

话题

Topic

奶皮子糖葫芦缘何“破圈”

在保留糖葫芦的传统形态与节日记忆的同时,注入新鲜元素奶皮子,既降低了消费认知门槛,又创造了新奇体验。当下年轻人的消费,早已超越“吃饱”的基础需求,更追求“仪式感”“稀缺性”和“社交价值”。奶皮子糖葫芦恰好踩中这一趋势,实现了从“街头小吃”到“场景化美食”的价值提升。

不久前,一款奶皮子糖葫芦横空出世,迅速火爆大江南北。在各大城市街头,购买奶皮子糖葫芦的排队长龙随处可见。这股“甜蜜风暴”来势迅猛,让人不禁好奇,奶皮子糖葫芦究竟凭什么成功“破圈”?

在社交平台上,奶皮子糖葫芦迅猛刷屏,小红书上相关笔记数以万计,精美的图片、诱人的文案,引得网友纷纷点赞收藏;抖音上“奶皮子糖葫芦”话题播放量超十亿次,视频中博主们大快朵颐,分享着独特的口感,勾起人们的好奇心。不仅如此,11月10日至13日,A股上市公司三

元股份股价“四连板”,甚至有市场分析认为,这与三元股份旗下北京三元梅园食品有限公司销售奶皮子糖葫芦有关。

在笔者看来,奶皮子糖葫芦“破圈”并非偶然,而是产品创新、消费升级、流量运营等多种因素共同作用的结果。

其一,产品创新是这场商业突围的核心引擎。长期以来,传统糖葫芦陷入“酸甜单一、形态固化”的同质化困境,而奶皮子与糖葫芦的“跨界混搭”,实现了口感与体验的双重突破。这种创新踩中了年轻人“既熟悉又陌生”的尝鲜心理。

在保留糖葫芦的传统形态与节日记忆的同时,注入新鲜元素奶皮子,既降低了消费认知门槛,又创造了新奇体验。当下年轻人的消费,早已超越“吃饱”的基础需求,更追求“仪式感”“稀缺性”和“社交价值”。奶皮子糖葫芦恰好踩中这一趋势,商家持续迭代的产品矩阵,从基础的山楂奶皮子款拓展至晴王葡萄、干嚼酸奶夹心等高端品类,形成价格梯度,既覆盖大众消费,又切入中高端市场,实现了从“街头小吃”到“场景化美食”的价值提升。

其二,社交传播的“裂变效应”为这款美食插上了流量翅膀。在社交

媒体主导的消费时代,“可晒”成为产品走红的关键密码。奶皮子糖葫芦的雪白奶皮、鲜红果肉与琥珀糖壳形成强烈视觉冲击,天然具备“出片属性”,大多消费者会先拍照分享再品尝,使其占据微博、小红书、抖音等多个平台的热门话题。

截至11月16日,在抖音平台,“奶皮子糖葫芦”话题已获得10.8亿次播放,形成“博主种草——用户打卡——二次传播”的裂变链条。网络博主的分享开启初始流量,消费者的排队晒图引发更多人跟风购买。这种传播模式不仅扩大了产品影响力,更赋予产品潮流属性,进一步放大了市场热度。

作为网红单品,奶皮子糖葫芦的火爆,某种程度上佐证了大消费的增长潜力。但不可否认,打造网红单品并非易事,其还有赖于深耕文化根基、敏锐洞察消费、高效产品创新。

苏诗钰

媒体声音

《经济日报》

联农带农闯出乡村振兴路

《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》明确提出,完善联农带农机制,促进农民稳定增收。这一机制是我国广大乡村特色产业提质增效、农民就业增收的重要载体,已成为加快农业农村现代化、扎实推进乡村全面振兴的重要抓手。

大国小农是我国基本国情农情,尽管近年来随着农业规模经营迅速发展,种植大户不断涌现,但小农户仍然是我国农业发展的基本单元。一家一户分散经营,难以形成规模优势,生产效率相对较低,抗风险能力较弱,制约了我国农业现代化步伐。

近年来,各地区各部门积极探索联农带农机制,发展龙头企业、合作社等新型农业经营主体,全国近400万个家庭农场、221.2万家农民专业合作社,带动农户1900多万户。不过在具体实践中,新型农业经营主体综合能力仍有不足,产业综合收益不够高,对政策依赖性较强,联农带农能力整体偏弱。多数农民专业合作社成员以货币出资和土地入股为主,未能充分带动技术要素出资,存在利益联结机制不完善、农民在产业发展中参与度受益度还不足的问题。此外,产业发展主要依靠龙头企业,农民仅作为土地流转的出方或简单的劳动力,分享产业增值收益不足。

科学选择产业是联农带农机制有效运转的根基。各地应立足自身资源禀赋,通过对接市场需求、贴合农民意愿,满足可持续发展要求,找准比较优势,因地制宜选准产业发展方向。注重新技术应用、新模式推广、新业态培育,做大乡村产业的“盘子”,联农带农才有“底子”,广大群众才会支持和认可,联农带农机制才能从“有形覆盖”迈向“有效覆盖”,闯出乡村振兴路。

注重提升新型农业经营主体市场适应和可持续发展能力。精准培育适宜当地高质量发展新型农业经营主体,根据区域实际和产业特点,明晰各类主体功能定位,整合全链条各环节、各主体,促进分工协作、优势互补、融合发展,建设高标准农业产业联合体,提升农业全产业链现代化水平。例如,广西下发通知,从“特”和“优”出发,引进和培育联农带农的家庭农场、农民专业合作社、龙头企业、农业产业联合体等新型农业经营主体。

推进模式多元化发展,破解利益联结堵点,引导群众转变思想观念,处理好各方关系,达到“1+1>2”的效果,真正做到“联得紧、带得稳、收益久”。强化联农带农的利益联结机制,不仅要带动小农户就业增收,还要关注小农户的成长,提升其自我发展意识和技能水平。更好发挥政府作用,既要健全政策挂钩机制,拓宽长效资金支持渠道,消除经营主体联农顾虑,也要加强监管,健全风险防范体系,保障企农双方权益,为利益联结机制保驾护航。



截至目前
全国各类粮食经营主体
累计收购秋粮超过1亿吨

秋粮入库惠农暖心

近日,国家粮食和物资储备局发布数据显示,秋粮旺季收购自10月上旬陆续展开,截至目前,全国各类粮食经营主体累计收购秋粮超过1亿吨,收购进展总体顺利,呈现出收购进度快、市场购销活、优质优价等特点。持续优化为农服务,让农民卖“舒心粮”“放心粮”,还需多方协同发力。政策落实需持续强化粮食市场监测预警,密切跟踪市场动态,统筹抓好市场化收购和政策性收储;为农服务要全面推广预约售粮,组织流动服务队提供上门检测等一站式服务,减少农民售粮损失。此外,要加强执法检查,严厉打击压级压价等行为,及时发布市场行情,保障农民权益,维护公平交易环境。通过政策托底、服务提质与监管护航,让丰收切实转化为农民增收。

(据《经济日报》文/时锋 图/王鹏)

Sound

有话要说

Speech

守好从农田到餐桌每道关口

随着食品安全问题不断受到重视,我国食用农产品质量安全保障水平逐步提升。数据显示,去年国家农产品质量安全例行监测合格率达到98%。不过,食用农产品质量安全监管仍面临多重现实挑战。例如,供应链中农户和摊贩等微观主体的合规能力、担责能力较弱,“摊贩销售不合格蔬菜被重罚”等问题频频引发争议;农药超标等源头问题依然突出,过程监管乏力,风险防控滞后;信息共享机制不畅,不易精准追责;产地到市场的监管仍存在漏洞,跨部门、跨区域协同成本高,全链条合力不彰。

提升食用农产品质量安全全链条监管质效,须进一步优化协同机制,凝聚体系合力,把好从农田到餐桌的每道关口,守护百姓“舌尖上的安全”。

政企融合,赋能微观主体。注重服务与监管协同,有关部门应优化教育、宣传、培训、技术协助等措施,向农户、摊贩等供应链各类主体提供明确、量身定制的合规指导,提高其支持法规标准的理解和遵守能力。支持龙头企业、合作社等规模化主体,完善农产品质量安全风险管理措施,引导供应链龙头企业通过基地直采等方式,引领优质优价的价值分配,向农户、摊贩等提供培训、风险提示、帮扶等服务,传递安全价值和要求,促进供应链合规。

依据风险,科学精准监管。转变供应链安全管理方法,从更关注成品是否符合安全标准,转变为全过程安全控制,推广风险评估方法,健全全链条风险评估和管理框架。推动风险评估关口前移,加强事前预防,强化产

地环境风险监测与治理,规范投入品生产与使用。加强农作物病虫害监测预警和统防统治,落实农药减量增效,从根本上遏制农药残留超标问题,从投入品到农产品全程都要安全可控。推行产地准出分类监管,帮助农户、摊贩等改善从业条件。推进承诺达标合格证等的规范化、电子化及综合应用。根据生产方式、质量控制能力划分风险等级,提升监管精准性。在市场销售环节,按照风险等级动态调整监管方式,抽查比例、检查频次等,对发现的问题产品,依据风险采取与违规程度相适应的梯次化处置措施。

明晰信息责任,推动数字化全链条可追溯。明晰供应链各主体的食品安全信息责任,规范信息内容与形式,建立必要、真实、规范、形式恰当、可共享的数据基础。建立统一的信

息平台,整合土壤、水质等环境监测数据,农药兽药等投入品数据,种植养殖、检疫检验、合格证等产地数据,市场准入、抽检结果等市场数据,加强全链条的数据分析与应用。数字赋能促进供应链多方融合,推动生产端精准赋码、流通端智能验码、消费端透明溯源,推动源头到末端整体可追溯。

优化协同机制,增强全链条监管合力。检查与评估食用农产品相关法规政策,加强规则之间的衔接,避免重合与漏洞。健全规范的部门合作机制,明确各自的权限和职责,健全风险会商机制,优化程序机制,健全信息共享、问题通报与协查、执法合作、协同分歧与问题解决、协同监督等机制,汇集监管资源,凝聚全链条监管合力。

王辉霞 姜影

坊间杂议

单位食堂开放 民生味道更香

□张悦

去哪吃、吃什么,是老百姓生活中的头等大事。据北京青年报报道,北京不少居民吃饭有了新的地儿,一批机关、企事业单位食堂正打破“围墙”对外开放。这些食堂不仅成了周边居民、上班族的“干饭宝地”,还在社交媒体上掀起“打卡单位食堂”的热潮。

单位食堂以往只对本单位人员开放,食堂菜品、环境等难免引发公众的好奇心与探索欲。近年来,多地单位食堂尝试向公众敞开大门。每到五一、国庆等假期,更有不少单位食堂开门迎客,缓解游客就餐压力。北京部分单位食堂将“仅供内部使用”变成“与民共享”,进一步凸显便民性质。

北京不少机关、企事业单位地处社区附近,周边人群就餐需求旺盛。上班族工作繁忙,没时间做饭,常常点外卖,总想吃点有锅气的现炒菜;社区居民有时懒得做饭,可外面不少餐厅价格贵不说,还重油重盐;不方便做饭的老年人,大都期待能在离家不远的地方吃上热乎饭。能有合适的吃饭地点,不只跟填饱肚子有关,更关乎居民的幸福。

国家卫健委科研所餐饮中心,“30元自助吃到撑”;国家广播电视总局新302餐厅,兼具养老助餐功能;景山AI食堂,利用智能设备提升餐饮服务……单位食堂相对干净卫生、性价比高,还会结合

(本版稿件仅代表作者个人观点)

征稿启事:

本版关注的是乳业界的热点话题,常有业内知名专家、学者参与话题的讨论。如果您有见解独到,论点鲜明,论据充足的稿件,欢迎您投稿。稿件请以电子版的形式发送。

邮箱:rysb2007@163.com

一家之言

Speak

保持定力 医院“食养”跨界更有底气

四川大学华西医院推出的营养减脂餐成了瘦身人士的“心头好”,不但营养均衡、少盐少油,卖相也不输高档“轻食”;华中科技大学同济医学院附属协和医院定制的养生月饼首次开售即“一炮而红”,由临床营养师精研的月饼配方满足了个性化健康需求;天津中医药大学第一附属医院的“药食坊”烘焙店客流不断……时下,不少医疗机构乘着“主动健康”的新风,跨界到食品领域,渐成一股新潮。对医疗机构而言,如何在“健康蓝海”把稳罗盘逐浪前行,是对智慧与定力的双重考验。

如今,老百姓的日子越过越红火,饮食承载的期待已不再限于满足口腹之欲。从崇尚口味至上,到追求食材新鲜、营养丰富,烹饪方式减盐减油,越来越多的人将“健康食尚”视为美好生活的必需品。自带“健康基

因”的医疗机构推出特色食品,自然正中消费者下怀。那些香气四溢的“轻食”、口味新奇的面包,之所以叫好又叫座,离不开“医院专研”的信用背书。一份份基于营养、中医等专业优势开出的食品配方,不但让消费者买得放心、吃得安心,更以健康管理等理念潜移默化地影响着人们的饮食习惯。回应老百姓的饮食新需求,将健康饮食融入院内职工、患者群体推向普通公众,体现了医疗机构主动作为的担当。

医疗机构这种跨界操作正为“健康蓝海”注入新的生命力。当下,“主动健康”理念渐渐深入人心,如一条纽带将医疗机构和老百姓更加紧密地联系在一起。在院内诊疗环境中,医患携手共克疾病;在院外更加广阔、多元的场景中,医疗机构也正成为人们健康生活的助力者。例

如,以研发制售健康餐食为牵引,将专业营养干预从门诊延伸至食堂服务及更多消费场景,让更多美味营养、有益健康的食物摆上老百姓的餐桌。

跨界做餐饮,其本质是医疗机构从“以疾病为中心”转向“以健康为中心”的探索实践。医疗机构不单是治病救人的场所,也应成为“主动健康”的倡导者和实践者。以“食养”为触角,跨界让健康服务的边界拓展了、干预靠前的,受益人群更广泛了。

然而,热潮之下,医疗机构管理者也需冷静思考:生产经营食品有无证照,加工过程是否遵循食品安全标准?药食同源食材的选用有没有科学依据?推出的新品是否存在炒作概念的不良倾向?只有遵法纪、守专业、尚科学,为老百姓带来实实在在的健康收益,方能让这场跨界更有底

乔宁

Talk