

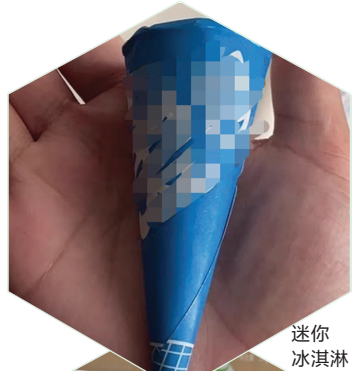
# 一顿一袋大米,一口一个冰淇淋…… 食品界刮起“迷你风”

“一顿一袋”的迷你装大米,小杯装的迷你奶茶,一口一个的甜筒冰淇淋……最近,市场上刮起了“迷你风”,日常食物包装得更加精致小巧,并多以“健康”“绿色”为营销点。现代快报记者探访南京市场发现,这类迷你食物还真不少,受到了单身人士和健身减肥人士的青睐。

现代快报+ZAKER南京记者 吕洁 季雨 文/摄



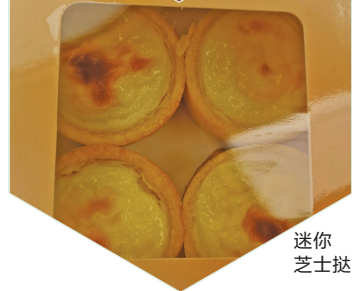
迷你奶茶



迷你冰淇淋



迷你装大米



迷你芝士挞

## 迷你包装大米,一顿一袋刚刚好

南京的商场里,有不少迷你类食物放到了货架上。一口一个的小芝士挞,一口一个的小冰淇淋……其中一款袖珍包装的大米引人注目。大米被真空包装成了方方正正的形状,拿在手里仿佛是一个小方盒子。包装介绍上显示净含量为300g,售价为9.9元。“这么小一袋,只够吃一顿吧?”逛商场的吴女士和同伴被吸引过来。吴女士拿起来,用手掂了一下,笑着说:“我家里人多,吃一顿肯定不够,适合一个人或者两个人吃,倒是不浪费。”

据售货员介绍,这款大米摆上货架有一段时间了,有的年轻顾客对小包装感到好奇,会买,但年龄偏大的顾客买得不多,“现在这种小包装挺流行的。”

现代快报记者从网购平台搜索“小包装大米”,跳出来的商品包装

各异。“一餐一袋”“锁香保鲜”“再也不担心剩米剩饭”等成了营销点。从买家点评来看,不少人称赞小包装大米口感更好,有的则觉得开袋就能吃光,十分方便。“我自己一个人住,用这种小包装很方便。”“一顿一袋,再也不担心米生虫了,还会回购的。”“一次一袋刚刚好,干净卫生”……不过,也有人觉得虽然吃着方便卫生,但比普通包装的大米价格贵一些,不适合常买。

## 迷你奶茶、迷你冰淇淋都是瘦身女孩的最爱

除此之外,现代快报记者发现,商场冰柜里的冰淇淋有不少品牌也开始走“迷你风”。一口一个的冰淇淋奶球,能包裹在手心的小甜筒……在新街口附近的一家超市里,某知名冰淇淋品牌的一款迷你甜筒受到顾客青睐。冰淇淋是一整盒卖的,售价13.5元,里面有10支小甜筒,放到手掌里,小小的一支。有顾

客笑着说:“很袖珍了,一口就能吃掉。”两名大学生告诉记者,感觉这种小冰淇淋吃起来挺精致,而且买一盒可以和朋友分着吃,不会担心吃太多发胖。

以往,商家售卖的奶茶通常是500ml或者700ml,还有的奶茶店将分量加到了1000ml/杯。多数情况下,一些顾客很难喝完满杯。因此,一些想要减肥的女生常常面临两难选择:抵不住奶茶的诱惑,但喝完又觉得有满满的“负罪感”。

最近,有奶茶店顺势玩了一个“心机”——同样的分量,把一杯变成两杯销售。以某品牌奶茶为例,儿童节推出了迷你杯,主打“一份奶茶两杯可爱”的概念,11元钱可买两杯波霸奶茶,13块钱可买两杯“柚心动”了。记者探访时发现,有不少女生慷慨解囊,和姐妹一起分享。记者和朋友买了一份,发现除了杯身比之前小了一半,口感并无差别,但是喝完,既解了馋,又不觉得撑得慌。

## 专家点评

### 市场需求、商家逐利共同促成迷你产品

小包装商品变得非常普遍,可以从两方面说起,一是市场有需求,二是商家有利可图。

东南大学经济管理学院副教授浦正宁分析,单身群体人数的增多,带火一人份的消费需求,催生单人型消费经济。一人量的商品成了新宠,成为一种新兴的消费现象。另外,就是现在大家主推的健康生活理念。在这个时候,商家顺势推出独立小包装产品,个人在消费的时候,对健康带来影响的“负罪感”会小一些,同时也符合按量摄取、光盘行动的号召。当然,从商家的角度来说,制作迷你产品也是一种聪明的营销策略。小包装产品的单位定价和利润会更高,所以,商家就喜欢做这样的产品。从长远角度来看,也便于商家推广新品,刺激消费者尝鲜。

公益广告

给  
……  
舒  
……  
得

舍復得舒 方为「舒」

中宣部宣教局 中国文明网

GREEN  
绿色生活, 低碳出行



中宣部宣教局 中国文明网