

夏日雪糕經濟 爭奇鬥味

酸甜冰爽交織 文物山水輝映

火爆網絡

夏日來臨，吃一口酸甜與冰爽交織的冰淇淋，才能稱得上是入夏的正確打開方式。今年五一，桂林象鼻山景區冰淇淋山水雪糕、「臭豆腐味」雪糕等國產雪糕「爭奇鬥味」走紅網絡。如今，隨着Z世代（指1990年代末至2010年代前出生的人）人群的崛起以及消費需求的變化，雪糕不再只是躺在便利店或超市冰櫃裏的快消品，葱爆牛奶配搭夠新穎，三星堆面具雪糕造型可愛，深得Z世代歡心。

大公報記者 曾萍

去年火爆的「雙蛋黃」、「椰子灰」冰淇淋，今年「風光不再」。取而代之的則是造型更誇張、名字更獵奇的「新晉網紅」：「臭豆腐」味雪糕、「肉鬆海苔口味」雪糕……數據統計顯示，近十年來，內地雪糕產銷量年均增長率一直保持在10%以上，2019年內地冰淇淋市場總量達1380億元（人民幣，下同），預計2021年有望超過1600億元。

桂林象鼻山雪糕 日賣1500條

龐大的消費潛力，讓眾多品牌共同發力，各種層出不窮的創意雪糕令眾品牌競爭激烈。為吸引消費者，不少雪糕在「網紅」道路上，一方面口味不斷標新立異「博眼球」，葱爆牛奶、烤薯片、芥末等新奇口味滿足消費者的獵奇心理。根據天貓小黑盒和阿里媽媽的數據顯示，2020年「芥末味」「臭豆腐味」雪糕的網站成交金額同比增長1368%和6772%。

另一方面，三星堆面具、桂林象鼻山、伊利香蕉冰淇淋等各具造型的雪糕，已成為年輕消費者社交平台上的「寵兒」。「今年五一期間，儘管人員限流，桂林象鼻山雪糕每天仍可售賣1500條。」桂林象鼻山景區文創部相關負責人劉雙斌介紹說，象鼻山形象的創意雪糕受消費者追捧，成為該景區的網紅產品。

味覺潮物 跨界「聯姻」

「打卡鐘薛高冰淇淋成功！」達奇左手拿着雪糕對着天空拍下照片，一邊快速在朋友圈敲下一行字。「因為看到網上有不少人推薦，我也好奇買了一根雪糕試試，不過味道低於我的期待值。」對於像達奇這樣的「Z世代」來說，購買網紅雪糕在社交平台展示的意義，要大於雪糕味道本身。畢竟，這樣的網紅單品吃了不拍照發布，等同於沒有吃。如今，各種層出不窮的創意雪糕早已超出雪糕的定義，成為帶有明顯社交屬性的新消費品，將觸角伸向社交平台。

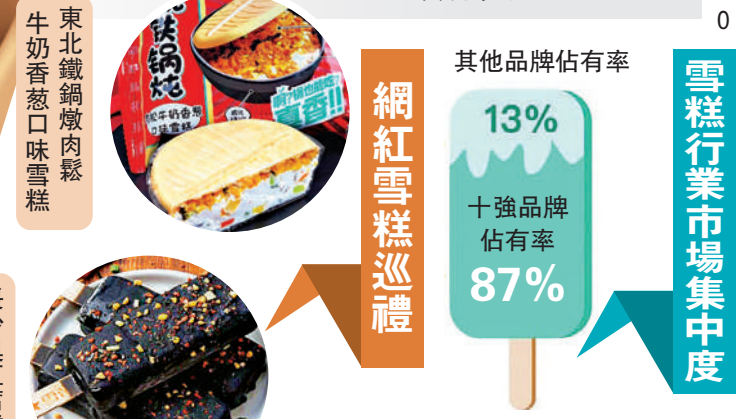
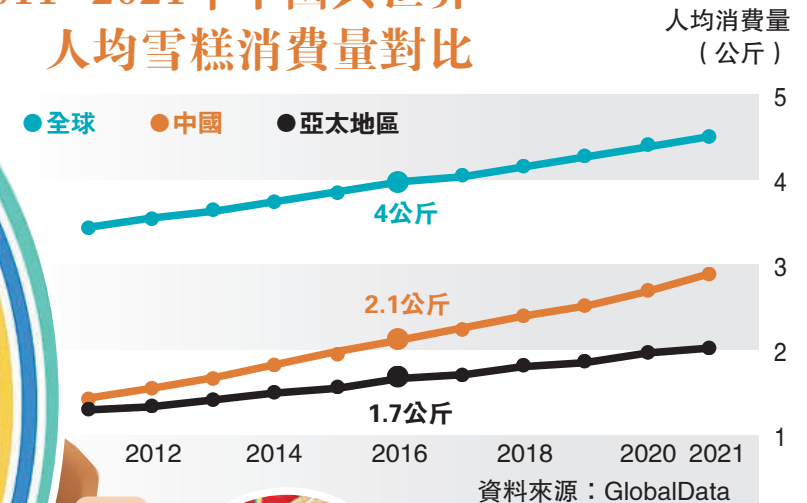
此外，跨界「聯姻」也成為雪糕品牌自我營銷的「破圈利器」。光明聯名大白兔推出奶糖雪糕，走國潮路線；而拿破侖與女性時尚網站OnlyLady「聯姻」，在杭州快閃店提供彩妝服務，吸引潮人探店，拍雜誌大片。高品質優勢、顏值、個性有溫度等網紅式的打法，在社交網絡上給消費者創造記憶點的同時，也令品牌迅速打開市場。以國產品牌鐘薛高為例，2018年天貓雙十一大促時，鐘薛高反其道而行之，推出了一款價值66元的雪糕，15小時售罄兩萬條；2020年該雪糕出庫3400萬條。

▶在西安秦皇陵陵兵馬俑，兩女孩手持「兵馬俑雪糕」拍照。 中新社

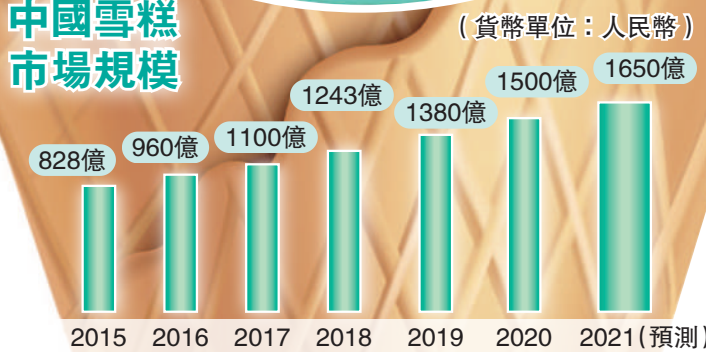


▲今年「五一」假期，在武漢黃鶴樓前遊客手拿黃鶴樓網紅雪糕留影。 中新社

2011-2021年中國與世界人均雪糕消費量對比

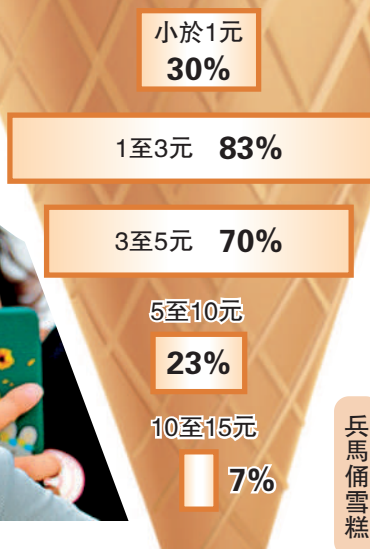


中國雪糕市場規模



按價格分布雪糕銷售率

資料來源：貨圈全微數實驗室



內地端午假期 非遺體驗熱門之選

【大公報訊】據中新社報道：端午假期將至。相比在「五一」黃金週追求長線遊，長三角民眾在端午節小長假「放飛」半徑收窄，縮小出行圈，很多人選擇不出遠門。

今年端午節，長三角民眾出行意願依然強烈，但旅行訂單以中短途為主。攜程數據顯示，在長三角地區，近五成遊客報名300公里內的周邊遊線路，超過六成遊客選擇省內巡遊。

今年端午小長假首日，恰逢2021年「文化和自然遺產日」，民俗遊、非遺體驗遊等成熱門之選。划旱地龍舟、做香包、包粽子、編織彩蛋兜、下田插秧、製作野炊竹筒糰等民俗體驗活動大受歡迎。

「消費者在旅行中追求體驗感，這在今年端午節小長假中將體現得尤為明顯。平台上定製遊、主題遊的訂單量，相比2019年的端午節還要火爆。其中，定製遊訂單量相比2019年增長近三成，主題遊訂單量增長365%。」攜程研究院行業分析師方澤茜表示。

不同年齡層次的人群，出遊需求愈發分化。據攜程分析，每逢節假日，「遑娃」是「80後」的頭等大事。今年端午節小長假，選擇出行的「80後」客群中近五成是親子遊，其親子訂單是「90後」的2倍多。

科技+創意 國產鞋跑出「中國速度」

【大公報訊】據新華社報道：戴上無線耳機，調整好運動App的數據，穿上新跑鞋，29歲的陳承開始下班後的跑步時光。堅持跑步的這幾年，陳承購置不少運動裝備，在他的鞋櫃裏，國產跑鞋的數量越來越多。

跑步應用悅跑圈App聯合電商平台天貓今年3月發布數據顯示，2021年第一季度，天貓最受歡迎的新品跑鞋排行中，前兩名均為國產跑鞋。

記者在天津的一家李寧門店看到，一整面牆的跑鞋貨架旁，不停有消費者詢問、試穿。不僅是大眾跑者，國產跑鞋也成為不少專業跑者的「戰靴」。2019年柏林馬拉松賽上，馬拉松名將董建國穿着特步一款跑鞋跑出2小時08分28秒的好成績。

國產跑鞋生產不斷加速，實現「彎道超車」，背後離不開研發與創新的助力。在福建省廈門市的特步運營中心大樓內有一條室內360度環形跑道，專業跑者在跑道上揮汗如雨的同時，多台紅外線高清高速攝像機正在捕捉他們的運動畫面，壓力傳感儀則把跑者奔跑時的腳底壓力分布、力的傳導過程等信息準確記錄下來。除了加強科技研發，國產跑鞋還在不斷提升產品的文化內涵和時尚感，借「國潮風」抓住年輕消費者的心。2020年，安踏推出致敬李白的時尚跑鞋，將「詩仙」風骨融入跑鞋文化。

央企暑期實習 百職位供港澳台生

【大公報訊】記者朱輝、張聰北京報道：為增進港澳台大學生對內地（大陸）的認識和了解，促進港澳台大學生提升就業擇業能力，全國青聯定於2021年7月至8月開展港澳台大學生暑期實習活動。活動採取「屬地實習」的形式，在全國各地募集1000餘個實習崗位，鼓勵港澳台大學生就近開展實習活動。

全國青聯相關負責人介紹，本次實習活動採用一般項目與專題項目（文旅專項、央企專項）相結合的形式。其中，一般性項目是由省級青聯根據港澳台大學生的實習意願募集實習崗位，依託屬地企業資源因人配崗。文旅實習專項由全國

青聯與文旅部港澳台辦聯合主辦，組織內地高校港澳生開展到博物館、展覽館、美術館等文旅行業機構的專項實習活動。

「截至目前，北京、天津、上海、湖北、湖南、廣東等地46家文旅行業機構提供150餘個專門崗位。」全國青聯表示，本次實習活動還設置中央企業實習專項。「中海油、國家電網、中化集團等17家央企提供100餘個實習崗位，讓港澳台大學生到央企一線，親眼領略大國重器製造的震撼場景。」據透露，實習期間將舉辦「港澳台實習生看內地（大陸）」短視頻大賽，加深港澳台青年對國家發展的認識。



▲圖為2019年，13名香港青年在青海熱貢畫院完成「唐卡畫師內地實習計劃」後，與自己的作品合影。 資料圖片

廣東28條出省高速 3條連接香港

【大公報訊】記者方俊明廣州報道：記者4日從廣東交通集團獲悉，粵贛省際新通道「雄信高速（廣東南雄至江西信豐）」項目施工圖設計已正式取得廣東省交通運輸廳批覆，擬6月底全面開工。記者了解到，目前廣東高速公路總里程已突破1萬公里，連續7年位居全國第一；其中，高速公路出省通道達28條，通往香港3條，與其他

陸路相鄰省份各開通5條以上高速公路通道。據介紹，雄信高速全長約41公里，雙向四車道，設計時速120公里，該高速起於粵贛界南雄市界址鎮寨背以北，接雄信高速贛境段，終於珠璣北互通立交，連接規劃中的南雄至樂昌高速公路。廣東交通集團有關負責人表示，未來，雄信

高速將成為韶關北部通往江西方向的又一橫向出省通道。這對完善路網結構和促進韶關市東北部地區與原中央蘇區南雄市承接粵港澳大灣區產業轉移、旅遊開發和社會經濟發展具有重要意義。目前廣東高速公路通車的總里程已突破1萬公里。其中，廣東通往香港的高速公路，分別為京港澳高速、廣深沿江高速、港珠澳大橋。