016-2021年中国雪糕相关企业注册量 (单位:家)



截至2022年6月8日

广东有 **4250** 家雪糕相关企业
深圳有 **1749** 家雪糕相关企业

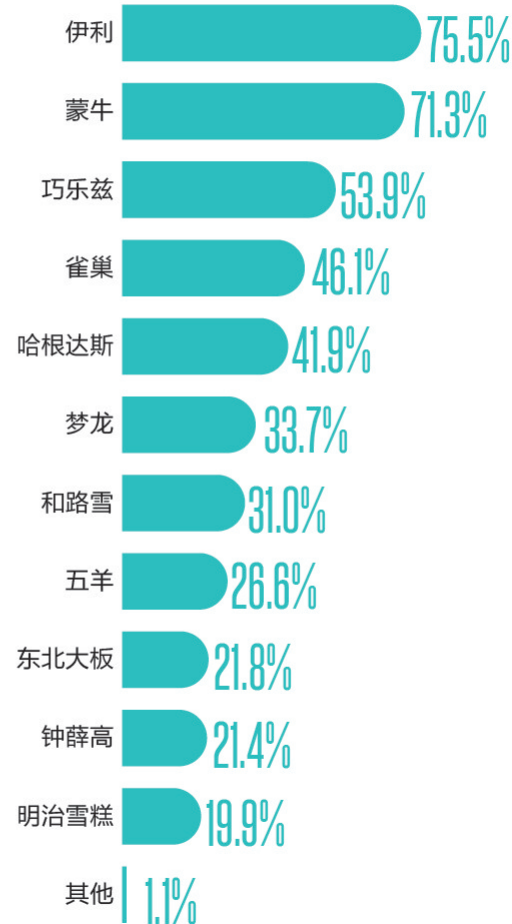
数量分别位居全国省份、全国城市第一位

口味多元化、趣味化 甜味不再是雪糕的唯一口感



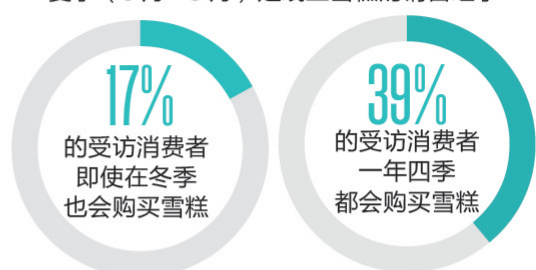
品牌忠诚度较高 “不认识的雪糕不要拿”并不只是段子

2022年中国消费者消费过的雪糕品牌占比



雪糕不只是夏天的专属 近四成受访者一年四季常囤货

夏季(6月-8月)是线上雪糕的销售旺季



最爱“囤货过夏”的省市



最爱“冬季吃冰”的省市

