

轻松实现“冰块自由” 制冰机成“消暑神器”

随着咖啡文化、自制冰饮进入人们的日常生活,以及露营等休闲社交场景的兴起,冰块成为夏日“刚需”。此前,制冰设备多用于奶茶店、咖啡馆、餐饮后厨等商业场景。如今,消费者对于“一键制冰”的需求让制冰机正加速走进家用消费场景,成为拉动家电消费增长的新引擎。数据显示,1至7月,制冰机在传统电商平台斩获6.5亿元销售额,销量突破85.1万台。

本报记者 胡静 陈跃佳 文撰

制冰市场形成三分格局 多品类满足“冰块自由”

近日,记者走访北京多家家电卖场发现,当前家用制冰赛道已形成独立台式制冰机、带制冰功能大容量冰箱、制冰净饮一体机三类产品并行发展的格局,精准匹配租房、家装、新房一站式采购等不同消费场景。

独立台式制冰机是走量主力,其平价机型依靠高性价比抢占大众市场。“入夏以来,来咨询制冰机的顾客明显多了,有放办公室用的,有放家里配咖啡机的,还有带去露营的。”京东MALL北京南三环店家电卖场销售人员张先生告诉记者,“300多元的机型卖得最好,叠加平台优惠还能再减几十元。”

与产出空心子弹冰的平价机型不同,定位更高的实心冰机型售价则普遍在500元至千元,惠康、飞利浦等品牌均有相应产品。记者在一家卖场看到,飞利浦一款标价999元支持大小冰双模式的机型单次可产出12块实心方冰,销售人员说:“这类产品更受咖啡、调酒爱好者青睐。”

除了专门的制冰机以外,记者在红星美凯龙



图为店员展示带制冰功能的净饮机。

云南推动茶产业由『大』向『强』

814万亩茶园、61万吨茶产量、300亿元农业产值、茶农人均收入突破6000元、绿色有机认证面积稳居全国之首、普洱茶品牌价值达86.11亿元……这是2025年云南茶产业交出的成绩单。云南茶产业底盘坚实,但也面临市场疲软、产能过剩、新产品开发不足等难题,正站在从“量”到“质”、从“大”到“强”跨越的关键路口。

日前,云南省茶叶流通协会发布《2025年云南省茶叶行业发展报告》,明确提出2026年是云南省茶叶流通协会发力破局之年,协会将凝聚各方力量,通过坚持绿色发展、拥抱新茶饮、推进标准化建设等措施,努力推进云南从“茶叶大省”向“茶叶强省”跨越。

随着新茶饮浪潮奔涌而至,云南茶产业需要主动转型。云南省茶叶流通协会相关负责人表示,将引导茶企走出“只做传统名优茶”的舒适区,提高烘青绿茶、白茶等新式茶饮原料的供应能力,主动拥抱霸王茶姬、农夫山泉等头部品牌,让云南好茶进入年轻消费者的茶杯。这是为顺应市场之变,也是为云茶寻找增量空间。

标准化建设则是云茶从大到强的基石。云南省茶叶流通协会依托云南茶叶评价检测溯源中心,持续完善“年份普洱茶”等团体标准体系,为产品赋予“一品一码一档”,用科技手段提升消费者信任度。让每一饼茶都有据可查、有源可溯,这不仅是规范,更是对云茶品牌价值最坚实的守护。

线上线下双轮驱动,拓展市场新边界。云南省茶叶流通协会组织茶企走出去,参加全国十余场茶博会,深耕传统市场。同时,赋能电商规范化发展,引导直播带货等新业态健康成长。以双江县为例,该县电商茶叶贸易额已达15.4亿元,税收同比增长2.7倍,规范化运营的电商渠道成为云茶销售的强劲引擎。

扎根乡土,让茶农实实在在受益,是产业升级的落脚点。云南省茶叶流通协会挂钩的7个乡村振兴联系点,茶产业收入占村总收入的65%以上,其中双江县公弄村最高,达95%。2026年,云南省茶叶流通协会专家团队将继续深入茶山,从古茶村科学保护到加工技能培训,把服务送到田间地头,助力茶农从“靠天吃饭”转向“靠技增收”。

讲好云茶故事,让文化成为最柔软的竞争力。云南省茶叶流通协会将持续推动茶文旅深度融合,推出精品茶山旅游线路,把“茶山游”变成体验云南生活的窗口,让茶文化的深厚底蕴转化为消费市场的持久吸引力。

(昆明日报)



图为消费者在选购制冰机。

全球家居博览中心(以下简称“博览中心”)看到,海信、美的、松下等大容量冰箱也普遍标配制冰功能。博览中心家电品类销售人员坦言:“制冰大多是冰箱附加功能,日产冰量和产冰速度比不上专业制冰机,更适合每日少量用冰,追求家电一体化的家庭。”

此外,制冰净饮一体机是近年来增速较快的新品类,小米、COLMO等品牌纷纷在饮水机中加入制冰功能。记者在博览中心某科技家电体验店了解到,这类产品包括台式独立水箱款净饮机与预埋水路嵌入式饮水机,标价在5000至7500元左右。该体验店导购介绍:“这类设备内置过滤滤芯,可直接加注自来水,并同时满足净水、冷热水、制冰等多重需求,但其短板在于机身偏大,小户型厨房摆放存在局限。”

从“能出水”到“出好冰” 核心硬件拉开产品差距

同样是制冰机,为什么产品价格从几百元到上千元不等,不同价位又是由什么决定的呢?采访中,多位销售人员表示,功能、外观材质、内部配件、品牌等因素都会影响价格,但关键还是在冷凝管路、压缩机、制冰成型工艺等方面,这些会直观体现在冰块质地、制冰时长、保温效果等使用体验上。

惠康品牌工作人员李女士介绍,尽管现在制冰机生产的成品有子弹冰、方形冰、圆球冰、月牙冰等不同样式,但冰块是实心还是空心是消费者感知最明显的差异。有些平价台式制冰机产出的空心冰8分钟即可快速成型,但常温敞放十余分钟便迅速融化,容易稀释饮品风味;中高端制冰设备产出实心冰,成型周期更长,融化速度要慢得多。张先生向记者分享了自己的实测经历,某品牌售价899元的实心冰机型单次出冰12块,耗时15至20分钟,常温敞放一个半小时仍留存一半的冰

块,适合对饮品口感有要求的消费者。“爱喝威士忌、精品咖啡的顾客青睐实心冰,因为其融化速度慢,不会冲淡饮品原本风味。”他补充道。

价格差异形成的原因也有一部分来自硬件配置的分野。“比起市面多数竞品使用的铝管冷凝管路,我们使用的铜管冷凝管路成本更高,但效果更好,还能规避冷媒泄漏。”松下品牌导购介绍,部分平价台式制冰机采用铝管冷凝管路,在夏季室温超过30℃的高温环境下,制冰效率通常会明显下降。

智能化同样是行业升级的重要方向。一款与可口可乐联名的台式制冰机搭载语音操控,方便用户快捷操作;惠康高端制冰机实现远程控制、冰厚度智能调节、定量取水等功能;海信制冰冰箱支持手机App自定义制冰时段,既能避开易受冰块掉落产生噪音影响的夜间时段,还可匹配峰谷电价错峰运行,降低用电成本。

相关数据显示,2024年中国制冰机市场规模达29.8亿元,预计2028年将突破43.8亿元。虽然制冰机赛道持续升温,但产品体验上的短板同样不容忽视。记者从黑猫投诉平台了解到,目前关于制冰机的投诉多集中在实际制冰效果与宣传不符、机身漏水、运行噪音大等问题,反映出部分产品硬件做工、制冰性能存在缺陷。业内人士分析,当下消费者对制冰机的出冰效率、冰块品质、健康安全等综合体验提出更高要求,能够针对性解决用户使用痛点、持续打磨产品品质的品牌,将会进一步提升家用制冰机市场的长期增长潜力。



图为野三坡山茶专场推介直播现场。尹默摄

“大家看我身后的标准化加工车间,刚采回来的黄芩鲜叶正在摊晾,蒸制锁鲜,自然晾晒全流程都在这,全程无添加剂。今天我就带着大家一起走进生产车间,感受滦水本土黄芩茶的特殊制作过程。”明亮整洁的茶叶加工车间内,主播穿梭在制茶流水线前,将新鲜黄芩嫩芽展示给线上观众,评论区不断刷屏询问口感与养生功效。一场扎根生产一线、讲透河北滦水好茶的媒体助农直播火热开场。

本次“媒体+赋能乡村振兴”野三坡山



图为主播正在向观众展示茶叶加工车间。尹默摄

河北滦水:太行深山育金叶

茶专场推介直播于8月6日在河北滦水漫山香茶叶加工有限公司正式开播。镜头里干净有序的生产线、醇厚甘润的黄芩茶,背后是一家扎根野三坡18年、用心做好本土药茶的企业。这家企业2008年落地野三坡马各庄村,企业带头人张立春带领员工从那时起便一头扎进黄芩种植与茶叶加工赛道,以“公司+合作社+农户+基地”的运营模式,实现农文旅深度融合。张立春介绍,企业建立之初,仅流转200亩河滩地试种植,经过多次实验,扩大规模,现在已在滦水县龙门乡、三坡镇、王村镇等乡镇建成5000余亩黄芩种植基地。依托山间肥沃水土自然培育,不施加化肥农药,最大程度留存黄芩天然药性。公司建有两处标准化加工车间,守住手工采摘、古法蒸制、日光风干的传统技艺,全程零添加剂,产出的黄芩山茶凭借出处的养生价值被大家称作“黄金茶”,并实现从山间鲜叶采摘到成品礼盒制作的全链条自产自销。

完备的种植加工产业链落地乡村,最先惠及的便是周边村民。三坡镇马各庄村村民段卫卫是加工车间的熟练工人,日常负责鲜叶分拣、炒茶、烘干等核心工序。在此之前,她常年守家照料孩子,没有稳定收入,生活处处拮据。进入漫山香茶叶加工有限公司务工后,通勤仅需五分钟,不耽误照顾家中孩子,每月稳定4000元薪资,顾家增收两不误。“以前只能围着家里转,现在在家门口就能上班,既能挣钱补贴家用,又不用跟孩子分开,这黄芩叶子真成了我们老百姓的致富叶子。”段卫卫由衷感慨道。据了解,该公司共提供180余个本地村民就业岗位,小小的黄芩茶撑起乡村家庭稳稳的幸福。

“以前我们生产的山茶以业务员直销为主,主要集中在滦水、保定等周边地区。随着企业规模扩大,产品种类和数量增加,单靠业务员销售已不能满足企业发展需求。面对企业发展困境,滦水县伸出援助之手,



图为茶农们正在黄芩种植基地采茶。尹默摄

今夏全国多地持续高温,凉感面料家居产品迎来消费热潮。相关数据显示,今年凉感面料床品整体销量同比增长168%。记者浏览多家电商平台发现,其热销榜单上的凉感面料床品多在详情醒目位置标注一组名为Q-max的参数。

同为凉感被,神气小鹿小冰被2.0标注Q-max数值0.29,售价200余元;水星家纺五代pro雪糕被标注Q-max数值达0.38,各尺寸售价区间为400—600元,仅不足0.1的数值差距,产品价格却相差两倍。这个源自国家检测标准的实验室参数,如今已悄然成为各品牌暗自较量的指标。面对商家不断把Q-max值从0.15的“及格线”推高至0.3甚至0.4以上,消费者产生疑问:数值越高,凉感体验就一定越好吗?

记者在多家电商平台检索发现,凉感被、凉感四件套产品标注的Q-max值普遍在0.28—0.40J/(cm²·s)之间,部分产品甚至更高。“比国标高2倍”“凉感值提升140%”等宣传话术频繁出现在商品详情页。CTI华测检测指出,Q-max值0.30J/(cm²·s)的产品实测手感仅比0.15J/(cm²·s)的产品“凉一瞬”,价格却可能翻倍。

“Q-max数值不能代表全部感受和体验。”东华大学纺织科技创新中心副研究员吉鹏曾提示,如果产品只追求瞬间凉感,却采用致密的面料结构,导致透气性和排汗性不足,消费者就会出现“刚穿凉,越穿越闷”的体验。

瞬间值与持续性之间的鸿沟

Q-max的全称是“接触瞬间凉感系数”,关键词在于“瞬间”。根据GB/T 35263—2017的测试原理,检测时将温度为35±0.5℃(模拟人体皮肤温度)的热检测板与温度为20℃的织物试样接触,测定热量传递过程中的最大热流密度。也就是说,Q-max测量的是15℃温差条件下的瞬时热流峰值。

记者浏览黑猫投诉平台发现,与“凉感”相关的消费纠纷有600多条,大多数都与商品货不对版、持续凉感不足相关。业内人士以金属导热原理作出解释,触碰金属时体感冰凉,是因为其导热快,并不代表它有持续制冷功能。也就是说,面料与皮肤接触一段时间后,二者温差逐渐缩小,初始的冰凉感会明显减弱,这是正常的物理规律,并非产品质量问题,皮肤的不适感可能来源于面料的透气、导湿性做得不到位,未能及时导出皮肤表面的汗液,导致湿气滞留产生黏腻感。

洗涤衰减则是另一道隐形门槛。记者8月10日统计淘宝平台销量排名前50的凉感被产品发现,其中标注Q-max≥0.30的产品占比达到40%,标注透气率的产品占比为20%,但其中仅有一款产品的详情页同时注明了其洗后的Q-max数值仍然不变。这意味着,即便商家标注了洗前高达0.40的Q-max值,这件产品在消费者家里的洗衣机“闯关成功”后,剩下的数值究竟是多少,全凭商家良心。

记者了解到,目前市面上凉感纺织产品的实现工艺主要分为两类:一种是用涂层工艺将凉感助剂附着在纤维或面料表面,见效快、成本低,但反复洗涤后凉感助剂可能脱落,凉感便会衰减;另一种是纤维内嵌型工艺,即在纺丝阶段将功能材料加入纤维内部,耐洗性通常更好。然而,在实际消费场景中,普通消费者很难从标签上直接区分产品属于哪种工艺。记者走访市场发现,产品吊牌通常只标注纤维成分、执行标准,很少标明凉感的实现工艺。

让凉感数值真正为消费者服务

针对凉感面料水洗后的性能表现,现行行业标准已有明确规范。FZ/T 62042—2020《凉感面料床上用品》规定,产品洗涤前和水洗或干干预处理后均应满足标准规定的Q-max指标。FZ/T 73067—2020《接触凉感针织服装》也要求耐久性接触凉感产品须经连续5遍水洗预处理后再行测试。作为方法标准的GB/T 35263—2017《纺织品 接触瞬间凉感性能的检测和评价》本身并不包含洗后考核要求,市场上大量产品仅标注洗前Q-max值,消费者无从得知洗涤后的实际表现。

专家建议,消费者选购相关产品时应重点关注其是否提供洗前和多次洗涤后的Q-max数值,而非仅看一个初始数值。同时应关注产品的透气性、吸湿速干性等综合指标,因为夏季穿着体验是热量和湿气共同作用的结果。

当前行业已建立凉感面料等级划分体系,业内相关讨论集中于相较持续冲高的瞬时Q-max数值,将洗后凉感系数、持续凉感时长纳入强制标注内容,更有助于规范市场。普通消费者也期盼依据清晰完整的标注,买到久用依旧舒适靠谱的凉感好物。

帮助培育新人、组织线上销售,特别是去年滦水县开展“媒体+”赋能乡村振兴行动中,大力扶持我们公司不断探索多元销售路径,积极参与各类滦水好物展销,农特产品推介活动,面对面向各地客商展示野三坡山茶产品。我们在线上开展专场直播带货,运营抖音账号“三坡茶韵”,搭建微信农户渠道,把深山种植基地、标准化加工车间、古法制茶工艺悉数搬进直播间,媒体镜头成为连接大山与市场的桥梁,多款礼盒销往北京、天津、等30多个大中城市,多渠道销售让黄芩茶香飘向远方。”公司销售员王思说。据统计,野三坡黄芩茶去年产值达到3000余万元,销售同比增长百分之五十以上。

从政策扶持到销售渠道拓展,滦水县委、县政府的大力支持,给企业吃下了定心丸。张立春表示,“公司将立足现有产业基础,持续提质扩容、创新升级,规划打造集生态观光、黄芩采摘、古法制茶体验、茶文化传播于一体的农文旅观光采摘园区,打通农事体验、休闲旅游、产品展销融合发展新路径。”太行深山,秀美绵长,这片沃土孕育的小小黄芩叶片,在滦水乡村振兴路上闪烁出光芒。

(尹默 杨志民)



图为工作人员正在进行茶叶烘干。尹默摄

公告栏

租赁权拍卖公告
本公司将于2026年8月21日9-10时在中拍平台拍卖位于温州市苍南县钱库镇下米村化工厂厂房租赁权,建筑面积约为10204㎡(以产权证、面积数据仅供参考,具体以现场实际为准),整体租赁,租期5年。起拍价:197064元/年,保证金:3万元,加价幅度2000元或2000元的倍数。具体关于“中拍平台”或“众诚拍卖”微信公众号。详询:13676680003、13967633787(微信同号)

浙江众诚拍卖有限公司
2026年8月13日

闭店声明
2026年8月31日,青岛东部永旺亚惠美食广场与永旺东店租赁合同到期,特此声明闭店,现已开始办理会员卡退卡或到期惠惠其他门店继续消费(1.亚惠美食市集(永旺黄岛店)地址:青岛市黄岛区漓江西路1699号永旺梦乐城3层。2.亚惠美食公园(海信悦悦店)地址:青岛市崂山区香港东路88号海信悦悦汇2楼。)电话:13310232977

青岛亚惠餐饮有限责任公司
2026年8月13日

注销公告
哈尔滨市阿城区乡村旅游协会,统一社会信用代码:5123011209594229,经研究决定,即向社会公开清算,清算期间,所有债权债务,成立资产清算小组。请各相关债权人、债务人自本公告见报之日起45日内向本清算组申报债权情况,逾期视为放弃。联系人:崔金,联系电话:13684576098,特此公告。

遗失声明
辽宁胜元房地产开发有限公司(统一社会信用代码:91211105507906023)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
天津深诚人力资源有限公司遗失劳务派遣经营许可证正、副本,编号:12011400,声明作废。

遗失声明
崔健仁,身份证号:120110194307170914,遗失平粮城南新镇(二期)拆迁安置房协议,迁回顺序号:100089,所迁回的楼号:枫榆园16号楼802室,声明所签协议作废。

遗失声明
不慎将衢州市师庄乡白山村股份经济合作社、农村集体经济组织登记证,正本、副本丢失,统一社会信用代码:82141082M49309281,法定代表人:白记平,现声明作废。

遗失声明
衢州市师庄乡白山村股份经济合作社不慎将开户许可证遗失,核准号:1377000895601。联系人:白记平,联系电话:1691160103000000567,开户行:衢州市城关农村信用合作社师庄分社,法定代表人:白记平,现声明作废。

遗失声明
不慎将衢州市师庄乡白山村股份经济合作社,公章、财务章丢失,公章编号:141082300154,财务章号:141082200155,统一社会信用代码:N2141082M49309281,法定代表人:白记平,现声明作废。

遗失声明
驻马店市驿城区店庄镇南社区股份经济合作社,公章(编号:41280301196042),财务章(编号:41280301196043),不慎丢失,现登报声明作废。

遗失声明
驻马店市驿城区店庄镇南社区股份经济合作社,公章(编号:41280301196042),不慎丢失,现登报声明作废。

遗失声明
驻马店市驿城区店庄镇南社区股份经济合作社,财务章(编号:41280301196043),不慎丢失,现登报声明作废。

遗失声明
天津市滨海新区塘沽镇南里街社区股份经济合作社,财务章(编号:12011160AMX22QNM17)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
玉田县裕祥农业有限公司遗失公章,编码:1302290213466,声明作废。

遗失声明
河南天一鸿运运输有限公司(统一社会信用代码:91130984MA07MPYQ96)遗失公章、财务章,联系人(李建强)丢失,声明作废。

遗失声明
河南天一鸿运运输有限公司遗失在中国建设银行股份有限公司河南分公司办理的开户许可证,编号:1205010694080000134,核准号:1143001136801,声明作废。

遗失声明
冠县县长潭河河堤乡会口村村委会遗失公章,印章编码:42282530030876,声明作废。

遗失声明
广东省遂溪县江洪镇洋村西牛塘股份经济合作社遗失财务专用章,编码:524300000975,声明作废。

遗失声明
天津市西青区万国鑫源批发店(统一社会信用代码:92120111MA07621R90)遗失公章、发票专用章各一枚,声明作废。

遗失声明
固始县蒋集镇南社区股份经济合作社遗失农村股份经济合作社组织机构代码证,统一社会信用代码:91110133MA01CMAH6M)作废财务专用章一枚,声明作废。

遗失声明
北京来未动力麦迪沃科技有限公司(统一社会信用代码:91110133MA01CMAH6M)作废财务专用章一枚,声明作废。

遗失声明
聊城原美曲业有限公司,统一社会信用代码:9141025542480404,不慎将营业执照正本丢失,特此登报声明作废。

遗失声明
广东省遂溪县江洪镇大岭村南中股份经济合作社遗失财务专用章,编码:5243000001037,声明作废。

遗失声明
宝晟易捷汽车科技(天津)有限公司(统一社会信用代码:91120118MA06UCU798)遗失公章一枚,特此声明。

遗失声明
兴城县栗红农业专业合作社(统一社会信用代码:9313082537856498Y)遗失公章一枚,特此声明。

遗失声明
任丘市金梦达金属制品有限公司(统一社会信用代码:91130982MA0C39026)遗失公章,编码:130982014506,声明作废。

作废声明
中捷士德建筑劳务科技有限公司(统一社会信用代码:91110108335644728)作废法定代表人签名,财务专用章,发票专用章,合同专用章,法人人名章,特此声明。

作废声明
中视展文化(北京)有限公司(统一社会信用代码:91110108335644728)作废法定代表人签名,财务专用章,发票专用章,合同专用章,法人人名章,特此声明。

作废声明
北京吉然天下文化发展有限公司(统一社会信用代码:91110106MA08BE9Q28)作废公章,财务专用章,合同专用章,财务专用章各一枚,特此声明。

遗失声明
威宁县康年启顺源农业专业合作社遗失合同章(字样:威宁县康年启顺源农业专业合作社合同专用章,编码:5205261116668),声明作废。

遗失声明
威宁县康年祥合养殖专业合作社遗失法人章(字样:朱凡印,编码:5205261116652),声明作废。

遗失声明
汝州市纸店镇牛沙店镇李园村股份经济合作社(统一社会信用代码:4104821080096、财务章:4104821080097、合同章:4104821080098,声明作废。

遗失声明
开鲁县地城小南庄镇(天)工贸有限公司(统一社会信用代码:92150523MA515H41X),遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
泰安兴丰镇安海村股份经济合作社(统一社会信用代码:N2610202M753093Y)遗失农村集体经济组织登记证正、副本,法定代表人:陈建忠,声明作废。

遗失声明
驻马店市驿城区沙河镇李园村股份经济合作社(统一社会信用代码:N241020M753093Y)公章(编号:4128030119901)财务章(编号:4128030119902)不慎丢失,现声明作废!

遗失声明
海南成祥建设工程有限公司(统一社会信用代码:9146000MA5T8526P9)遗失公章一枚,声明作废。

遗失声明
威宁县 飞阳外卖速递服务有限公司遗失公章(字样:威宁县 飞阳外卖速递服务有限公司,编号:5205261108263),声明作废。