

雪糕江湖

谁是过客

年轻人青睐网红款 老年人钟情老味道 每年市场都有新星登场但是难持久

炎炎夏日，一
支雪糕可谓是降温利器，不论老人孩子，一口雪糕下肚令人身心舒爽。而今年这个夏天，因为有了“雪糕刺客”的登场，而让“雪糕江湖”再一次进入大家视野，讨论度就像热腾腾的暑期一样“炙热”。那么，青岛有着怎样的“雪糕江湖”？不同年龄段人群都喜欢什么样的雪糕？从几毛钱的冰块，到几十元的“奢侈品”雪糕，哪一种才是大家的青睐之选？近日，记者对青岛几家雪糕店进行了走访，看看在当下的“雪糕江湖”里，哪些是流量，哪些又常占C位。



张琪展示店内的各种雪糕。



老口味经典款雪糕销量高。



年轻人喜欢的网红雪糕

买茅台冰淇淋多为猎奇。

网红雪糕 多是年轻群体买来尝鲜

作为一个平平无奇的日常消费品，这个夏天，雪糕竟然掀起一波又一波巨大的风浪。进入夏季，先是“雪糕刺客”频频登上热搜；动辄十几块到几十块的雪糕，和普通雪糕一起躺在店家的冰柜里，让你顺便拿一个去结账时，露出大吃一惊的表情，但此时已经不好意思再放回去了。因此，这类雪糕被形象地赋予“刺客”称号。

当记者在微博、抖音等平台和搜索引擎中打出“雪糕”二字时，弹出的相关话题也尽是吐槽色彩：“雪糕为何越卖越贵？”“当代雪糕价格有多离谱？”“不认识的雪糕不要轻易拿！”……

说起“网红雪糕”“高价雪糕”，就不得不提起钟薛高这个品牌，尤其今年因为“雪糕刺客”的事，钟薛高又上了热搜。网红品牌基本都是小孩子和年轻人来买，哪怕最近这段时间钟薛高有很多争议，但是每天依然有不少来购买的客人。”90后的张永妹是徐记冰品店的经营者，如今她的店铺已经成为青岛小有名气的网红雪糕店。“爱吃钟薛高的人，大都出于一种‘猎奇感’，觉得‘我得尝尝它到底有什么不一样’。”

张琪是位于埠西市场的陈氏网红雪糕批发店的负责人，她的店里目前有上千款雪糕，一进门映入眼帘的两个冰柜里，琳琅满目摆放的都是梦龙、喜茶、马迭尔等近几年大热的国内外“网红款”，以及全国各地的文创雪糕。在张琪的店里，记者惊奇地发现，最近一段时间大火的“茅台”酒味冰激凌也摆放其中。“是不是没想到我这会有‘茅台’？这才是真正的高价冰激凌，也是整个店里最贵的一款。”张琪笑着说。

今年夏天，茅台冰激凌掀起了一阵抢购、倒卖狂潮，原价59-66元的78g装茅台冰激凌，在电商平台上被卖到了200元以上的高价。“我这的价格是128元一个。”“有来买的吗？”“有，还不少呢。前一阵最火的时候都得靠‘抢’。”在张琪看来，这样的高价网红冰激凌，其实已经超出了它们作为雪糕的本身价值，成了一种“跟风”“潮流”，成了一种可以拿来“晒”在社交平台的“时尚单品”了。“我感觉这是一种典型的‘网红效应’，这种高价雪糕是很难有回头客的，但是大家的跟风状态又让它们变得

‘一杯难求’。”张琪坦言，正是年轻消费者对这些网红冰激凌的强烈好奇心，才引发出了炒作狂潮，让平平无奇的雪糕，摇身一变成了网红和流量担当，也让它们背后的企业和资本，掌握了刺激年轻人消费的“财富密码”。

经典味道 物美价廉成“销量冠军”

对于不少青岛人来说，玉兔、娃娃头等雪糕是一代人的经典味道。从20世纪80年代的青岛美猴王推出玉兔、娃娃头、双色、夹心等雪糕，到青岛鼎喜冷食的三色杯，再到娃宝的狮子王、花生雪糕，成了最受青岛人喜欢的解暑美食。

到了2000年以后，国内冷饮行业迅速发展，蒙牛、伊利、和路雪等大品牌雪糕迅速占据地方冷饮消费市场，本土品牌很快走向了没落甚至退出市场，取而代之的是各种口味丰富的雪糕与冰激凌。发展到现在，雪糕的种类多了，价格自然也被抬高了不少，市场上四五元甚至十几元的雪糕比比皆是，价格低廉的一元雪糕难寻踪迹。

“姑娘，有老冰棍吗？”“有，一块钱一个。”在和张琪聊天的过程中，记者发现，其实老冰棍这样的低价雪糕在批发店里的购买率还是相当高的。“前段时间网上很多人说，为什么现在的便利店和小卖部都看不到低价雪糕的身影，但其实在我们这样的批发店里，低价雪糕还是占了相当大的比重，像是老冰棍、绿色心情、冰工厂、狮子王这样的老字号，以及最近又重新‘火出圈’的雪莲都有。”张永妹说。“便利店和小卖部，一般就只有1-2个冰柜，所以注定他们因为成本、空间等原因只会摆放一些精品雪糕和畅销款。”

“其实这几年，市面上常见的雪糕零售价并没有出现太大浮动，但是我们的进货价会上涨，平均一箱雪糕涨了几块钱吧。”张琪表示，雪糕涨价的原因除了原材料价格上涨，人工、运输、包装、冷藏技术等环节成本都有所提高。

在张永妹的店里，记者看到有这样一个“童年回忆”冰柜，里面摆放的都是1-2元的雪糕。“别看这些雪糕都是最便宜的种类，这个冰柜可是我这儿的‘销量冠军’呢！越是天气炎热的时候，低价雪糕销量也越高，很多人都是逛街、购物的路上顺路买一支解解暑，这时候选择的就多是老冰棍、冰工厂这种低价的经典口味。尤其最近这段时间天气很热，来买雪糕的人越来越多了。”张永妹告诉记者。

加速布局 商家看好“雪糕江湖”

比胳膊粗的“俄罗斯皇宫大香肠”、牙膏味的八喜杯、逼真桃子造型的“甜宠桃气”，在张永妹的店里，所有在抖音和小红书上能看到的网红雪糕，在这里都能看到。采访中，记者得知，在开冰品店之前，张永妹曾在幼儿园任教。“开冰品店，最初是因为我自己爱吃雪糕。”张永妹告诉记者，“小时候家里开过小卖铺，从小我就比同龄小伙伴有更多机会吃雪糕，可以说是吃雪糕长大的。”张永妹说，2020年的一次机缘巧合，让她下定决心要开冰品店。“那时候我去深圳，发现那边有很多冰品店，卖各式各样的网红雪糕，让我触动很大。在我内心深处，一直想拥有这么一家冰品店。”回青岛后，从找店面、签合同、联络货品，仅用了三四天时间，张永妹就将小店开了起来。

去年，张永妹一口气在青岛开了两家直营店，一个夏天有了不错的收入。今年年初，就在她计划扩张第三个店面时，发现青岛如雨后春笋般，一下子增加了几十家这样的雪糕店。“前几年，青岛很少有单独的雪糕批发店，没想到今年这个行业会有这样大的变化。”对此，张永妹也发表了自己的看法：“我觉得主要是因为这种店面的可复制性比较强，尤其到了夏季，各个年龄段的人都会购买雪糕。但我认为，大家也要看到这是一个淡旺季十分明显的行业，一年说白了也就做这几个月的生意，冬天来买雪糕的人就很少了。”

在走访的过程中，记者从几家雪糕批发店了解到，在冬天或是天气还不太炎热的季节，来购买雪糕的大多是由家长带领的小孩以及年轻人，选购的品类也多倾向于新品雪糕或者网红款。但是进入夏季，购买雪糕的群体就更加多元化了，每天店里都不间断有客人进出。“到了周末每天店里平均都会接待三四百个客人，上到七八十岁的大叔大妈，下到还被父母抱在怀里的小孩，购买雪糕的人分布在各个年龄段。”当记者即将结束在张琪店里的采访时，有一位女士带着孩子来买雪糕。小男孩从冰柜里拿出了一支巧克力味的钟薛高和两包雪莲，妈妈则挑选了冰工厂、绿色心情等几款雪糕。

诚如几家雪糕批发店店主所说，“雪糕江湖”过客匆匆，每年都有许多新星闪亮登场，可常胜将军依然是那些印在大家心底的“老味道”。

本版撰稿摄影 观海新闻/青岛早报记者 刘文超