

# 51小长假

## 美食

文/羊城晚报记者 王敏 实习生 郑舒雨  
图/品牌提供

冰淇淋作为炎炎夏日的标配,气温每一次升高,都是冰淇淋新品造势的机会。

早在2月,冰淇淋品牌就开始推出了一轮又一轮的新品。为了抢占市场先机,近日冰淇淋品牌迎来了**推新高峰期**,从IP联名到国潮风,再从口味叠加到无乳低糖,冰淇淋的花样和噱头是越来越多。**快时尚化、甜品化、高端化**……冰淇淋品牌使尽浑身解数想抓住消费者的芳心。



3D团扇鲜牛奶冰淇淋

冰淇淋在口味和外形上的更新迭代,可谓是超乎消费者的想象。每次新品出圈,都是冰淇淋厂家绞尽脑汁迎合消费者口味的尝试。

这几年,文创冰淇淋开始崭露头角。其中,既有大故宫、故宫等旅游文创冰淇淋,还有瓦片、团扇等中式造型冰淇淋,“国潮风”早已成为

## 2 口味创新叠叠乐 把冰淇淋“甜品化”

除了造型吸睛,为了在一众冰淇淋中脱颖而出,口味创新也是冰淇淋品牌的主攻方向。记者走访广州多家生鲜超市和便利店时发现,如今的冰淇淋,早已不是以前冰柜里清一色的雪糕、甜筒样式,也不仅仅只有经典的香草、巧克力等常规口味了。

据业内人士透露,现在的冰淇淋口味创新主要有两种路径:一种是结合时下新风潮,例如普拉拉在3月樱花季推出的“洛樱樱花口味”;一种便是将茶饮、甜点的元素挪用到冰淇淋上,把冰

## 3 冰淇淋也玩“低糖低脂” 健康成为新主流

随着消费者健康意识的提高,高糖、高脂、高热量的传统冰淇淋让甜品爱好者们心有忌惮。如何减轻消费者的甜蜜负担,成为冰淇淋市场的创新风向。天猫《线上冰品消费趋势报告》显示,2020年线上冰淇淋市场中,低糖产品销量同比增长128%,低脂肪产品销量同比增长131%,低糖低脂的冰淇淋尤其受90后及95后的关注。

近年来,一些外资和本土品牌也纷纷推出健康冰淇淋产品:“可米酷”作为国内无蔗糖冰淇淋代表品牌,用麦芽糖醇液和赤藓糖醇等热量更低新型代糖作为甜味来源;和路雪旗下品牌“轻优”坚持健康冰淇淋理念,推出低糖系列和低脂系列雪糕;中街1946瞄准中产家庭消费场景,主打健康无添加的高端中式雪糕;丹迪嗜根据市场需求,研制了低卡路里雪糕配方,一杯丹迪嗜雪糕的热量还不及一包紫菜。

记者从电商平台上看到,今年依旧有不少冰淇淋从低脂、低糖等方面入手,减少糖分和

冰淇淋行业内迅速传播的新卖点。

品牌用中国文化引起消费者的深度共鸣,在冰淇淋界早已不是什么新鲜的尝试了。在去年,钟薛高的“瓦片雪糕”就采用了独特的中式瓦片设计,为自己赚足了热度,成为雪糕界的新网红。

诞生灵感源于中国诗词的伊利须尽欢便是随着这股“新国潮”风而建立的。前不久,伊利须尽欢推出了“3D团扇鲜牛奶冰淇淋”,外包装采用米色和红棕色的古典色,以古人纳凉解暑用的“团扇”为造型,采用3D成型技术形成熊猫和鸟雀的立体雕花,更用了棒签做出词牌造型,刻上经典诗词,将品牌原本的国潮风概念做到极致。

淇淋打造成一种口味叠加的新式甜品。

生打鲜果、杨枝甘露……这些在果汁界屡见不鲜的元素,成为冰淇淋的新口味之选。例如和路雪推出的新品茉香油柑口味棒冰,作为“真实果汁冰淇淋冷饮”,将油柑风味夹心与茉莉风味冰壳相结合,清爽的卖点十分突出。

业内人士表示,冰淇淋既要好看也要好吃,才能抓住消费者的芳心。无论是在“凹造型”上绞尽脑汁,还是在口味上愈加像甜点,都是冰淇淋的快时尚打法,瞄准了年轻人的消费市场。

脂肪的含量。譬如钟薛高与国家奥林匹克体育中心合作的“少年系列雪糕”,其五款口味中,两款含糖量均低于5g/100g,一款脂肪含量仅为3g/100g。

与此同时,还有一些冰淇淋品牌在做原料加法,譬如添加益生菌、胶原蛋白等功能性原料,增加枸杞等养生食材,通过丰富成分来营造一种更健康的理念。像光明的“谷风”系列雪糕,三种口味都融入了中国传统饮食中的养生食材,如藜麦、枸杞、灰枣、青稞、桑叶等。

同时,各家冰淇淋品牌也在无糖赛道布局。记者注意到,像八喜的轻卡系列产品、和路雪的“轻优”系列在终端冷柜的占比越来越多。一位冰淇淋业内经销商告诉记者,消费者会追求健康的产品感官体验,也会关注产品的营养成分表、配料表。“配料表越少、越干净越好。在体验方面,有新意的包装、独特的造型、多变的口味和丰富的口感,都是影响消费者体验的重要因素。”

# 冰淇淋

国潮风、低糖低脂、口味叠加……

# 集中上新迎初夏



瓦片外形雪糕

## 4 冰淇淋市场将走向何方? 转型需以消费者为主导

冰淇淋“内卷”永无止境,从造型到口味,再到营销健康概念,竞争激烈的市场让品牌始终走在创新研发的路上。与此同时,随着冰淇淋的健康化和多样化,越来越高的产品附加值意味着冰淇淋价格的上涨。

在京东电商平台上,和路雪梦龙的松露巧克力口味4支56.9元,钟薛高的少年如侠系列10片装165元,东北大板与永璞联名生椰拿铁咖啡冰淇淋4支装69.9元,新品网红冰淇淋的单支几乎在10元上下;而从线下渠道来看,大部分雪糕的单价都在5元以上。

除去成本上涨的因素外,冰淇淋涨价其实更多迎合了当下国内冰淇淋市场越来越高端化的趋势。钟薛高、中街1946等品牌现在已经在高端冰淇淋里占据不小的份额,成为贵价冰淇淋的代表。而一些老牌则选择引入或开辟新品类来布局,例如雀巢引入了安提亚朵,伊利推出须尽欢。

中国食品行业分析师、中国品牌研究院高级研究员朱丹蓬告诉记者,随着整个消费基数越来越大,消费层次也越来越细分,冰淇淋市场从高档、中档、低档裂变为超高端、高端、中高端、中端、中低端、低端六个不同的层次,这也给了一些小而美的先进网红品牌更多成长发展机遇,中国冰淇淋市场进入了一个细分化的节点。

记者从前瞻产业研究院整理数据中看到,2020年中国冰淇淋市场规模就已稳居

# “五一”留穗有福 餐企花式奉上吃喝玩乐攻略

## 食喝玩乐皆不误 游园市集开席

每逢小长假,梁小姐喜欢寻找一处可同时满足吃、购物、拍照的地方,品味美食之余,满足购买之欲,附带和朋友拍几张美图留影。“希望能找到同时集合吃、买、拍照的餐厅和酒店,以往是从商场的餐馆吃完饭后,移步到其他商店购物,而适合拍照“打卡”的选点又得移步到其他地方……”梁小姐的心愿或许能在这个“五一”假期实现,广州花园酒店日前推出“花开满园,乐玩度假”活动。

当酒店大堂变身为民市集会是什么新鲜场景?花园酒店结合传统文化、生活美学等要素推出与众不同的多元化主题市集档档,市民可以在现场购买工艺品、首饰,感受市集和潮



草坪自助餐推出小朋友喜爱的冰淇淋



绿野寻蛋

家三口适用的520元自助午餐券家庭套餐,品味世界美食的同时也能享受美景。

广州酒家出品的点心让众多老广念念不忘,其出品的熟食产品受到市民热捧。当虾饺、香菇干蒸烧卖、手制叉烧包、紫金酱凤爪满满地放在冰箱,家中享受一盅两件或许是另一番体验。“五一”期间,广州酒家联手网上商城天猫举行“65大促”活动。广州酒家利口福出品的广式点心组合(1915克)以活动价168元售卖,领券后能节省20元。



半抹好茶雪糕

全球第一,达到1470亿元。同时《中国冰淇淋市场深度评估及发展趋势预测报告(2022版)》显示,中国是全球冰淇淋行业发展最具潜力的国家之一,2016年至2020年,中国冰淇淋零售市场规模从645亿元扩大至724亿元,未来5年冰淇淋产品将以每年22%的速度增长。

面对潜力无限的市场,品牌们在“疯狂内卷”的道路上不断推陈出新,消费者也被驱使着去尝鲜,对产品的接受度不断提高。朱丹蓬表示,在新生代的人口红利不断叠加和消费升级的推动之下,中国已经进入到了全新的“后冰淇淋时代”。冰淇淋产品升级迭代的空间越来越大、速度越来越快、质量也越来越高。从食品的角度来看,冰淇淋一定会回归品质。

业内人士分析,冰淇淋创新的本质还是要从消费者需求出发,频繁推新固然是更新消费者感官的方式之一,对于品牌来说,过硬的产品力才是在市场上生存下去的法宝。

# 五月“食”光 有约在“鲜”

文/羊城晚报记者 王敏 图/受访者提供

温度攀升,初夏的感觉恰如其分地在蔓延着,一些平日见不到的初夏鲜味在这个时节纷纷上市。比如入口绵滑的竹蚝、肉乎乎的软壳蟹、还有鲜甜的哆头蛭……让你食指大动。

## 竹蚝:通体坚硬 入口绵滑

想当年,城中有日本餐厅推出所谓的鬼爪螺,价格不菲,一碟却只有小螺几个。却不知道这鬼爪螺其实是竹蚝尚未长成的时候,在下川岛上的各大海鲜城就可以吃到。

“竹蚝”外形青绿,上面附满了小贝壳,看着就像根骨骨。细看,顶上还有个好似指甲一般的盖,通体坚硬到如砖石一般。初次见到它,简直不知道该如何下嘴。

纯粹野生的竹蚝,只生长在深水礁石缝里,越是浪大的地方越是长得得好。人手收集的话,只能在下午退潮时。收集回来后,大厨会先用海水煮熟,再用不锈钢板手敲碎外壳,竹蚝便露出里面带膏的白嫩鸡肉来。入口滑溜细腻如鸡蛋白,偏又带着蟹肉的清甜味儿。不过这竹蚝实在难以收集,即使量多的时候,也不是每日有货,最好提前预订。



竹蚝

## 软壳蟹:横行无忌 鲜嫩登场

一向给人“硬朗”的肉蟹,每年也有3天“任人宰割”的软壳时候。软到什么程度?纤纤玉指轻力一按,本来最硬的蟹壳马蹄印位立即应声而凹,一双蟹眼也只能可怜巴巴地滴溜着告饶。这种蟹,就是传闻中的“软壳蟹”,约4两到6两重,农历4月到6月是吃它的最好时间。

据行家透露,肉蟹的一生中会经历蟹苗、小蟹、奄仔蟹、重皮蟹、肉蟹几个阶段,每个阶段都会蜕一次壳,身型也随之变大。而“软壳蟹”则介于奄仔蟹和重皮蟹之间的三天。在这三天中,肉蟹会把旧壳蜕掉,以长出新壳来。旧壳已去,新壳尚软,此时的蟹最没自保能力。它不仅壳软,连蟹钳和爪子都是软趴趴的,所以才被称为“软壳蟹”。偏偏此时的它们,肉长得饱满,有些发育良好的还会带上蟹膏,因此入口滋味甚为不错。

对于一众蟹粉来说,这种蟹是真正的尤物,不像完全长成的肉蟹那样吃得满手狼藉,而且软壳带点韧劲,吃起来颇为过瘾。只是难为了店家,因为这批台山来的娇客,一路运来的水温都不能高于22摄氏度,而且盐度要尽量接近它们生活的海水咸度。

在广州专业的餐馆,软壳蟹的做法有三种,分别是椒盐炸、花雕蒸以及本地人偏好的秘制酱炒。不过软壳蟹本身的肉质略微微酸,若是不习惯,还是建议用椒盐烹制。

## 哆头蛭:个头硕大 霸气回归

经过一整年的休养生息,哆头蛭在福建莆田特有的黑泥里吸收充足养分,每一只都长得肥肥嫩嫩,鲜美无比。哆头蛭的时令季到来了,一年也就只有这几个月,一直到8月份。

为了不辜负这得天独厚的美味,广州的莆田餐厅选择了9种风格各异的烹调手法,既保留深受食客喜爱的经典口味,例如盐焗、酒糟、蒜蓉蒸等,还新加入了辣炒蛭子等特色风味,足以让饕餮以盼的各路食客尝个满足。

哆头蛭的成长经历足以让各地蛭子们“羡慕”,它有着显赫的家族背景——600多年养蛭历史的福建莆田哆头村是它的家乡,这也是哆头蛭的名字来源。当地三面环海,海水咸度为20度,较一般水域的10度或者15度都要高,养出的蛭子格外鲜甜。

村里独有的“黑泥滩涂”,是哆头蛭鲜美肥厚的秘密武器。哆头蛭天天享受着黑泥SPA,自然出落得格外标致,硕大的个头,大多有着6cm以上的完美身材。吃哆头蛭,记得认准金黄色的壳,那是哆头蛭的“天然商标”。

当地渔民的吃法大多遵循“简单即美”的原则,用姜、葱爆炒,加点酱油提鲜。而餐厅的“铁板盐焗蛭”也是当地的经典做法,保留了哆头蛭的鲜美原味,花椒点缀其中,带出独特香气。



铁板盐焗蛭