

冰柜里拆盲盒追国潮 食材中含二八酱黑蒜 冰淇淋花样翻新争当“网红”

炎炎夏日即将到来,冰淇淋又成了商超便利店里的“热门单品”。最近,新潮的“国韵”路线团扇冰淇淋、传统的二八酱冰淇淋等相继上市,还有品牌玩起盲盒概念,“隐藏款”冰淇淋在社交平台迅速走红。

盲盒来到雪糕界

“拆盲盒太上头”“哭求中‘隐藏款’”……类似的营销话术和购买体验,悄悄从潮玩店延伸到冰柜里。最近,全家、7-11等便利店里的耐米雪糕“5+1盲盒”很是走俏,每个口味都有6种造型款式,要是运气好抽到“隐藏款”,还可兑兑换码兑换10支雪糕。

“吃雪糕拆盲盒,可以说是又好吃又好玩啦!”小红书App上,不少消费者热衷于分享这款盲盒冰淇淋的购买体验。而在便利店冰柜前,有消费者怀着期待的心理,不知不觉就增加了购买量。

除了盲盒概念,紧追国潮风、打造花式造型的营销手段也让消费者觉得新鲜。前不久,伊利高端冰淇淋品牌“须尽欢”推出“3D团扇鲜牛奶冰淇淋”,以古人纳凉解暑用的团扇为灵感,采用“3D成型技术”形成熊猫和鸟雀的立体雕花。不仅如此,棒签还做成词牌形状,刻上经典诗词句,走起“国韵”路线,让不少消费者大呼精致:“吃个雪糕也吃出了浓厚的文化底蕴。”

老字号推新口味

不仅大牌食品企业紧盯冰淇淋雪糕市场,北京稻香村、六必居等老字号也纷纷发力,推出各种添加传统食材的新口味冰淇淋。

最近,北京稻香村零号店新摆出一款京味儿二八酱冰淇淋,芝麻酱和花生酱的融合,衬托出老北京特色的经典味道,吸引了不少消费者前来尝鲜。“二八酱是咱们老北京特色,没想到这还能做成冰淇淋。”上市当天,市民李先生成了第一批“吃螃蟹的人”,“温度不一样,质感也不同,还是一样好吃。”

在六必居天猫旗舰店,两款新近上市的“黑蒜冰淇淋”和“黑芝麻冰淇淋”也成了部分消费者的选购目标。“大蒜爱好者狂喜”“第9次买了,停不下来啊”……评论区里,尽管不少人吐槽10杯199元的价格“不接地气”,但还是有许多消费者对新口味冰淇淋点赞。

在旺顺阁餐厅,菜单上新添的芝麻酱冰淇淋也让不少前来就餐的食客感到新奇,熟悉的传统味道,竟然变成冰凉绵密的口感。“不少顾客抱着试试看的态度尝鲜后就喜欢上了,有时候点餐的时候会碰到老顾客给同桌人推荐的情况。”店里工作人员介绍说。

消费升级加速迭代

近几年来,奥雪的“咸蛋黄冰淇淋”、各家公园和博物馆的文创冰淇淋等花式冰淇淋,相继在社交平台走红。不过,在短时间内成为爆款的冰

淇淋,也容易迅速走向平淡。随着各家品牌纷纷发力,冰淇淋市场也加速迭代升级。

最近,钟薛高上新的“加纳黑金”和“酪意成双”冰淇淋,又一次刷新冰淇淋的价格天花板。在品牌天猫旗舰店,前者售价256元8支,后者售价176元2盒,仍然分别收获了月销量超过700支和70盒的业绩。

除了价格水涨船高,冰淇淋里叠加的元素也越来越多,芋泥、生椰、杨枝甘露、红茶等甜品和饮品界的热门单品都开始进入冰柜,一些品牌还将益生菌、胶原蛋白、谷物、膳食纤维等元素加入雪糕。最近,

光明推出的“谷风”系列雪糕中就融入了藜麦、枸杞、灰枣、青稞、桑叶等养生食材,田牧则上线了面向糖尿病患者、孕妇、控糖和运动人群的零蔗糖冰淇淋。

中研普华产业研究院发布的《2022—2027年冰淇淋行业市场深度调研及发展策略咨询报告》显示,我国冰淇淋市场正以每年20%~30%的速度不断飙升,目前市场规模已经位居全球第一。

食品产业分析师朱丹蓬认为,冰淇淋品牌在新造型、新口味、新概念上下功夫固然重要,稳定的品牌风格、过硬的产品品质,仍然是赢得消费者的基本功。(杨天悦)



北京稻香村举办“首届端午文化节”

本报讯 李佳 端午将至,今年北京稻香村深耕传统节日文化食俗,将开展“北京稻香村首届端午文化节”,在端午文化节期间,除了售卖特色粽子产品以外,还计划举办“粽‘艺’安康”千人DIY粽子等多项互动活动,通过讲好端午故事、传播文化信息、助力北京消费季、打造具有京味儿特色的传统美食文化名片。

近日,北京稻香村东直门店各式各样的粽子产品已经陆续摆上了柜台,丰富的口味为即将到来的端午时节增添了浓浓的节日氛围。一排排精美的

粽子礼盒更是十分亮眼,简约大气的“粽情端午”礼盒、国潮风格的“粽情香约”礼盒、竹篮造型的“北京香粽”礼盒,不仅寓意着幸福美好,更是端午佳节亲朋好友之间相互拜访,传递祝福的首选礼物。

现煮粽子近几年走俏端午市场,今年,北京稻香村的端午产品似乎都在传达着一个“鲜”字,今年计划向市场推出15万个现煮粽子。

在位于东四北大街的北京稻香村零号店内,现煮的粽子正在锅里冒着热气,不少顾客正在等待现煮粽子出锅。

除经典的小枣、豆沙口味外,新品梅菜鲜肉粽子也在门店现煮售卖,新品梅菜鲜肉粽子米中有菜,菜中有肉,酱香浓郁而不腻口,是粽子产品中非常独特的新风味。正在购买现煮粽子的一位顾客表示:“现煮粽子以前只买小枣、豆沙馅的,今天过来买时发现还有新口味,就想买几个回去给家人尝尝。”

除了吃粽子,“消病强身食五毒”也是端午时节的传统习俗。而今年北京稻香村在售卖“五毒饼”礼盒的同时,还在部分门店特别增设了“现烤五毒

饼”,热乎乎的五毒饼新鲜出炉,受到了许多顾客青睐。

为迎接端午节的到来,北京稻香村还推出了节日限定糕点“平安饼”和“吉康饼”,寓意着“端午安康”。同时为了应景儿临近端午的“考试季”,北京稻香村特别推出了“状元饼”礼盒,包装配有状元帽封套,饱含了对莘莘学子和奋斗者的祝福。另外,今年北京稻香村还特别推出了一款“定胜糕”,产品设计来源于北京古建筑中德胜门的造型,浓郁醇香的枣泥核桃入馅,兼具美味与美好祝愿。

东城区再添 “逛吃”打卡地

本报讯 李瑶 马婧 近日,位于东直门的北京来福士中心“舌尖鲜采 Raffles Park”正式开街,超过4000平方米的空间汇聚了各色风味美食,为消费者带来新的“逛吃”打卡地。

今年,北京来福士完成对B1层的空间改造及品牌焕新,新亮相的“舌尖鲜采 Raffles Park”区域备受关注,大量绿植环绕水晶莲底座,并向四周随意延伸,自然区隔出多个不规则空间。从楼上俯瞰,就像大厨呈上的白色餐盘和其中的缤纷美味。

除了环境更加清新,食客们在口味上也有了更多选择。不规则空间构成的中岛美食区,外围用于各色美食的展示和售卖,内里则是就餐区。

在商业空间改造升级和北京消费季的带动下,“舌尖鲜采 Raffles Park”今年元旦试运营以来,门店增加了近50%,客流量环比提升了10%,销售额环比提升了45%。

麦当劳复古 快闪店将亮相

本报讯 王萍 30年前,北京第一家麦当劳王府井餐厅开业。近日获悉,5月23日,新王府井餐厅将会变身复古快闪店,复刻30年来消费者熟悉的场景。

据了解,1992年4月23日,北京麦当劳王府井餐厅正式开业。王府井餐厅开业当天接待了4万多名顾客,麦当劳叔叔也成为不少北京市民的童年记忆。从1992年麦当劳王府井首店开始,北京市民逐渐开始接受柜台点餐取餐的快餐模式。2005年,充满京味儿的招呼语“喜欢您来”,从北京扩展到了全国。

麦当劳中国首席执行官张家茵表示,麦当劳在北京的30年,是跟随中国经济社会发展进程共同成长的30年,也是在探索中不断发展与进步的30年。

截至目前,麦当劳在北京有超过400家餐厅。在绿色环保方面,目前,麦当劳中国已有超过1300家获得LEED认证的绿色餐厅,规模居亚太之首。其中,北京获LEED认证的餐厅数量超过100家。

北京麦当劳高级总经理姜燕礼介绍称,5月23日,新王府井餐厅将会变身复古快闪店,复刻30年来消费者熟悉的场景,展现城市变迁下,麦当劳30年来不变的陪伴。餐厅将以迷你时光博物馆的形式展出北京麦当劳30年大事记和怀旧纪念物,见证与时代的同频共振。