

今年的雪糕市场 主打性价比

2024年的雪糕市场,开始“卷”起了价格。

此前,隐藏在冰柜里的“雪糕刺客”刺痛了消费者的敏感神经。随手拿起一根平平无奇的雪糕却接近20元的价格,在结账时往往给人“致命一击”。今年夏天,曾被全网讨伐的高价雪糕还存在吗? 什么价位才是雪糕界的主流?

随着气温的升高,一批新口味的雪糕扎堆上市。记者走访发现,价格为个位数的雪糕越来越多,高价雪糕却鲜少出现在冰柜里,无论是在线上还是线下,高价雪糕的身影正慢慢淡出市场。

10元以下价位成主流

5月末,记者走访了广州天河区的多家商超、便利店,发现10元以下的雪糕已成为主流,而市面上高价雪糕显得尤为低调。在广州市天河区某商圈的乐巴扎超市里,雪糕、冰淇淋的价格大多在3元—5元区间,覆盖甜筒、棒类、糯米糍等多个产品形态。

在连锁便利店方面,记者随机走访了三家:全家、7-11、喜士多(均在广州珠江新城商圈),经过对比发现,喜士多便利店以销售平价雪糕为主。在喜士多便利店,价格为10元以下的雪糕占比达62.50%;全家、7-11依次占比39.22%、30.86%。

另外,盒马在近期推出了一批新口味的雪糕,从回归童年味道的重赤豆老棒冰、到创新口味的芝麻汤圆冰淇淋,果肉含量20%的猫山王榴莲冰淇淋……价格从1元多一支到二三十元一桶。盒马冰品研发采购清釉告诉记者,今年的消费者更看重重质价比,能够凸显质量、平价的商品更受欢迎,“今年,盒马有九成冰品都处于单只10元以下的价格区间,5元—7元的价格带商品较为集中。到目前为止盒马冰淇淋包含盒马自有品牌以及其他品牌近百种商品已经全部上市,迎接即将到来的夏日消费高峰。”

从整体情况来看,今年的雪糕、冰淇淋市场价格趋于合理区间,4.9元的OATLY燕麦月球雪糕、3元的巧乐兹冰淇淋、3.75元的和路雪可爱多冰淇淋、2元的冰工厂炫白桃雪泥、3元的伊利牧场红枣牛奶味雪糕……

甚至还有不少商家对部分雪糕、冰淇淋进行促销打折,“加1元多1件”“2支6.1折”“2件8元”“冰淇淋上新5折起”……带着极具诚意的价格跻身冰品市场,试图用这些数字给消费者带来直观的“低价的冲击力”。

平价雪糕上新后,其市场表现如何? 清釉告诉记者,“表现不错,例如我们的‘网红’草原生牛乳冰淇淋、低到1.49元一支的赤豆、绿豆棒冰,以及花生冰淇淋、麻将冰淇淋等新品,都比较受欢迎。”

“雪糕刺客”淡出市场

此前,钟薛高的雪糕售价遭广大消费者声讨,记者走访多家商超、便利店观察发现,钟薛高

几乎销声匿迹,在线下难以寻找其身影。

某便利店老板告诉记者,“现在没有人买钟薛高了,太贵,便宜的雪糕更受欢迎一些”。

在某电商平台上,曾红极一时的钟薛高“厄瓜多尔粉钻”已难寻踪迹。回看2018年的“双11”,该款冰淇淋售价高达66元,仅15小时20000支就售罄,占据天猫冰品类目10%的销售额。另外,在外卖平台上,部分钟薛高的雪糕价格已降至10元以下。

成也高价,败也高价,彼时风光的钟薛高,终究跌落了神坛。仅不到两年的时间,钟薛高因雪糕“烧不化”事件备受争议,随后被爆出“欠薪”、股权冻结、供应商催款等问题。5月28日晚间,钟薛高创始人林盛选择直播带货,产品包括红薯、钟薛高自家的冰淇淋、奶酪、粽子等。同时,他在直播中表示,在过去的一年中钟薛高运营得不太好,拖欠了729名员工薪水、报销没有及时兑付,希望能通过及时自救,尽快恢复到正常状态。

各品牌布局迎合平价雪糕市场

艾媒咨询数据显示,在“2023年中国消费者购买单支冰淇淋或雪糕的可接受价格”调查中,14.27%的消费者选择5元以下,35.40%的消费者选择5元—10元,28.55%的消费者选择10元—15元,12.77%的消费者选择15元—20元,6.59%的消费者选择20元—30元。中国消费者对冰淇淋单价的接受度普遍在3元—15元(不含15元)之间。

在当前的消费市场中,平价雪糕因其亲民的价格和广泛的可及性而受到消费者的青睐。随着消费者对价格敏感度的提高,各品牌商对雪糕、冰淇淋产品线不断丰富和优化,不仅在口味上进行了创新,以迎合不同的消费者喜好,同时在价格上保持竞争力。据悉,和路雪旗下品牌梦龙、海天味业、伊利旗下高端冰淇淋品牌须尽欢以及雀巢联合奥利奥等品牌均有新品布局,价格也多在10元以下。

例如,雀巢今年已推出近20款新品,覆盖甜筒、棒类、糯米糍、小粒装等多个产品形态。其中,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,包括甜筒、杯装、家庭分筒装,三款产品的建议零售价分别为9元、15元、29.9元。

“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。”雀巢方面表示。

4月9日,伊利冷饮宣布与锅圈食汇达成战略合作,通过锅圈食汇规模化的渠道网络进一步提升产品销量。据悉,双方全面合作后,消费者将来不仅能在锅圈食汇冻品冰柜中看到巧乐兹、甄稀、绮炫、须尽欢、冰工厂、伊利牧场等一系列经典产品,还能买到巧乐兹6重巧巧、绮炫松露支棒等最新上线的产品。

据《消费者报道》作者:胡文静

今年的端午旅游 满满“中国味”

供需两旺、积极乐观,是贯穿今年国内旅游市场的两大关键词。目前从多家在线旅游平台的预订数据来看,今年端午小长假出游需求将继续释放。可以预见,在“中国味”颇浓的端午小长假,随着消费新场景的加速涌入,国内旅游市场将精彩纷呈。

“整体来看,端午假期国内旅游业有望延续良好的发展势头。”四川师范大学历史文化与旅游学院教授陈乾康在接受记者采访时表示,今年端午小长假刚好与高考毕业季出游高峰重合,因此无论是对长线游还是短线游,都将产生积极的带动作用。

去隔壁省“串个门”成常态

记者注意到,从多家在线旅游平台的预订数据看,今年端午小长假期间,短途游与周边游的需求高涨。携程数据显示,端午小长假国内周边游预订量同比增长20%,周边游热门目的地分别为南京、杭州、上海、广州、苏州、天津、北京、济南、秦皇岛和青岛。因此,灵活取还、自在便利的租车自驾方式,也将成为3天假期出行的首选。数据显示,端午期间,携程国内租车自驾订单同比增长260%,从出行目的地来看,租车去隔壁省“串个门”成为端午出游的常态。

另外,同程旅行发布的《2024端午假期旅行趋势报告》显示,今年端午小长假出行市场仍以中短途为主,长三角、珠三角、京津冀及成渝城市游等短途出行需求旺盛。

从“去哪儿”火车票预约情况来看,2小时高铁圈城市是旅客出游的主要目的地。从北京出发,2小时高铁圈内的热门目的地包括天津、济南、石家庄、秦皇岛和大同;从上海出发,2小时高铁圈热门目的地包括杭州、苏州、南京、湖州、宁波等地。

不难发现,相比于“五一”假期,中长途、出境游的需求和数量有所减少,因此在选择交通方式方面,相较于高铁、自驾的热度攀升,航班量并未出现激增。据航旅纵横数据显示,今年端午小长假民航预计保障客运航班约4.27万班,日均保障客运航班超1.42万班,日均客运航班量较2019年增长6%,与2023年同期基本持平。

“新中式”旅行热度持续攀升

值得一提的是,当传统佳节撞见“新中式”旅行,游客的消费需求也愈发聚焦于民俗文化的深度体验与探索。

近一周以来,在“去哪儿”平台上,“龙舟”关键词搜索量环比上涨136%。而在广东东莞,早已进入一年一度的龙舟赛时间。携程数据显示,端午假期其旅游搜索热度同比增长超40%。此外,在广东深圳、湖北武汉等地,已陆续开启龙舟

赛事并受到许多游客的关注。

同程旅行数据显示,各类深度体验中国历史文化的“新中式”旅行颇受年轻用户青睐。“新中式”旅行方式包括参观历史博物馆、龙舟观赛体验、非遗文化体验、打卡历史文化景区、汉服妆造体验等。其中,苏州、北京的传统戏曲文化,福建的采茶文化,湖南、云南等地的非遗扎染文化,是游客比较关注的文化旅游体验。

“从国潮到汉服,从文博到古镇,大众越发重视传统文化,从而推动新中式旅行走红。端午作为中国传统节日,具备丰富的文化内涵,游客从中可以获得满满的情感体验。同时,文旅产品的创新也为传统节日日赋予新的活力,加强了人们对文化传统再认识的意愿。”携程研究院分析称。

记者注意到,“新中式”旅行热度攀升的背后,或预示着旅游市场出现新的增长点。面对游客对个性化旅游体验的追求,全国各地提档升级传统旅游业态,叠加民俗、非遗等深度文旅融合模式,从而自上而下激活市场,高景气度有望长时间延续。

《我的阿勒泰》带火新疆包车游

当县域旅游掌握了“五一”假期出行流量密码,“小众游”“下沉游”一时间成为爆款。从多家在线旅游平台的预订数据来看,今年端午小长假县域旅游热度有望延续。

途牛旅游数据显示,截至目前,安吉、德清、桐庐、婺源、平潭、溧阳、霞浦、淳安、宜兴、阿勒泰等县域目的地相关旅游产品预订火爆。

以被电视剧《我的阿勒泰》带火的阿勒泰为例,马蜂窝大数据显示,“阿勒泰”相关内容近一周热度涨幅高达233%，“我的阿勒泰同款路线”热度上升75%。在携程平台上,端午期间,新疆、内蒙古、云南、青海、四川等地的包车游预订量领跑。其中,新疆包车游预订量增长显著,同比2023年增长136%。

随着县域旅游的兴起和旅客出行消费习惯的改变,三、四线城市支线机场的运输需求较往年明显增长。航旅纵横数据显示,与2023年、2019年同期相比,三、四线城市支线机场旅客吞吐量预计增长超过50%。

携程数据显示,对比今年和去年端午小长假的酒店搜索热度,咸阳、徐州、宜宾、延安、长春、南昌、绵阳、芜湖、郑州和衡水是酒店搜索热度上升较高的目的地。

不难预见,周边游、民俗游、县域游或将在今年端午小长假各领风骚并抢占高位。“往后看,旅游市场的竞争将会更加激烈,避暑游、城市游、知名景点游、夏令营游都将在暑期档产生较大的市场需求,预计今年下半年,整体旅游人次和收入都将超越去年。”陈乾康表示。

据《金融投资报》作者:贺梦璐

