

天气越来越热,冰淇淋也迎来销售旺季。不同于往年一支动辄二三十元起的价格,“雪糕刺客”今年已鲜被提起,冰淇淋似乎又回到了“5元时代”。6月3日,现代快报记者走访南京多家商超发现,不少超市已不再卖钟薛高,2~5元的冰淇淋重新成为消费主流。

现代快报/现代+记者 刘赞 尹翼星 文/摄



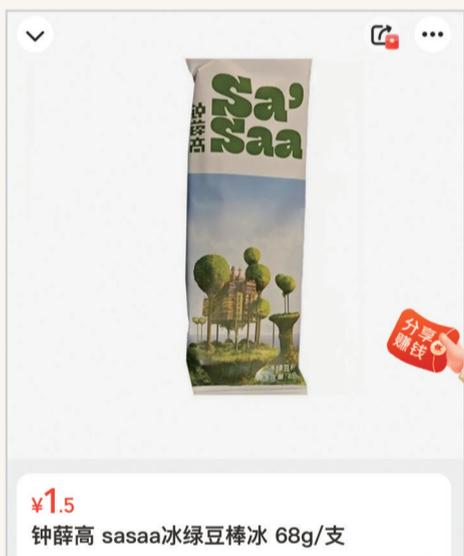
扫码看视频



南京1912商圈的冰淇淋价格



钟薛高的专用冰柜,如今摆满其他品牌的冰淇淋



外卖平台上钟薛高绿豆棒冰只要1.5元

调查

钟薛高卖不动了,“雪糕刺客”没人提了 冰淇淋回归“5元时代”

钟薛高降价,哈根达斯、梦龙等打折促销

最近,钟薛高降价的话题频上热搜,有网友表示,以前最贵五六十元一支,现在就一两块钱,有种被骗的感觉。

前几年,钟薛高通过网红造势的方式,硬是把国产雪糕卖到60元,2021年钟薛高的销售额因此突破10亿元。此后,多个品牌纷纷效仿,“天价雪糕”也如雨后的春笋般冒出,如32元一个球的五粮液冰淇淋、53元/盒的獭祭冰淇淋、59元/盒起步的茅台冰淇淋等。

然而热度过后,消费者回归理性,再加上去年钟薛高因欠薪频上热搜,后

又有股份冻结的消息传出,于是开始低价甩卖,钟薛高这是卖不动了?

现代快报记者发现,今年以来,钟薛高开启降价模式,从刚刚上市时售价五六十元降至10~20元,某外卖平台甚至有售4元/支的牛奶棒冰、1.5元/支的绿豆棒冰。5月28日晚,钟薛高创始人林盛开播卖起了红薯。直播间背景上,“钟薛高老林直播卖红薯”和数字“729”都非常惹眼,林盛表示,它代表了729个被欠薪、拖欠赔偿金的在职员工和离职员工。当晚,直播间还上架四款

钟薛高,其中一款丝绒巧克力冰淇淋,售价112元12支,平均每支不到10元,远低于日常18元一支的价格,但未出现疯抢局面;另一款售价106元的组合装钟薛高,售出100+;售价112元的24支小雪糕,显示已售58。

降价的不只是钟薛高。在哈根达斯天猫旗舰店,原价250元的81g×6小杯装多口味组合,折后价仅129元,平均每杯21.5元,几乎是半价销售。某外卖平台上,梦龙冰淇淋也打折出售,低至5.6元/支。

买的人少,有商超不再进货钟薛高

高价冰淇淋还有人买吗?当天下午,现代快报记者在南京管家桥附近一家超市看到,最便宜的是一款伊利冰淇淋2.6元/支,最贵的梦龙树莓夹心冰淇淋13元/支,其他冰淇淋价格在5元/支左右。冷柜中已不见昔日的雪糕“顶流”钟薛高。

红庙一家商店的门口虽放着钟薛高的冰柜,但柜内不见“钟薛高”的身影。最贵的冰淇淋不过8元/支,2~5元/支

的占了九成。“以前这个冰柜是专门放钟薛高的,后来买的人越来越少,干脆不进货了。”店员说。

在新街口一家连锁便利店,正在挑选冰淇淋的一名女生表示,她能接受的价格在10元以内,“奶茶店2元就能买一支甜筒冰淇淋,再贵就没必要了。”

珠江路一家烟酒酒店店主表示,店里卖得最好的是6元/支以下的冰淇淋,“贵的冰淇淋,比如钟薛高,现在15元一

支,根本卖不出去。”他说,钟薛高最火的时候炒到几十元一支,那会儿想进货都进不到。

茅台冰淇淋刚上市时,每盒卖到59元、66元,一度被追捧。在新街口一家茅台冰淇淋店,新上市的茅台冰淇淋小巧支有五种口味,每支售价29元,价格相对低了不少。“小巧支已经断货,目前只有66元一盒的,不过买的人不多。”店员坦言。

消费者不买账,高价雪糕销量降了

近年来,钟薛高负面舆论不断。天眼查显示,2024年4月钟薛高食品(上海)有限公司因未按时履行法律义务,被丹阳市人民法院强制执行900万余元。2024年2月,钟薛高食品(上海)有限公司也曾因同样的原因,被上海市嘉定区人民法院强制执行81.81万元。

艾媒咨询数据显示,中国消费者对冰淇淋单价的接受度普遍为3~10元(不含10元),这一占比高达70.9%。而

2015年到2020年,中国冷饮平均单价整体上涨了30%。财报显示,2023年联合利华冰淇淋营收79亿欧元(人民币约603亿元),基本销售额增长2.3%,销量却下降6%。受此影响,前不久联合利华宣布将剥离冰淇淋业务。

国民品牌冰淇淋凭借相对亲民的价格和丰富的口感,顶住了压力。伊利2023年财报数据显示,冷饮产品本期实现主营业务收入106.88亿元,同比增长

11.72%。蒙牛2023年冰淇淋业务收入虽然增速放缓,但也保持7%的增长,达到60.3亿元。此外,甄稀作为新晋冰淇淋品牌,已经连续三年增速超过60%。

中研研究院出版的《2023—2028年中国冰淇淋行业深度调研与发展趋势预测报告》显示,消费者对于产品的口味和种类需求也更加多样化,更倾向于消费一些安全健康、营养美味、方便快捷的冰淇淋和冷冻冷藏食品。

专家

提供符合消费者需求的产品是关键

钟薛高等高价网红冰淇淋为啥卖不动了?盘古智库高级研究员江瀚认为,随着冰淇淋市场的不断发展和新品牌的涌现,消费者的选择范围变得更广泛。网红冰淇淋和高端冰淇淋价格普遍较高,初期确实吸引了大量消费者的眼球,但随着时间的推移,消费者开始追求更多元化的选择,也更关注价格与品质、口感之间的平衡。如果价格过

高,而品质或口感并没有明显的优势,自然很难吸引大量消费者。

江瀚认为,钟薛高如今打折销售确实可以在一定程度上吸引消费者的眼球,但并不能完全扭转局面。如果想重新获得消费者的青睐,除了打折,还需要在品质、口感、健康等方面进行改进和提升。

当然,提供符合消费者需求的产品

也是关键。江瀚表示,冰淇淋品牌应该深入了解消费者的口味偏好、健康需求和个性化需求,并据此推出符合市场需求的产品。在加强品牌宣传的同时,不断创新和推出新品是保持竞争力的关键。“冰淇淋市场变化迅速,品牌需要不断创新和推出新品来满足消费者的新鲜感需求,这可以通过研发新口味、新配方、新包装等方式实现。”

公益广告

给
……
舒
……
得

舍得给予 方为「舒」

中宣部宣教局 中国文明网