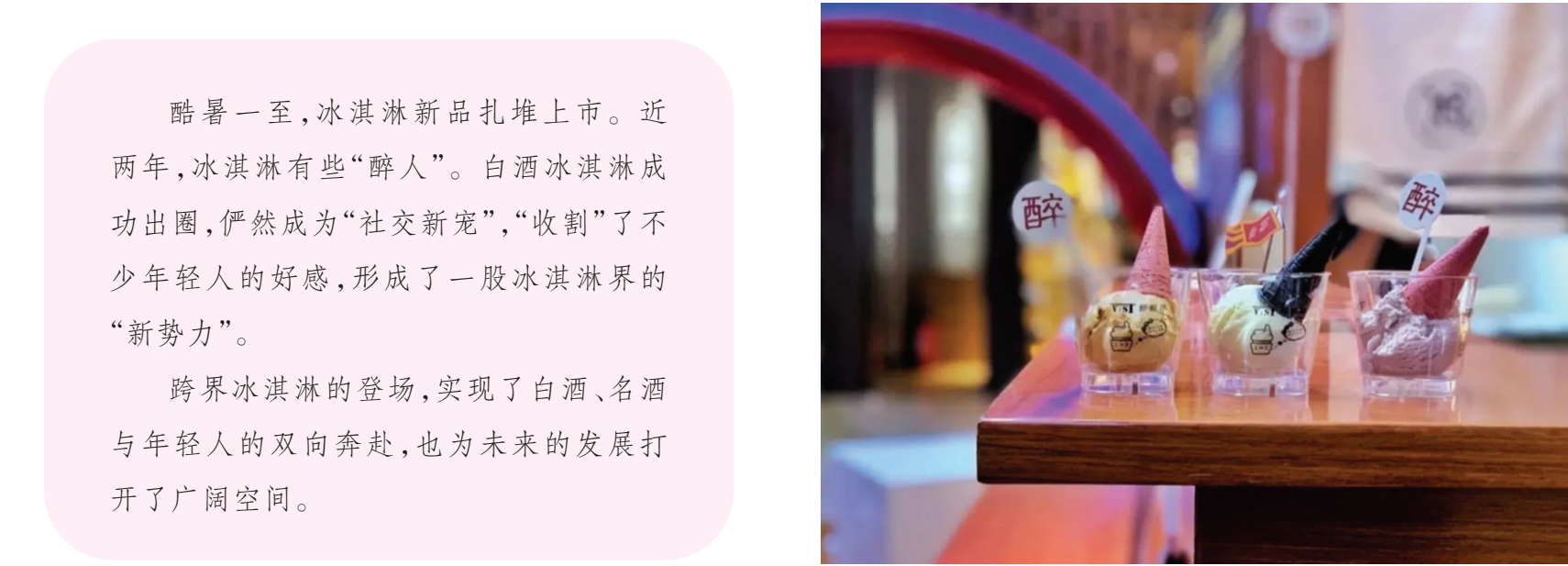


美酒“情系”冰淇淋

“围粉”年轻消费群体



酷暑一至,冰淇淋新品扎堆上市。近两年,冰淇淋有些“醉人”。白酒冰淇淋成功出圈,俨然成为“社交新宠”,“收割”了不少年轻人的好感,形成了一股冰淇淋界的“新势力”。

跨界冰淇淋的登场,实现了白酒、名酒与年轻人的双向奔赴,也为未来的发展打开了广阔空间。

5月29日,茅台董事长丁雄军在茅台冰淇淋上市周年庆典上宣布,茅台冰淇淋销量近1千万杯。按均价每杯60元的价格来算,仅茅台冰淇淋一年创造的销售额便达6亿元。

在解释茅台跨界冰淇淋爆火的原因时,北京酒类流通行业协会秘书长程万松向界面新闻表示,“茅台冰淇淋作为跨界出圈的创新产品,适应的是消费者猎奇消费的心理,满足的是消费者多样性、个性化的需求,因为冰淇淋常为年轻人及以下年纪人所喜爱,故而被市场贴上年轻化标签。”

酒企积极寻求年轻化

近年来,不少白酒企业试水冰淇淋赛道,“白酒+冰淇淋”频频出场。去年5月底,茅台与蒙牛联名推出了茅台冰淇淋,其中有添加了2%的53度飞天茅台;去年8月,洋河股份的文创产品盲盒雪糕上市。这几年,泸州老窖、江小白等都曾推出过白酒冰淇淋。

今年夏天,舍得联名乳品品牌圣悠活冰淇淋上线盒马App,共有黑芝麻燕麦、可曲曲饼干、酒味冰淇淋三层,另含0.3克舍得酒味爆珠,包装形象为舍得酒业标志性酒瓶,声称0%酒精,但有浓香味。

如今,白酒企业年轻化转型已成为行业发展新目标。如何让年轻人对自己的品牌产生好感、老品牌如何拥抱新生代等一系列问题成为白酒企业发展的瓶颈,而冰淇淋充满个性的年轻化属性,则恰好让众多酒企找到了转型突破口。

据京东超市联合京东C2M智造平台发布的《2022冰淇淋消费趋势报告》显示,我国冰淇淋消费市场保持增长态势,平均增长速度达9.5%,市场规模预计从2021年的1600亿元增长至2026年的2460亿元,我国冰淇淋消费市场规模广阔。

一杯小小的冰淇淋,能为酒企引来多少“年轻粉”?传统的酒类行业真能如愿迎来年轻化拐点?中国食品产业分析师朱丹蓬在接受记者采访时谈到,在中国白酒进入到年轻化的重要节点,核心就是如何认知新生代、拥抱新生代、讨好新生代、满足新生代。为了实实现品牌的延伸,更多地向新一代年轻消费者渗透,“这也是传统白酒企业的必经之路。”

“我看好大酒庄布局冰淇淋赛道。”白酒行业专家肖竹青认为,现在白酒行业同质化竞争非常严重,购买力不足是中国酒业需要共同面对的问题,通过跨界冰淇淋赛道,可以盘活大型酒企的闲置资金,激活渠道资源和品牌信任资源,平衡白酒行业明显的淡旺季经营压力,创造名利双收的增量价值。

长远发展还需深耕

乳业分析师宋亮告诉记者,传统品牌的冰淇淋业务近年来毛利率维持在30%—40%,高端冰淇淋的毛利率达到60%—70%。据估算,茅台冰淇淋的毛利率能高达70%以上。“茅台冰淇淋取得成功经验,吸引了其他白酒企业纷纷入局,后来加入者的红利会弱化,但总体还是能取得不错的经济效益。”宋亮说。

实际上,若按出场顺序来论,茅台冰淇淋绝非是首创者。此前,亦有其他酒企“试水”白酒冰淇淋,但始终未有哪些品牌可以持久落地产品。

肖竹青认为,这是因为每个行业

市场调查



炎炎夏日,雪糕等冷饮产品开启“主场模式”。近日,记者走访多家超市、便利店和雪糕批发点后发现,区别于去年高价“雪糕刺客”的横行,今年5元以下的“雪糕卫士”成为市场主流。同时,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。

平价雪糕稳居“C位”

去年夏天,“雪糕刺客”的话题频频登上热搜,在雪糕市场搅动风云,高昂的雪糕价格也“刺伤”了消费者。今年,市场发生明显变化,1元—5元的平价“雪糕卫士”力压高价雪糕,占据销售主场。

“现在销售情况比较好的就是雪莲、冰工厂、巧乐兹、随变等,价格都没有太高,单价基本在0.5元—5元。而像钟薛高,须尽欢、梦龙等单价在8元以上的雪糕,销售情况并不理想。”在山东济南历下区一社区的超市老板告诉记者,“举个最明显的例子,5元以下的雪糕基本每周进货1次,有些热销款,像雪莲、冰工厂等三四天进1次货。而像钟薛高等高价位雪糕,自6月份以来,只进货一两次。”

在济南市凤歧路的一家雪糕批发商处,记者统计了店内的雪糕铺货情况,储存雪糕的15个箱式冰柜中,10元以上的雪糕只占1个冰柜,5元—10元的雪糕冰柜占4个,而5元以下的雪糕冰柜有10个。老板告诉记者,店内雪糕产品差不多有400个品种,销售最好的就是雪莲、老冰棍、巧乐兹、随变、冰工厂等,5元以下的雪糕能占整个销售的60%左右,5元至10元的占30%左右,10元以上的占10%左右。

一家连锁便利店的负责人告诉记者,“今年我们这里没有价格过高的雪糕,去年店里曾卖过钟薛高的四五个品种雪糕,今年没有再铺货。现在销量最好的是3.5元—5元的平价雪糕。”

根据FoodTalks发布的2023年5月华东地区雪糕冰淇淋畅销产品TOP50,高价雪糕销售量明显低于平价雪糕。榜单前三的产品分别为:伊利巧乐兹经典巧脆棒冰淇淋(75g装)、蒙牛随变冰淇淋经典香草口味(75g装)、伊利巧乐兹经典巧克力冰淇淋(75g装)。这三款产品售价约为4元,前十名产品中除两款梦龙的产品售价在10元,其余产品均在3元—5元。

高端雪糕走下“神坛”

曾经风头无两的“雪糕刺客”,为何今年如此低调?业内人士分析,市场最终需要迎合消费者,而高价雪糕只会降低消费者预期。对此,企业在生产、定价方面,商家在进货销售方面,也会更加谨慎,生怕自己背上“雪糕刺客”的名声,从而失去客源。

《2022—2027年中国雪糕行业市场全景调研与发展前景预测报告》统计分析也显示,雪糕价格“刺痛”消费者,与

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃这些雪糕,每次吃的时候总会和身边人分享小时候吃这个雪糕的故事。”

多位消费者在接受记者采访时也表示,目前市面上的雪糕花样百出,口味自己更喜欢,家人更喜欢,买回来心里有底。而且,这些雪糕也承载着很多过去的美好回忆,每次吃的时候,总是会不经意想起那些时光。

此外,据新华社日报道,业内人士介绍称今年很多冷饮企业也都放弃了在口味上“做文章”,而是回归甜品属性,选择巧克力、水果、牛奶、香草等经典口味,比起寻求差异化,如何做好优质产品显得更为重要。

为怀旧情怀买单

除“雪糕刺客”变得低调之外,雪糕企业在产品差异化方面也不断创新。从精美有趣的包装到老干妈雪糕、臭豆腐雪糕、芥末雪糕、炒饭雪糕等新奇口味的推出,为消费者提供了更加多元化、个性化的选择。

尽管如此,记者经过调查走访后发现,消费者在购买雪糕方面,除了价格因素的影响外,他们也愿意为怀旧情怀买单。这些新口味外包装或许能一时抓住消费者的眼球,但消费者在偏好上更愿意选择那些自小吃到大的雪糕。

济南某小区一家便利店的老板娘就告诉记者,“冰加、小布丁、巧乐兹等传统雪糕价格相对便宜,大家认可度也较高,卖得更好。毕竟很多人从小吃到老,主流永远是主流。”

麦德龙商场的相关工作人员也告诉新黄河记者,“总体上来看,那些实惠的传统雪糕更受消费者青睐,不仅是因为价格,也是因为从小时候就吃