

春天的第一支雪糕上线

## 今年，“雪糕刺客”会隐退江湖吗？



近日，曾被网友调侃为“雪糕刺客”的雪糕高端品牌钟薛高，发布售价3.5元/支的雪糕新品Sa'saa，被称为“钟薛不高”。今年“雪糕刺客”会隐退江湖吗？4月7日，现代快报记者探访南京雪糕市场。

现代快报+记者 徐梦云 文/摄



这个春天的网红雪糕，不是“雪糕刺客”

夏季还没到来，但是大家对于雪糕的热情已经高涨起来了。短视频平台发起的#春天的第一支雪糕#视频挑战，话题已有5.9亿播放量。不少网友晒出了自己的雪糕，其中4月6日发出的一条香蕉扒皮雪糕视频点赞87.5万，评论4.8万。这支雪糕是雀巢笨nana，外形酷似香蕉，可以剥皮吃，吃起来有香蕉和苹果两种味道。零售价为3元左右，已经上线十多年了，因外形可爱、价格便宜，被网友们称为雪糕中“战斗糕”。评论区不少网友晒出了雪糕九宫格，有玉米、香蕉、爱心、兔子等可爱造型，还有各种夹心的雪糕。

在依衣廊一家雪糕店，十个冰柜都已经满满当当。店员告诉现代快报记者，今年的消费旺季还没到来，还有些品种没有到货，“因为前段时间，南京的温度比较低，所以雪糕销量还没上来。”她介绍，今年比较火的新品是德华魔巧巧克力，巧克力外皮，中间夹着巧克力曲奇颗粒，里面还有巧克力流心酱，售价5元一支。

记者在某平台搜索发现，与之相关的种草笔记超1300篇，不少网友表示，相较于动辄几十元的“雪糕刺客”，还是这种价格亲民的雪糕吃起来更安心踏实。

此外，伊利一款荔枝味冰淇淋也深受网友喜欢，售价为6元左右。不少网友种草因为这款雪糕的价格和味道，“不是‘雪糕刺客’，喜欢茉莉味。”“谁能拒绝这个一口流心的冰淇淋呢？”采访中，记者注意到，线上讨论和线下销售热度较高的雪糕，普遍价格在5元左右。

今年，雪糕价格定位将更多元

日前，钟薛高发布了售价3.5元/支的雪糕新品Sa'saa。据悉，钟薛高新推出的雪糕产品有4种口味：牛奶、巧克力、红小豆、绿豆。新推出的雪糕产品售价低是因为原料含乳量减少。钟薛高新推出的雪糕产品内部代号为“钟薛不高”，钟薛高推出平价新品引发热议。

2023年的雪糕市场出现了有趣的场景：钟薛高向左，传统雪糕玩家向右。今年以来，和路雪、雀巢、伊利等头部品牌均有调价消息传出，终端上调幅度在0.5元—1元不等，区域强品牌推新价格多集中在5元—7元。另一方面，3元—5元价格带产品依然是今年冰淇淋市场的主流，且10元以上高端新品并不多见。

中国绿色食品协会绿色农业与食物营养专业委员会发布的《中国冰淇淋雪糕行业趋势报告》显示，我国冰淇淋市场保持增长态势，市场规模在2020年达到1470亿元，2021

年超过1600亿元，稳居全球第一。

根据《中国冰淇淋雪糕行业趋势报告》数据，在目前的消费市场上，3元—10元/支售价雪糕占比61.04%，10元—20元/支售价雪糕占比21.04%，20元以上/支售价雪糕占比5.7%。可以看出3元—10元售价区间占比最高，这也直接反映出该区间内产品是当前雪糕产品市场的主力消费产品。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为，虽然现在还没到雪糕的销售旺季，但是他对整个市场持看好态度。“因为新生代人口红利不断叠加，同时今年各行各业消费复苏，尤其是旅游业，雪糕的消费场景变得更加多元化，所以今年雪糕会呈现全方位多元化竞争趋势。”朱丹蓬将雪糕市场的竞争分为三大阵营，分别是欧美品牌，国内乳业企业，比如蒙牛、伊利，还有新晋网红品牌，如钟薛高。

钟薛高推出的平价雪糕，口味由AI建议，名字是AI起，包装由AI设计。对此，他认为雪糕成为AI周边，钟薛高力推这个概念，更多是在讨好Z世代年轻人，增强产品与年轻人之间的互动性。不过，3.5元的这个定价，会让钟薛高的消费者觉得，自己之前是不是买贵了。因此，他认为，钟薛高目前的新品定位存在一定风险。

今年是否还会出现“雪糕刺客”呢？朱丹蓬认为不能排除有品牌为了标新立异，推出高价。



今春雪糕已上线

## 虎头局南京“出局”，新餐饮品牌路在何方

近日，社交平台上有博主爆料，新中式点心品牌“虎头局渣打烘焙”（以下简称“虎头局”）大量门店停业。4月7日，现代快报记者探访了解到，虎头局在南京的两家门店均已歇业。近年来，虎头局、墨茉、五爷拌面等多个网红新消费品牌接连传出欠租、欠薪、拖欠供应商货款甚至大规模闭店的消息，引起了广泛关注和讨论。为何这些餐饮品牌会面临如今局面，网红新消费品牌的未来在哪？

现代快报+记者 杨晓冬 蔡梦莹

4月7日记者探访发现，位于南京某商场内的虎头局门店已撤店  
现代快报+记者 蔡梦莹 摄2022年11月，记者探访虎头局位于雨花台区的门店  
现代快报+记者 季雨 摄

“虎头局”南京两家门店均已歇业

在社交平台上搜索“虎头局”一词，仍能看到不少博主推荐其招牌点心的笔记，也有许多博主发布“怎么闭店了”的讨论。

作为新中式烘焙品牌代表的“虎头局”，2019年成立于长沙，2022年8月中旬进入南京市场。虎头局在南京共有两家门店，分别位于雨花台区和秦淮区的人气商场内。去年11月26日，现代快报记者曾探访了雨花台区一家综合性商场负一楼的门店。相比于刚开业时大排长龙的火热，当时这间门店内只有三两顾客，显得有些冷清。市民马先生告诉记者，今年3月初一个工作日的饭点时间，他曾路过虎头局位于新街口一家商场内（秦淮区）的门店。“店里有各种糕点，闻着很香，但买的人不多，我也就路过了看了一眼，没买。”4月7日下午，现代快报记者来到这一门店发现，虎头局已经撤柜，现场竖起了提档升级的围挡。附近一家鞋类品牌柜台工作人员告诉记者，一周前，虎头局就已撤柜。周边一家化妆品柜台工作人员向记者透露，大概半个月前（3月中下旬），他们店里已经没有员工在了，只有柜台和招牌等。

记者在某点评网站上看到，虎头局在南京的两家门店已显示“歇业关闭”，网友评价停留在4月3日。热衷于美食探店的余女士也向现代快报记者证实：“上周去虎头局（雨花台区某商场）的时候，柜台空的，店里也没有人了，写的是设备升级。”截至记者发稿时，虎头局在南京的两家门店的电话均无法接通。

根据天眼查App显示，4月4日，成都虎头局餐饮管理有限公司新增一条被执行人信息，执行标的

约48万元，执行法院为成都市金牛区人民法院。针对在全国多个城市门店关停的消息，有媒体称，7日下午虎头局相关人士回应：是有门店受到影响，正在努力恢复中。

网红拌面品牌在南京仅剩一家门店

近几年，中式面食品类也不断涌现各种网红品牌。2022年初，五爷拌面宣布其总门店数突破一千，一下子成为餐饮界热议的话题。4月7日，记者在该品牌官网门店分布上可以看到，江苏省列有2家门店，1家位于南京市建邺区，1家位于南通启东市。但从某点评网站可以看到，这2家门店均已歇业关闭。

在团购平台上可以看到，五爷拌面在南京曾有7家门店记录，分布在鼓楼区、玄武区、建邺区、江宁区、雨花台区等地的商业广场和街区里。不过，目前只有一家位于南京南站地下商业空间内的门店仍然营业中。4月7日下午，现代快报记者联系上该门店负责人。“我们是加盟的，开业半年多了。”至于其他门店的经营状况，他了解不多，只说可能是房租原因导致闭店。

专家：网红品牌要发展，不能单靠流量营销

细观近两年新消费品牌发展，大家仿佛连上了互联网基因，都开始上演融资烧钱大戏。在流量思维的惯性下，国潮门脸、中点西做、流量为王、烧钱扩张。拿虎头局为例，2019年，虎头局在长沙蔡锷南路开出首店，面积仅53平方米，便创下了单月127万元的历史最高单店营收纪录，可谓是当之无愧的网红消费品牌。巅峰时期，在全国10座城市开了超80家自营门店，现如今却

仅剩37家门店在营业。还有墨茉点心局、五爷拌面、陈香贵等餐饮品牌，也接连传出欠租、欠薪、拖欠供应商货款甚至大规模闭店的消息。

“近几年，受到宏观环境的影响，经济市场恢复较为缓慢，对这些新消费品牌带来的市场压力还是比较大的。”在网经社电子商务研究中心特约研究员、新零售专家鲍跃忠看来，除了受到市场整体影响外，不少新消费品牌企业还存在一个潜在的通病，在拿到风险投资后，往往会忽略企业成本，迎合当前消费升级化的需求，做一些华而不实、额外化的投资，进一步加重企业后续的经营难度和成本。同时，餐饮赛道门槛不高，产业上下游供应链成熟，连锁品牌与夫妻小店都有生存空间，再加同质化严重、经营模式相同，这些都为新消费品牌发展带来一定的困难。

随着市场经济的稳定恢复，餐饮消费类品牌也逐渐迎来春天。对于新消费品牌未来发展，鲍跃忠建议，品牌在发展过程中，不要盲目追求华而不实的外表，无论门店装潢再精美，消费体验再升级，消费者到门店不希望吃到的是一份没有“灵魂”的食物；同时，做好差异化发展，不能单靠营销手段，还要加大研发投入，定期推出新品吸引消费者，好才是增强消费者复购率关键，是品牌长久发展之计。

“一些创新品牌本身管理能力不足，管理一两家店还可以，但如果管理几十家到上百家店，创始团队的短板就显露出来了。”鲍跃忠表示，资本人局助力加快品牌的品牌化、连锁化发展，但只有加强企业团队自身管理能力，才能在漫长的成长之路上，与品牌一同前行。



扫码看视频