

三五元的平价雪糕大量上市,“雪糕刺客”卖不动了?

□王静娟

在炎热的酷暑中,雪糕产品迎来销售旺季。不过相比去年频频掀起话题讨论的情况,今年的雪糕市场似乎有些平静。在刚刚过去的“618大促”中,无论是各大电商平台还是雪糕品牌,均未提及相关销售数据;此外,去年讨论最热烈的“雪糕刺客”,今年也鲜少被提及和关注。

记者留意到,价格方面,今年无论是线上平台或线下渠道,热销的雪糕产品大多在3—5元区间;品牌推出的雪糕新品,也多趋于中端价位。在口味方面,主流甜味不再是雪糕的唯一口味,花式甜味、咸味、酒味等口味涌现,其中酒味冰淇淋产品在今夏成为一大热门。

市场罕见“雪糕刺客”,雪糕产品消费趋于理性

去年夏天,冰淇淋市场话题不断,“雪糕刺客”等话题频频登上热搜,引来众多关注与讨论。

众所周知,高价冰淇淋给商家带来更高的利润空间,也因此引来一众品牌加码布局,雀巢、梦龙、八喜、明治、哈根达斯、马迭尔、宏宝莱等一系列雪糕品牌,都是雪糕高端市场的主要选手。欧睿国际咨询数据显示,从2015年到2020年,中国冷饮平均单价上涨了30%。

但不断上涨的雪糕价格也“刺痛”了消费者,“雪糕刺客”在去年不断被声讨,今年的雪糕市场已发生明显的变化。

根据FoodTalks发布的2023年5月华东地区雪糕/冰淇淋畅销产品TOP50,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),伊利巧乐兹经典巧恋果冰淇淋(75g装)。这两款产品均处于中价位,售价约为4元。前十名产品中只有两款梦龙的产品售价超过5元,其余均在3—5元区间。

“现在比较好卖的产品就是冰棒、甜筒、脆皮雪糕这些,价格都不会太高,三四块钱的比较多。”广州一便利店店员告诉记者。

另外,各大冰淇淋品牌在今年夏天也密集发布新品抢占市场,比如玛氏旗下德芙已推出一系列冰淇淋产品;和路雪发布和路雪、可爱多、梦龙等品牌20余款新品;伊利旗下须尽欢、甄稀均已推出多款新品;钟薛高也在今年推出了“旦生”系列、Sa'Saa系列新品。

值得注意的是,今年的冰淇淋新品已不再是清一色的“高端”定位。此前据CBNDData不完全统计,2023年各品牌共发布70余款新品。其中51%新品为中高端产品,单价价格在10元以上,46%新品的单价价格区间集中在3—10元。

艾媒咨询2022年消费者调研结果也显示,中国消费者对冰淇淋新品的接受度普遍在3—10元(不含10元)之间,占比为70.9%。

高端品牌“自降身价”

在产品定价上更加谨慎

消费者对于平价雪糕的喜爱,也让不少高端品牌“自降身价”。今年3月29日,钟薛高在上海举办的新品发布会上发布了3.5元一支的雪糕新产品“Sa'saa”,与此前动辄十几元一支的产品相比,3.5元的定价

显然与钟薛高一贯的“高端”风格并不相符。

据了解,相比钟薛高,Sa'Saa的主要销售渠道在线下。记者在钟薛高的京东自营店搜索发现,该系列产品并未单独售卖,仅作为其他产品的赠品,比如购买两件钟薛高半巧主义可获赠Sa'Saa牛奶棒1支。

对此,钟薛高方面此前解释称,这是因为3.5元/支的售价,很难支撑起钟薛高的冷链物流履约成本。

此外,伊利旗下高端雪糕品牌“须尽欢”在今年4月份也推出了四款新品,产品每支的价格在12元左右;而此前,须尽欢系列产品的均价在18元左右。

有分析人士指出,年轻消费者追求颜值、个性、品质,也给雪糕的高端化提供了发展空间;但本届消费者也十分理性,追求性价比,才会对“雪糕刺客”有如此强烈的反应。这也说明雪糕品牌与商家在产品定价、调价方面必须谨慎。

“整体来看,今年雪糕的价格趋势是往中间走。原来是五块六块的产品很多,但最几十块钱的产品也有,就出现了‘两头尖中间空’的现象,但这种现象在今年有所改变,很多商家开始往中间的价格区间布局,这既是行业竞争的推动也是满足差异化需求的表现。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示,价格的精准分层,意味着中国的雪糕市场已经进入了一个“百花齐放”的时代。

事实上,对于各类产品的“价格刺客”现象,相关部门也已出手整顿。去年7月1日,国家市场监督管理总局发布《明码标价和禁止价格



欺诈规定》,其中明确将标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易列为价格欺诈行为。

酒味冰淇淋出圈

多家酒企布局雪糕产品

不难发现,随着市场的回归理性,消费者也更加注重产品的实际价值,高价雪糕逐渐被市场所边缘化,性价比成为了消费者选择的重要因素,但雪糕市场也有其他挖掘空间。

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。此外,主流甜味不再是冰淇淋唯一口味,花式甜味、咸味、酒味等口味涌现。

以酒味产品为例,随着茅台冰淇淋的上线与大规模布局,酒味冰淇淋逐渐走进大众消费者视野,也引来其他酒企的关注。近日,舍得酒业就联合圣悠活共同推出白酒冰淇淋产品,售价19.9元一盒。

在盒马app上可以看到,目前茅台在售卖的酒味冰淇淋产品除了茅台和舍得冰淇淋,还有獭祭、山田锦酒粕、京石屋清酒等多款酒味冰淇淋产品。对此,业内人士认为,白酒企业布局冰淇淋产品,出发点多是品牌宣传、链接年轻消费者;但也反映了目前国内冰淇淋消费的多样化与趣味化。

摸清产业链质量 增强产业链韧性

——呼和浩特市市场监管局开展服务奶业产业链质量提升行动实地调研工作



□文/图 本报记者 封斌

为进一步深入摸清呼和浩特市

优势产业链质量状况,有针对性地开展质量提升工作,着力增强产业链韧性和安全水平。近日,呼和浩

特市市场监管局会同内蒙古自治区产品质量检验研究院、质量和标准化研究院、计量测试研究院、知识产权保护中心及属地市场监督管理局分别在土默特左旗、和林格尔县开展服务奶业产业链质量提升行动实地调研工作。

调研组先后前往内蒙古伊利实业集团股份有限公司、内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司、内蒙古圣牧高科牧业有限公司和林林牧业有限责任公司等企业,通过召开座谈会,与企业负责质量管理、标准化、检验检测、认证等部门负责人进行了深入交流。各企业介绍了乳品检验检测能力、信息化监测

管理、建立智慧实验室和质量管理云平台建设方面所做的工作,并就企业前端认证认可、中端体系建设、终端仓储物流一体化质量管理情况做了详细说明,对自治区和呼和浩特市市场监管局在项目支持和技术帮扶等方面给予的服务表示感谢。

调研组认真听取了企业在加强政策培训、简化项目申报流程、推动行业标准和体系制定等质量管理和提升方面的需求,表示各企业在检验检测、质量管理体系建设和风险把控等方面工作较为突出,希望各企业继续加强组织项目架构、上下游产

业链提升和生产环节质量把控,填补技术空白,努力实现降耗升级目标,积极鼓励企业把握契机,积极申报各级政府质量奖项。自治区技术机构将与市、县两级市场监管部门密切配合,针对企业需求,继续支持企业深入开展智能制造、节能减排和绿色智能工厂建设。

调研组参观了伊利现代智慧健康谷乳粉、液态奶生产基地和蒙牛乳业公司总部工厂,及内蒙古圣牧高科牧业、现代牧业和林一牧场奶牛养殖和饲喂情况,并与科研人员现场交流了原奶检验检测技术提升及数据分析运用能力等。

稳定奶业生产 保障奶农利益

——黑龙江印发关于稳定当前奶业生产的意见

(上接01版)

一、稳定生鲜乳市场购销秩序

(一)建立监管会商机制

各市(地)、县(市、区)农业农村、工信、市场监管等相关部门各司其职,各尽其责,建立执行每月会商工作机制,围绕奶业养殖、乳品加工和市场购销等环节开展调度、指导和执法监管等工作。农业农村部门要负责掌握区域内奶牛养殖生产、生鲜乳生产成本和购销价格情况,指导养殖场应用节本增效技术。工信部门要负责指导企业做好生产加工,围绕市场开发适销对路的差异化产品。市场监管部门要强化乳制品及婴幼儿配方乳粉质量安全监管。

(二)完善生鲜乳价格协商监管机制

省农业农村厅会同省发改委参照生鲜乳交易参考价格和乳企计价体系,依据《黑龙江省食品安全团体标准(生鲜乳)》特级、一级、二级标准,建立生鲜乳交易参考价格三级计价标准,联合组织省奶业协会、乳企和养殖场户共同制定季度生鲜乳交易参考价格。各级农业农村部门设立生鲜乳购销合同签订履行监督热线电话(省级热线电话:0451-82624640),及时调解处理生鲜乳购销矛盾纠纷等问题,维护公平合理的生鲜乳购销秩序。省奶业协会负责组织乳制品加工企业 and 养殖场户

按照《生鲜乳购销合同(示范文本)》签订长期稳定的购销合同,推行合同审核备案制和第三方见证制,监督生鲜乳收购价格执行情况。

(三)完善风险监测处置机制 各级农业农村部门强化奶业生产动态监测,深入一线调研掌握生鲜乳购销合同到期和即将到期等情况。2023年7月1日至12月31日,省农业农村厅每半月调度各地奶业生产情况,指导市(地)、县(市、区)制定有针对性解决措施,帮助养殖场户与乳企对接,解决生鲜乳销售难题,杜绝乳企以不正当理由变相限收拒收鲜奶、拒签合同现象。

(四)建立应急响应机制 各地政府结合当前奶业生产实际,制定针对性应急预案,细化应对措施,及时处置各类突发情况,防范乳企限收拒收鲜奶、养殖场非正常淘汰奶牛及亏损倒闭等极端情况发生。加强网络舆情监测和舆论正面引导,发现舆情及时响应,合理处置,切实防范不实舆情和恶意炒作带来的负面影响。

二、加大政策支持兑现力度

(五)落实现有奶业政策

积极落实全省现有奶牛养殖、乳制品加工、金融服务和商业综合四大类17项奶业扶持政策。其中,农业农村部门负责组织实施奶业生产能力提升整县推进、奶乳“一体化”万头牧场建设、大型奶牛养殖场

建设、奶牛良种补贴、奶业新型经营主体培育、粮改饲补贴、奶业产业集群、贷款贴息、品牌建设、疫病防控等10项政策。工信部门负责组织实施增产扩能、新品研发、企业上市、企业入规和加快数字化转型等5项政策。科技部门负责组织实施科技创新政策。财政部门负责组织实施奶牛保险补贴政策。各部门按月调度项目资金落实情况,确保资金及时足额拨付到位。

(六)执行新增奶业政策

根据当前奶业生产形势,支持乳制品加工企业保住原有收购渠道,扩大收购量,积极稳定生鲜乳购销秩序,支持落实省级生鲜乳交易参考价格,不拒收、限收生鲜乳,保证及时签订购销合同的乳企享受补贴政策。2023年7月至12月,实行生鲜乳收购补贴政策,按照乳企收购省内生鲜乳总量,每吨给予不超过100元补贴,总资金约1.2亿元,省级和市县级各承担50%。实行生鲜乳收购补贴政策,按照乳企年度收购省内生鲜乳增量,每吨给予不超过200元补贴,总资金约0.3亿元,省级和市县级各承担50%。省农业农村厅对政策实施情况开展动态跟踪评估,根据市场形势变化合理调整兑现周期。

(七)强化金融保险精准服务

扩大奶牛政策性保险覆盖面,发挥农业保险增信功能。鼓励金融机构创新产品和服务模式,开展“大

数据+奶牛养殖”和奶畜活体抵押、养殖场抵押、大型机械设备抵押贷款等信贷产品创新,为奶牛养殖户提供优质高效金融服务。金融机构参照疫情期间稳产保供政策,对困难企业不抽贷、不断贷,帮助企业缓解资金压力。乳制品加工企业主动担当社会责任,为养殖场户贷款担保增信。

三、强化组织协调和指导帮扶

(八)营造良好发展环境

各市(地)、县(市、区)政府指导乳制品加工企业加强质量监管和品牌建设,申请使用“黑土优品”品牌标识,享受政府集中宣传推广服务。支持奶业发展用地,养殖生产用地及其直接关联的粪污资源化利用设施用地,在县域内落实耕地“进出平衡”后,可占用一般耕地,不需落实占补平衡。强化奶牛养殖场征占用林地草地要素保障,依法依规办理使用手续。加强畜禽养殖项目变更环评工作指导,支持项目快速投产。

(九)加强技术指导服务

农业农村部门组织畜牧技术推广机构和奶业技术协同创新体系建立专家服务团队,一对一帮扶养殖场户,制定指导服务方案,宣传产业扶持政策,分析奶业发展形势,优化日粮配方和牛群结构,应用数字化管理技术,合理配置人员数量,科学有效控制成本,减少困企业生产

损失,帮助企业度过难关,增强养殖信心。

(十)强化奶牛疫病防控

各级农业农村部门落实基层动物疫病防控体系建设要求,抓好口蹄疫、布病、结核病、牛结节性皮肤病等重点疫病防控,指导养殖场户做好环境消毒和生物安全防护。加强疫情监测排查、检疫调运监管、人畜共患病防控工作,提升奶牛疫病综合防控水平。

(十一)建立包联工作机制

建立省市县三级政府和行业部门包联养殖场、乳品加工企业责任制,坚持深入企业了解生产经营情况和存在的实际困难,建立问题清单台账,落实帮扶措施,千方百计帮助协调解决包联对象急难愁盼问题,增强企业发展信心,守住不倒奶、不淘汰优质母牛的底线。

(十二)落实工作责任

各市(地)、县(市、区)政府把奶业纾困工作作为重要任务,积极运用“四个体系”闭环工作机制,强化领导,精心组织,切实做好摸底排查、对接服务工作。成立奶业纾困工作领导小组,负责决策部署、组织协调、帮扶纾困等相关工作,研究帮助企业争取贷款融资、饲料用地、粪污处理利用等相关要素配套和纾困政策。引导建立大型乳企帮带小型乳企、乳企带动养殖场的帮带机制。

(黑龙江省农业农村厅办公室)

行业动态

6月份第4周生鲜乳平均价格3.81元/公斤

据对全国500个县集贸市场和采集点的监测,6月份第4周(采集日为6月21日)生猪、猪肉、鸡肉、豆粕价格上涨,仔猪、鸡蛋、商品代雏鸡、牛羊肉价格下跌,生鲜乳、玉米、配合饲料价格持平。

生鲜乳价格。内蒙古、河北等10个主产省份生鲜乳平均价格3.81元/公斤,与前一周持平,同比下跌7.7%。

饲料价格。全国玉米平均价格2.92元/公斤,与前一周持平,同比下跌3.0%。主产区东北三省玉米价格为2.67元/公斤,与前一周持平;主产区广东省玉米价格为3.02元/公斤,比前一周上涨1.0%。全国豆粕平均价格4.30元/公斤,比前一周上涨0.7%,同比下跌4.4%。育肥猪配合饲料平均价格3.84元/公斤,与前一周持平,同比下跌1.0%。肉鸡配合饲料平均价格3.92元/公斤,与前一周持平,同比上涨1.3%。蛋鸡配合饲料平均价格3.63元/公斤,与前一周持平,同比上涨0.8%。

(农业农村部)

农业农村部加大对畜牧业生产机械装备推广应用的支持力度

农业农村部网站28日公布对十四届全国人大一次会议第7146号建议的答复,回应关于尽快将适合牧区特点的新型机械设备列入农机补贴的建议。

农业农村部表示,下一步将会同有关部门,大力推进农机装备补短板行动,将畜牧装备作为主攻方向之一,持续加大研发推动力度。同时,继续加大农机购置与应用补贴政策对畜牧业生产机械装备推广应用的支持力度,依照农业机械分类等标准按程序将更多符合条件的畜牧业生产所需农机产品纳入补贴范围。

农业农村部表示,目前剪毛机、挤奶机、喂(送)料机共20余种畜牧业生产机械已纳入补贴范围。《关于加强农业机械试验鉴定工作的通知》明确,到2025年要实现畜牧业等领域生产所需机械的鉴定大纲基本健全。目前,畜牧业相关农机推广鉴定大纲已超50个,四川、内蒙古等省(自治区)正结合牧区实际抓紧制定畜牧业生产所需的新型机具装备专项鉴定大纲,为顺利纳入补贴政策实施范围提供技术支撑。

(李雁争)

陕西落实乳制品质量安全提升工作

日前,陕西省乳制品质量安全提升暨落实“两个责任”工作现场会在陕西省渭南市富平县召开。

会上,陕西省市场监管局副局长刘育民指出,乳制品产业是食品安全的代表性产业,是农业现代化的标志性产业和一二三产业协调发展的战略性产业。要不断强化乳制品质量安全监管,充分发挥包保工作机制作用,运用好各级包保干部对包保主体开展督导的有利时机,大力推动企业切实落实食品安全主体责任,认真排查防范乳制品风险隐患,坚决守住不发生系统性、区域性食品安全风险的底线;开展帮扶行动,切实推动乳制品产业高质量发展,细化服务措施,帮助食品生产经营主体纾困解难、提质增效,指导企业加强溯源建设,加强过程管理、加强创新研究、加强品牌建设。

会议期间,陕西省市场监管局通报了全省乳制品质量提升暨落实“两个责任”工作情况,观摩了两家乳制品生产企业规范生产和履行食品安全主体责任情况。西安市、宝鸡市、渭南市市场监管局汇报了落实乳制品质量安全提升和“两个责任”工作情况,富平县政府、陇县市场监管局、泾阳县市场监管局作了交流发言,3家企业代表就如何落实主体责任进行了经验交流。

(王京臣)

(本报所采用部分文图无法联系到作者,请相关著作权人持权属证明与本报联系,本报将支付稿酬。)