



光明工作人員展示近年來新款冰淇淋，售價約5元一支。

# 平價冰淇淋 打敗「雪糕刺客」

3至5元銷量最高 冰棒銷售增189%

每到夏季，雪糕就成為很多人嘴邊的牽掛，也開啟了雪糕市場的激烈競爭，有售69元(人民幣，下同)一個的天價雪糕，也有每個5元以下的平價產品。在經歷「雪糕刺客」(即高價雪糕)的衝擊後，平價冰淇淋成為高溫下消費者的新寵。據達達集團發布的報告，大品牌的平價冰淇淋(單個售價5元以下)憑藉品質穩定、價格合理的高性價比優勢，成為消費者首選。在京東小時購以及京東到家平台上，近一周來冰棒銷售額比上月增長了189%，冰淇淋環比增長109%。尤其單價在3至5(人民幣，下同)元的和路雪、伊利、蒙牛等大品牌冰淇淋銷量最高。

◆香港文匯報記者 倪夢環 上海報道

高溫天氣下，實體門店線下客流相對減少，而線上訂單明顯增多，代購外賣方式同時也帶動了線下實體店把握「夏日經濟」。達達報告顯示，相比高話題度的網紅雪糕，大牌平價雪糕依舊是今夏雪糕消費主流，例如巧樂茲甜筒、伊利苦咖啡、蒙牛綠色心情等熱銷常客，牢牢佔據上述平台今夏銷量TOP榜單。冰淇淋銷售TOP 5品牌則是和路雪、伊利、蒙牛、美豐和明治。

記者在上海的線下實體店探訪發現，在一些連鎖便利店，高價雪糕依然放置在最顯眼的地方。在一家連鎖便利店中，最便宜的冰淇淋是蒙牛的綠色心情，售4元；最貴的是鍾薛高草莓白巧口味雪糕，售22元，值得注意的是，鍾薛高與綠色心情擺放位置相鄰，且被安置在同一個冰櫃裏。

## 便利店平價雪糕少 轉到網上買

「偶爾嘗一嘗這些網紅冰淇淋，拍拍照片是可以接受的，但平時吃的話還是平價冰淇淋比較合適吧，現在冰淇淋單支價格幾乎都要兩位數了，太貴了消費不起啊，反正我肯定更願意買5元以下，也希望有更多的選擇。」消費者楊小姐告訴記者，由於有些商舖不會把冰淇淋價格標註出來，自己曾因為被冰淇淋外裝顏值吸引而不小心遇到「雪糕刺客」，儘管心裏不捨但有時亦為面子只得「咬牙」買單，「所以我現在都只買幾個指定牌子的冰淇淋了，但便利店平價雪糕選擇越來越少，所以我更多選擇在網上買。」

## 傳統品牌攻貴價雪糕 利潤較高

或正是高價雪糕的出現與走紅，「倒逼」傳統雪糕廠家朝高端雪糕方向創新轉型。不少消費者熟悉的蒙牛、伊利、光明等老字號近年來紛紛推出了售價兩位數以上的雪糕。例如

伊利推出的須盡歡品牌雪糕，單支售價約15至18元不等，光明推出的花博會限量款雪糕，單支也需15元。另外還有各種文創類雪糕，聯名款雪糕等，售價幾乎均在雙位數。

高價的雪糕背後或許是更多的利潤。根據新京報貝殼財經的報道，一些跨界聯名雪糕如果由代工廠製作，出廠價僅6元，但到了消費者面前的零售價至少漲一兩倍，甚至三、四倍也不稀奇。有不少網友亦表示，越來越多的商家願意售賣高價雪糕，這也導致了有限的冰櫃空間減少了平價雪糕的容身之地。

## 平價雪糕推陳出新 留住消費者

不過，儘管高價雪糕近年來頻頻出圈，但5元以內的雪糕創新也未停止，平價雪糕依然是不少消費者的心頭好，內地多品牌也在5元內雪糕進行創新。記者從光明集團工作人員處了解到，近年來，該品牌也推出多款冰淇淋，例如楊梅口味或者咖啡口味冰淇淋，價格為5元一支。該人士表示，相關定價根據多方因素考慮，「在目前的冰淇淋市場上，這個價格其實真的不高，而且我們也有更便宜或者更高端的冰淇淋可供選擇，當然是希望更多顧客可以吃到好吃不貴的冰淇淋。」

另外，各地消費者也流露出對本土老字號品牌雪糕的偏愛。例如東北大板在東北地區更加熱銷；廣州消費者對美豐雪糕有所偏愛；西安消費者則鍾愛本地品牌米旗(Maky)；北冰洋鴛鴦雪糕、小豆冰棍等成為北京熱門之選。



◆ 鐘薛高稱，已在推動線下渠道單獨冰櫃的陳列，以便消費者做區分。



◆ 茅台冰淇淋售價從39至99元不等，但網上炒至天價。

正品保障 顺丰包郵

¥388-1350

店铺券滿100減5

茅台冰淇淋网红冰激淋雪糕冰激凌3种口味 3杯/6杯/12杯可以选

## 另類雪糕頻現

### 茅台冰淇淋首日銷售額250萬

前有鍾薛高杏仁年與和你酪酪售價

超50元(人民幣，下同)，後有茅台跨界冰淇淋被炒至「天價」，冰淇淋界的「另類」們憑藉獨特的創意以及高昂的價格成功「出圈」。近日高價冰淇淋屢上熱搜，消費者已從最開始的好奇並願意嘗試，轉變為不希望「雪糕刺客」再頻繁出現。

## 開售7小時賣5000多個

高價雪糕的出現代表其有一定的消費市場。內地媒體報道，在茅台冰淇淋推出首日，線上銷售額達到了250萬元，貴陽也開設了首家茅台冰淇淋旗艦店，售價從39至99元不等，開售7小時已銷售5,000多個冰淇淋，銷售額突破20萬元。而記者登錄淘寶等平臺，發現有商家1杯原味茅台冰淇淋標價180元，3份售價388元，且有月成交紀錄。

但高價雪糕隱藏在普通冰櫃中，便出現了較多爭論。消費者王女士對於這類「雪糕刺客」頗有怨言：「之所以不喜歡雪糕刺客，一個原因是沒有明碼標價，而且和普通幾元錢的冰淇淋都放在一起。」

為此，有品牌已表示將設置專門冰櫃。

鍾薛高近日回應內地媒體稱，已在推動線下渠道單獨冰櫃的陳列，以便消費者做區分。而對於網紅冰淇淋的炒作現象，如茅台冰淇淋曾被曝在電商平臺售價漲價3倍，據紅星新聞引述茅台客服回應指公司已注意到對應問題，但暫時沒有辦法解決。

## 潮語解釋

### 「雪糕刺客」

一般指在普通冰櫃中看起來其貌不揚的雪糕，但當消費者付款時卻會被其價格「刺痛」，也被認為是「天價雪糕」的代名詞。

## 消費回暖 廣州商舖租賃增兩成

張。2022年上半年餐飲業的租賃成交錄得75筆。

### 中高端品牌具增長動力

「廣州零售市場或將成為中高端品牌開拓和深耕



◆ 廣州優質購物中心興起了多元的消費新業態，吸引年輕群體的二次元體驗店陸續出現。圖為廣州購物中心的一處主機遊戲體驗店。記者盧靜怡 摄

的目標之一，尤其是得益於上半年廣州應對疫情採取的彈性措施，部分中高端零售商商有機會把今年拓店指標從北京、上海等城市轉移至廣州。」仲量聯行華南區研究部總監曾麗表示，就廣州而言，由於中高端消費仍有增長動力，優質購物中心將借此契機升級品牌，部分中高端零售商繼續拓展天河路和珠江新城商圈。該行報告還指出，最近廣受青睞的美妝業態和新崛起的家居業態採取穩步擴張的策略，上半年兩類業態租賃成交合計近30筆。

隨着消費回暖，廣州購物中心出現了新消費業態，有機農場、集合式書店及針對年輕群體的二次元體驗式集合店陸續出現。除了奢侈品集中的項目持續受到零售商追捧，廣州天河路商圈個別項目由於成功引進新的服飾主力租戶和人氣餐飲替代原有快時尚品牌，不但租金水平獲得即時提升，整體項目形象的升級也為後續招商創造有利條件。

## 三新股挂牌 博維智慧升最多

香港文匯報訊 (記者 岑健樂) 三新股昨掛牌，表現各異。其中，博維智慧科技(1204)開報1.14元，全日收報1.22元，升12.96%；不計手續費，一手2,000股賬面賺280元。微創腦科學(2172)開報24.7元，收報24.6元，跌0.16%，一手1,000股賬面蝕40元。德銀天下(2418)開報1.75元，收報1.8元，無起跌。

另一新股中國石墨(2237)公布招股結果，公開發售部分錄得超額認購25.1倍，一手中籤率30.01%，抽1手(15,000股)方穩獲一手。股份以0.325元定價，集資淨額約8,380萬元。暗盤價方面，據輝立交易場數據，中國石墨昨開報0.335元，升0.01元或3.08%，收報0.375元，升15.38%，一手10,000股計算賬面賺500元。



◆ 博維創始人、主席兼執行董事周家俊敲響銅鑼，慶祝公司在聯交所主板上市。

## 中石油料上半年多賺逾五成

香港文匯報訊 中國石油(0857)發盈喜，稱經公司財務部門初步測算，按照中國企業會計準則，預計上半年實現歸屬於本公司股東的淨利潤與上年同期相比，將增加265億到320億元(人民幣，下同)，增幅50%到60%。公司上半年淨利為530.36億元。歸屬於公司股東的扣除非經常性損益的淨利潤與上年同期相比，將增加420億到480億元。

業績預增的主因是公司加大油氣勘探開發力度，積極推進增儲上產，堅持提質增效和低成本發展，以及國際油價上漲，原油、天然氣產銷量同比增長。

## 三大內航企齊發盈警 虧損料擴大

限，尤其油價攀升、匯率波動進一步加劇公司效益改善的難度，主業相關投資企業的經營業績同樣受到影響。

南航預計上半年淨虧損為102億至121億元，扣除非經常性損益後的淨虧損為103億至125億元。上半年公司運力投入和收入客公里與2019年同期相比分別下降54.8%和64.8%。貨運方面，今年6月貨運運力投入按年下降13.78%；貨郵周轉量按年下降5.86%；貨郵載運率為60.84%，按年上升5.12個百分點。

東航表示，公司總部位於上海，經歷了疫情衝擊的嚴峻挑戰，國際油價大幅攀升和人民幣兌美元匯率貶值等也進一步加重了公司的成本壓力，預計上半年年度淨虧損約170億至195億元，扣除非經常性損益事項後淨虧損約173億至198億元。另一民營航企春秋航空也估計上半年年度淨虧損12億至13億

元，扣除非經常性損益的淨虧損為12.5億至13.5億元。

### 專家：航空業需長時間才復甦

信誠證券副總裁何智威表示，內地疫情分散及反覆，短期內未見全面通關跡象。若疫情持續，部分乘客或會轉乘高鐵，令內地跨省航班亦會受影響，載客量減少下更將對國內航線不利。雖然油價最近回落，但因為航空公司有做燃油對沖，未必可即時利好航空業及刺激股價。

至於前三大航空公司斥巨額購入大批飛機，雖對公司長遠發展有利，但相信會造成短期財政壓力。他相信航空業需要一段長時間才能復甦，雖然航空股之前有些微反彈，但預料不會有穩定理想表現。

### 油價攀升匯率波動加劇打擊

國航公告預計上半年度淨虧損約185億至210億元(人民幣，下同)，扣除非經常性損益後的淨虧損約186億至213億元。主要由於內地疫情多點散發導致國內航線投入大幅減少，國際航線投入仍持續受