

今夏冰淇淋“卷”出新花样



图为消费者正在选购冷饮产品。

本报记者 解磊 王牧云 文撰

者说。

冷饮创新产品百花齐放

夏日来临,伴随着逐渐升高的气温,各种争奇斗艳的冰淇淋、雪糕等冷饮产品纷纷上市,记者观察到,在以往传统口味的基础上,今年推出的文创、花果、混搭等新品类,为广大消费者献上了一场奇妙、吸睛的夏日“冰雪盛宴”。

近日记者在一些商超看到,不少冷饮品牌开始单独放在突出位置特装售卖。“最近来购买雪糕的消费者越来越多了,部分消费者还是仍然选择购买和去年一样的产品,也有消费者对新口味跃跃欲试。”位于北京丰台的一家冰棍批发小商铺的售货员对记

品评论区看到消费者留言:“这款产品是红茶口味和青梅口味的混合冰淇淋,独特的青梅酸甜与红茶香醇融合,让人回味无穷。”

今夏又一零食头部品牌奥利奥也加入冰淇琳阵营。“雀巢今年获得奥利奥品牌的授权,在中国大陆市场生产和销售奥利奥冰淇淋,此次在中国市场首次上市推出了甜筒、杯装、家庭分享桶装三款经典产品”,雀巢大中华大区相关负责人表示,结合当前消费者对于冰淇淋的需求趋势,雀巢冰淇淋在真材实料、甜品化、高端化和趣味化四个方面不断加强产品创新,致力于为消费者带来美味享受的同时,打造丰富有趣的消费体验。

除此之外,冷饮产品的健康化升级也是消费者关注的一大重点。“我最近正在减肥,所以不太敢吃奶油之类的冷饮产品,所以我在选购这些产品时都会特意观察它的宣传词和背后的配料表。”前来选购冷饮产品的郑女士对记者表示。

记者在冷饮专区观察到,许多冷饮产品都打上了“原果汁总含量”“含果量”等宣传词,以包含维生素和健康的卖点,吸引消费者购买,增强产品市场竞争力。例如,记者看到一款宏宝莱推出的“凤梨金柚冰”的冷饮产品,其包装上写着“原果汁总含量≥50%”的宣传语,而配料表中也写有“浓缩菠萝汁”“浓缩苹果汁”的含量。

值得一提的是,针对部分注重健康、正在减肥的消费者,市场上还推出了一系列混合口味的冰淇淋,蓝莓雪芭黑巧、树莓雪芭柠檬等新的混搭口味满足大众的奇特口味需求。记者在某大型电商平台该产

文旅热带火文创冷饮产品

近两年东北文旅的火热,也带火了与东北文化紧密相关的东北大板雪糕产品。这款具有浓郁地方特色的雪糕,以其独特的口感和怀旧情怀,成为了不少消费者的夏日“必选”。“当时工作太忙了,没有空闲去东北体验冰雪世界,于是我认为买点东北特产‘大板’回家尝尝也是个不错的选择,也算对缺席冰雪大世界的一点小补偿。”一位在北京丰台欧尚超市购物的消费者对记者表示。

在北京,近日国家植物园开展的第二届“植此春色”春季文创市集,也推出了国植文创桃花冰淇淋、“郁金香魔芋爽”文创冰淇淋等多款文创产品,引得游客争相购买品尝;孔庙和国子监博物馆推出了“独占鳌头”文创雪糕,该雪糕设计取自国子监标志性建筑元素,雪糕木签上写有“金榜题名”“前程似锦”等五款“盲盒式”随机祝福内容。

除了文旅热产品,也有不少文创类冷饮在今年上市。2024年的冰淇淋自然不会放过“中国龙”特有元素。梦龙就推出了“小金龙”“小青龙”系列,金色和香色相映相成,配以鳞片状包装,增添了些许宫廷的端庄和民族文化底蕴,打造出独特的国潮新品。

中国食品产业分析师朱丹蓬告诉记者,冷饮市场中的产品一直都在创新升级和迭代。新生代的消费思维跟消费行为致使他们在购买产品时总会想去尝试新事物。所以对于新生代来说,新颖奇特的产品会进一步激发他们的消费欲望。整体来看,冷饮市场更多地推出新,对整个冷饮产业发展起积极作用。

声音

幽月

近年来,我国冰淇淋市场上新产品、新配方不断涌现,从“0蔗糖”冰淇淋到高蛋白、“低GI”冰淇淋,再到枸杞、甘草、紫苏冰淇淋,在“大健康”趋势下,夏日冷饮早早地就踏上了以健康为“靶”的新赛道,并受到消费者青睐。(2022京东超市热销品类趋势报告)就显示,“健康”冰淇淋销售增长超10倍,“0卡糖”“低GI”“0反式脂肪酸”等元素成为吸引消费者购买的新卖点。

笔者认为,随着我国冷饮市场已经进入了精准细分、多层次消费档次的节点,打破冷饮产品“不健康”固有印象,解决含糖量较高、脂肪含量较高、热量较高等问题,行业研发人员除了需要在代糖上下功夫外,也要及时跳出“0蔗糖”的舒适圈,发掘其他健康元素,在冷饮产品研发中巧用“加减法”打好“组合拳”,更好满足消费者健康需求。

做好健康冷饮,必须走创新之路。要知道,想要在传统配方中找到新的突破口并不是一件简单的事情。比如,低糖冰淇淋不是少放点糖就可以实现,“减糖”与“口感”需要同步考虑,各种甜味剂的使用含量和配比也需要经过大量实验,偶尔还需考虑是不是有更好的甜味物质可以替代蔗糖。当下,低糖冰淇淋不再新鲜,但“0蔗糖”领域的研究从未停止,新的配方时不时出现,带给消费者更新的选择。

创新赋能,才能不断激活冷饮行业发展潜力,消费者对健康需求折射到冷饮上,无外乎是配料干净和功能性成分添加。2023年,伊利冷饮旗下冰淇淋品牌“须尽欢”推出了首款“0蔗糖”“低GI”的冰淇淋产品;光明冷饮与太极集团合作推出藜香味小雪糕;江西康怡食品推出了枳椇子枸杞、黄精生椰、甘草等5款“怡本草”系列药食同源雪糕。在众多新品种中,健康元素成为企业创新产品的关键,不论是针对消费者重视的减糖减脂等,从原料开始对冰淇淋的脂和糖进行减量,并且保证产品的口感,还是以生牛乳作为载体,添加功能性成分,实现产品健康升级,企业都在巧用“加减法”,让传统冰淇淋焕发新活力。

健康、美味、创新

稻香村“稻香私房”粽子上市

求,今年,“稻香私房”在产品口味和包装上进行全新升级,为端午礼赠带来了更加丰富多样的选择。口味方面,稻香村做到了可甜可咸,南北皆宜,并迎合时下年轻消费者所推崇的健康饮食理念。

以最新推出的鲜花玫瑰粽为例,其精选重瓣玫瑰花瓣入馅,并降低了糖度,每一瓣玫瑰都蕴含着馥郁香气。在第十八届中国粽子文化节,稻香村的鲜花玫瑰粽获得全国粽子(糕团)技艺大赛特等奖。

在粽子产品的包装设计上,稻香村进行了多层次的升级迭代,并响应当下“国潮风”的流行趋势,将众多传统元素融入礼盒设计,仪式感十足。其中,组合式礼盒“粽舞端阳”采用浮雕印花图案,融入了老虎、螃蟹等端午元素,充满了艺

术感。虎是中国传统文化中一个重要的守护神,有辟邪求福之意,而且,“粽舞端阳”礼盒除了有9种口味的粽子,还搭配粽子桃山饼、龙舟桃山饼、粽子桃山饼,以及咸蛋黄片、奶酪曲奇等特色美食,一盒即可享受多种美味。

“粽争上游”也是一款极具国潮风范的粽子礼盒,以绿色端午为主基调,辅以两条舞龙为其点睛,营造出浓浓的传统文化氛围。礼盒中既有经典鲜肉粽、蛋黄鲜肉粽、香菇鸡肉粽等咸口粽子,也有润香豆沙粽、金丝蜜枣粽、鲜花玫瑰粽子等甜口粽子,还搭配了应季美食定胜糕,恰到好处风味也都是蕴含着独特的祝福。

吃绿豆糕也是端午传统习俗之一,对此,稻香村专门研发了一款特色新国潮糕点低糖绿豆糕。其采用传统工艺制

作,同时降低了人在食用时对糖度和卡路里的摄取,甜口温顺,口感清爽,入口即化,也是端午佳节孝敬长辈、赠客访友的绝佳之选。

除了这些,稻香村还推出了多种组合式礼盒,有不同档次、不同价格、不同口味的粽子,搭配稻香村的畅销糕点产品,丰富美味齐聚一盒,款款新颖、各具特色,不论是自留享用、家人团聚、送礼款待皆为上等之选。不仅如此,针对企业多元化的团购采购需求,稻香村还为企业客户提供了端午礼盒定制服务,产品自由组合,还可定制企业logo,带给员工和客户更个性化的端午礼品体验。

目前,稻香村端午好礼正在全国800多家专卖专营店、各大城市商超和电商平台销售。(桂源)

SIAL国际食品展:植根中国的全球食品饮料产业风向标

记者近日了解到,SIAL西雅国际食品展将于2024年5月28日—30日在上海新国际博览中心拉开帷幕。本次展会展览总面积近20万平方米,将汇聚来自200多个国家和地区的5000余家参展企业。

据了解,本届展会14大主题涵盖食品饮料全产业链,展会将展示进口食品、休闲食品、大健康食品、乳制品、粮油及调味品、方便食品、生鲜和冷冻肉、水产品、预制菜、冷冻食材、高端饮品及新茶饮、酒精类食品、区域名优食品、加工包装配送等领域的食品饮料产品。SIAL国际食品展将为专业买家提供一场世界级的饮食盛宴,同时也为全球食品饮料企业提供一个开放、高效、专业的国际化商贸平台。

“冷压果汁、植物肉、超级食物、3D食物打印技术等新消费产品和技术在SIAL西雅展(上海)亮相后,都曾引领了食品饮料消费新趋势。作为一个汇聚世界美食的全国性贸易展会,SIAL西雅展(上海)不仅为全球食品饮料企业提供了一个展示创新成果、探索市场和促进商贸合作的国际化平台,更推动了全球食品贸易的高质量发展。”法国高美艾博展览集团SIAL全球食品系列展总裁尼古拉斯·特朗特索表示,在全球食品饮料行业中,SIAL西雅展(上海)以其专业性和国际影响力,已经成为连接全球食品生产商、供应商和买家的重要商贸平台。

据介绍,SIAL西雅展始终致力于推动国际企业“走进来”、中国企业“走出去”,为全球食品企业搭建贸易交流的高端平台。在24年深耕的历程中,“国际

化”这一“金字招牌”备受业内认可。“每一年的SIAL西雅展,都是一场关于食品创新、健康生活和可持续发展的盛会。站在进入中国24年的时间节点上,SIAL西雅展(上海)将携手2024年SIAL西雅展(深圳),以崭新的姿态迎接全球食品饮料企业和行业人士,为全球食品饮料行业带来更多的创新与惊喜。”尼古拉斯·特朗特索表示,除了为全球不同国家和地区的食品生产商、供应商、分销商等提供一个国际合作与交流的机会外,SIAL西雅展还与多个国家的行业协会、贸易组织以及政府部门建立了合作关系,多国重要政府代表、使领馆官员,以及机构已经确认出席2024 SIAL西雅展(上海)。“主办方与巴西、土耳其、阿根廷、美国、西班牙、韩国、乌拉圭、日本、意大利、智利等国的政府与行业组织建立了紧密的联系,帮助各国企业拓展海外市场,这使得SIAL全球系列展品牌具有高度的影响力与号召力。”尼古拉斯·特朗特索说。

据了解,进入中国的24年间,除向中国市场引进全球各国优质食品饮料外,SIAL西雅展(上海)也在不断挖掘本土创新品牌与产品。本届展会将迎来更大规模的政府组团以及各省市区域农业特色产品,依托平台力量推介给全世界买家与消费者,推动优质中国农业食品走向世界,切实践行大农业观大食物观,赋能乡村振兴。

目前,农业农村部外部经中心展团已经覆盖了辽宁、江苏、河北、安徽、福建、河南、山西、陕西、四川、广东、广西等近30个省(自治区、直辖市),参展企业数

量达到了600余家。五常大米、英德红茶、吉县苹果、白城绿豆、山西老陈醋、安吉白茶等特色地标产品,都曾通过SIAL西雅展(上海)的中欧地理标志产品展示区,成功走向国际市场。

尼古拉斯·特朗特索表示,长期以来,SIAL展会品牌的核心理念是为参展商和专业买家提供高效的商贸对接服务。通过先进的匹配系统和专业的商贸团队,展会确保了供需双方能够快速、准确地找到合适的合作伙伴。这种高效的服务不仅提高了交易的成功率,还为参展商和买家节省了宝贵的时间和资源。

据了解,作为SIAL西雅(上海)的姊妹展,2024 SIAL西雅展(深圳)将于9月2日至4日在深圳会展中心(福田)开幕。预计将汇聚来自43个国家和地区的1500多家展商以及近10万名专业买家,共同参与这场食品饮料行业的盛会。“西雅展(深圳)正以其独特的商贸性优势,成为亚太食品饮料市场的新引擎,也成为众多中国食品饮料品牌走向世界市场的窗口。”尼古拉斯·特朗特索表示,在全球食品饮料行业版图中,亚太地区正快速崛起,成为新的增长极。毫无疑问,丰富的产业集群,充满活力的市场吸引了全球食饮界人士的目光。2024年SIAL西雅展(深圳)势必将迎来更多的国际知名采购商。

据主办方介绍,2023年深圳展会期间,现场专业买家始终络绎不绝,出现了在三展会即将结束之时,现场依然带着采购需求的买家要求进场洽谈的场景。沃尔玛、好特卖、惊喜网、壹加壹、福有招商城等一大批包括

商超、连锁、网店等全渠道在内的专业买家,为展会始终追求的实效性提供了重要保障。

据了解,为了给展商提供更加精准、高效、国际化的商贸服务,2024年SIAL西雅展(深圳)将邀请华南地区及东南亚等全球优质买家资源,覆盖商超、便利店、零售、餐饮、电商、团餐、礼品、团购、便利店、批发、经销、茶饮、进出口国际买家等多个板块。

“在上海与深圳相继举办的SIAL西雅国际食品展,在推动中国乃至亚洲美食文化与世界接轨方面起到了积极作用。中国是当今世界经济最具活力的国家之一,许多企业希望与中国同行进行饮食贸易经济合作,同时也有许多中国企业希望借助SIAL品牌开拓海外市场。尼古拉斯·特朗特索表示,进入中国24年以来,SIAL西雅展始终秉承“想尽一切办法为参展商服务,想尽一切办法创造价值”的办展理念,服务来自世界各地的企业。

据了解,在全球食品饮料行业中,SIAL西雅国际食品展(上海)以其专业性和国际影响力,已经成为连接全球食品生产商、供应商和买家的重要商贸平台。SIAL品牌的主办方之一——法国高美艾博展览集团每年在上海、深圳、蒙特利尔、多伦多、新德里、雅加达等全球各地举办SIAL系列国际食品展,已经发展成为全球食品行业发展的风向标,为全球食品饮料企业提供了一个进入世界大市场的高端平台。(爱文)

“食”话实说

热点事件:

老乡鸡回应预制菜问题:

现做菜占比超七成 消费者可“云监工”

日前,快餐品牌老乡鸡在网络上发布《老乡鸡致消费者的食品安全公开信》,就菜品是否为预制菜作出公开回应。公开信称,当前老乡鸡的正餐菜品中,餐厅现做菜占比70.6%,半预制菜占比27.7%,复热预制菜占比1.7%,公开信还包含餐厅供应商明细、追溯档案、菜品制作流程等信息。另外老乡鸡还决定开通“老乡鸡中央厨房”和“老乡鸡餐厅后厨”两个实时监控直播间,欢迎消费者“云监工”。

不少网友点赞,调侃老乡鸡没把消费者当外人,认为这份诚恳的态度值得信赖;也有网友表达了期待,称希望其他预制菜快餐品牌也借鉴公开信的做法,让预制菜经营公开透明。

为快餐企业的真诚点赞

苗云辉

本次老乡鸡发布公开信的可贵之处在于,其面对公众质疑没有选择回避,而是开诚布公地发布一封公开信来回应网友。这份坦然真诚的态度打动了许多人,让很多人表示愿意为之买单。

当前快餐店品牌层出不穷,真诚却是稀缺的品质。评论区就有不少网友吐槽,一些品牌店对菜品制作过程遮遮掩掩,让人大倒胃口,不愿再去消费,而老乡鸡不仅

没有遮掩,还大大方方地把企业“压箱底”的东西亮出来,这消除了消费者与品牌之间的隔阂,让人们看到了企业的诚意。这也反映出,当前快餐店留住消费者不仅要靠口味,还有企业文化、对待消费者的细节等方面。对其他快餐品牌来说,或许可以借鉴这些思路,多与消费者开诚布公地交流,多了解消费者对品牌的需求,让人们看到诚意之举并愿意为之买单。

不必闻“预”色变

吕璐芳

此前有消费者质疑老乡鸡,是因为对预制菜有偏见,觉得只要是预制菜就有很多添加剂、高油高盐,对其唯恐避之不及,但因其口味稳定、出餐效率更高等,餐饮业对预制菜的态度并非全然抵制。根据公开信中的内容,老乡鸡餐厅现做菜占比约七成,其余三成半为预制菜和复热预制菜,也说明该品牌并不排斥预制菜本身。

其实,消费者对预制菜的偏见主要来自对预制菜制作过程的未知和担忧。

长远发展还需多方合力

刘延军

本次老乡鸡公开回应预制菜质疑的做法,可以说为预制菜行业展开了个好头。从长远来看,让更多消费者放下对预制菜的顾虑,实现预制菜行业更好发展,还需企业、有关部门和消费者合力推动。

前不久,市场监管总局等几部门联合印发《关于加强预制菜食品安全监管促进产业高质量发展的通知》,提出大力推广餐饮环节使用预制菜、加

强预制菜食品安全监管。要做到这些,需要餐饮企业严格落实主体责任,当好预制菜安全的第一监控人,为消费者提供安全健康的消费环境。有关部门也应加强对餐厅日常经营实施有效监管,为预制菜消费安全把好关。还可引导企业对预制菜经营制定公开透明的流程,让更多消费者对预制菜安全有信心,能放心来消费。

本文来源:《工人日报》客户端

公告栏

管兆华:本院受理原告张秀秀诉你离婚纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状副本、应诉通知书、举证通知书、开庭传票等。自公告之日起30日视为送达。答辩和举证的期限分别为公告期满后15日内。并于举证期满后第3日上午9时(遇节假日顺延)在本院第二审判庭公开开庭审理。逾期本院将依法缺席审判。

吉林省辽源市西安区人民法院
刘少斌:本院受理的原告李玉诉你追偿权纠纷一案,现依法向你公告送达起诉状、应诉通知书、举证通知书、权利义务告知书及开庭传票。自本公告刊登之日起,经过三十日即视为送达。举证及提交答辩状的期间截至公告期满后15日内。本案定于2024年7月12日9时在河南省杞县科技园法庭公开开庭审理。请准时到庭参加诉讼。如逾期将依法缺席审判。特此公告。

河南省杞县人民法院
曹海钦:本院受理的原告范改焕诉你民间借贷纠纷一案业已审理终结,现依法向你公告送达(2024)豫0433民初17号民事裁定书。自公告之日起30日内来本院领取民事裁定书,逾期则视为送达。

河北省馆陶县人民法院
刘晓:本院受理的(2024)川11725民初1299号原告杨雪玲与被告刘瑞源离婚纠纷一案,业已审理终结。因你方下落不明,现依法向你公告送达本案的民事判决书。判决如下:一、准予原告杨雪玲与被告刘瑞源离婚;二、婚生女刘诗怡、刘欣怡由原告杨雪玲抚养,被告刘瑞龙从2024年1月起每月支付刘诗怡、刘欣怡抚养费各700元至其分别独立生活时止;三、驳回原告的其他诉讼请求。自本公告发出之日起30日即视为送达。如不服本判决,可以在判决书送达之日起十五日内,向本院递交上诉状,并按对方当事人的人数提出副本,上诉于四川省达州市中级人民法院。特此公告。

四川省渠县人民法院
商文国:本院受理原告与你、张成民间借贷纠纷一案,业已审理终结。现依法向你公告送达本院(2023)苏0903民初8074号民事判决书。自公告之日起30日内来本院领取民事判决书,逾期视为送达。如不服本判决,可在公告期满后15日内,向本院递交上诉状及副本,上诉于江苏省盐城市中级人民法院。逾期未上诉的,则本判决即发生法律效力。特此公告。

江苏省盐城市盐都区人民法院
侯权转让通知书

湖北瀚祥置业有限公司,王宪章:依照襄阳市樊城区人民法院做出的(2018)鄂0606民初3904号民事判决书项下的全部债权转让给王泽宇(身份证号:420606199811223030)。特此通知。

通知人(转让人):襄阳安旭电器有限公司

通知人(受让人):王泽宇

2024年4月20日

黄骅市昱达五金机电销售有限公司(统一社会信用代码91130983MA0A4NQQ94)遗失公章编号:1309831007429,声明作废。

遗失声明

台州市福合餐饮企业管理有限公司遗失公章章章,编号为:3310010117492,声明作废。

遗失声明

台州市福合餐饮企业管理有限公司遗失公章章章,编号为:3310010102756,声明作废。

遗失声明

福祿合(台州)餐饮连锁管理有限公司遗失公章章章,编号为:33100210105161,声明作废。

遗失声明

台州市椒江区星光舞蹈艺术中心,开户行:中国工商银行股份有限公司路桥支行,核准号:J345009332101开户许可证丢失,声明作废。

遗失声明

鄂尔多斯市益景园林绿化有限公司(统一社会信用代码91150625MA0R73URXJ)遗失公章章章:15082310002351,财务章编号:15082310002352共2枚,声明作废。

遗失声明

东莞市艺达汽车配件有限公司遗失公章章章:4419770017091,声明作废。

遗失声明

南阳县昌盛工程服务有限公司(统一社会信用代码91611023305500575P)公章611023007058丢失,声明作废。

遗失声明

蓝有我杭州网达盛成科技有限公司,合同名称为响送全成软件销售协议,合同编号为DSXS0102,DSXS0106,DSXS0107,DSXS0108,DSXS0109,DSXS0114,DSXS0119,DSXS0120,DSXS0123,DSXS0125,DSXS0109,DSXS0105,DSXS0105,DSXS0109,DSXS0111,DSXS0113,DSXS0114,DSXS0115,DSXS0116,DSXS0117,DSXS0118,DSXS0119 共11套;NJSX0101,NJSX0102, NJSX0103, NJSX0104, NJSX0105, NJSX0106, NJSX0107, NJSX0108, NJSX0109, NJSX0110共10套。因协议原件丢失,以上协议一式三份,均作为未签署生效的协议。特此声明作废。

2024年4月

遗失声明

黑龙江振兴先进制造产业私募股权基金合伙企业(有限合伙)统一社会信用代码91230109MAD4G5Y411财务章丢失,声明作废。

遗失声明

圆通旗蒙吉族自治县海东聚源种植专业合作社丢失公章章章:1308280030827,法人章章章章:1308280030828,声明作废。

遗失声明

仙桃市胜平建筑劳务有限公司统一社会信用代码91420204MA49H1AU78的公章章章章章,特此声明作废。

遗失声明

菲沐盛(山西)材料科技有限公司(统一社会信用代码91140000578488612Y)公章章章章章:1407023082988,法人章章章章:1407023082989丢失,声明作废。