

哈尔滨冰品“出圈记”上篇

编者按

“今年冰棍、雪糕等冰品销量同比增长50%。”哈市一家大型连锁超市统计显示,今年以来冰品销售量增长迅猛,并呈现价格亲民、新品竞妍的特点。让超市负责人有点意外的是,在激烈的竞争中,地产品牌非但没有受到攻势猛烈的外地品牌蚕食,其旗下产品甚至比往年更受市民游客欢迎。

记者在采访中发,作为哈尔滨食品产业的一个重要分支,冰城冰品企业借势哈尔滨“出圈”效应,在积极接住流量、巩固流量基础上,目前已趁势而上展开新布局——通过研发、营销等的进一步投入,来开拓市场、壮大自身。有历史、求创新、谋发展的哈尔滨冰品品牌,在看清自身优势后选择差异化赛道,正演绎着自己的“出圈记”。



【最正宗的玛迭尔哈尔滨必打卡！】
在旅行记忆最深处 有一种旅行攻略
是用了个本地人 带你去最正宗的玛迭尔 带你去最正宗的
会吃冰棍在其他千万条大街的玛迭尔中
新据哈尔滨市区地方特色甜品店5楼一层的玛迭尔冰棍
新味 物有所值的冰棍店
到中央大街玛迭尔冷饮店外 玛迭尔冰棍 玛迭尔冰棍 玛迭尔冰棍
玛迭尔冰棍 玛迭尔冰棍 玛迭尔冰棍 玛迭尔冰棍 玛迭尔冰棍

玛迭尔冷饮厅成网红打卡地。

玛迭尔推出的多种口味造型的文创冰棍。

冰品销量屡创新高、传统冷饮厅焕发新生、口味创新集中上市……

本土品牌“笑傲”冷饮市场

■实习生 魏诗睿 本报记者 李佳琪 刘首辰文/摄

提起冰城哈尔滨你会想到什么?是铺着面包石的百年老街、香气四溢的西餐,还是美轮美奂的冰雪建筑?今夏以来,在社交平台上,哈尔滨的地产品牌冰品也“出圈”了——不仅成为本地人追忆过去、抒发情怀的载体,更成为外地游客品味冰城、了解哈尔滨文化的“城市符号”。

连日来,记者走访哈市玛迭尔、老鼎丰、南极、源茂、完达山等本地品牌冷饮店了解到,随着哈尔滨旅游持续火爆,各品牌冰品产品在社交平台“曝光度”攀升,销量大涨。

本地品牌推出的新产品成为时下市场“爆款”,更挤入很多游客来哈打卡的私人“必吃榜”。



游客选择琳琅满目的哈尔滨地产品冰品。



顾客在完达山旗舰店门口排队购买冰淇淋。

不尝尝感觉“白来一趟” 吃本地冰品成哈尔滨旅游必打卡项目

“来旅游前曾在小红书上向‘红薯’们征集过哈尔滨的吃喝玩乐项目,好多人向我推荐‘一定要吃哈尔滨的冰棍、雪糕’。”浙江游客“小星”来哈尔滨的第一站便去了中央大街,她的目的很明确——逛百年老街、吃玛迭尔冰棍。记者了解到,“吃哈尔滨的冰棍”是不少游客来哈尔滨的必打卡项目。“不光是黑龙江人推荐我吃冰棍,还有很多IP是外地的网友也在向我推荐,我感觉不吃哈尔滨的冰棍真是白来一趟。”

“买冰棍要排长队,头一次遇到,真火啊!”近日,记者在中央大街玛迭尔冷饮厅门前的冰棍销售处看到,窗口前排起了长队,两个销售人员一个负责收款一个负责付货,不断有工作人员过来“补货”。一名操着外地口音的游客买了一塑料兜冰棍,挤出排队的人群,冲着同伴说:“可算买到

了,快来尝尝。”在玛迭尔冷饮厅门前不仅有排队等着买冰棍的,还有举着冰棍和冷饮厅、中央大街合照留念的游客。

“朗姆味的冰糕还有没有了?”“这一袋我们四个人能吃了没?”“没座位了边走边吃吧”……在道外区中华巴洛克历史文化街区的老鼎丰店内,无论是中式糕点区还是冷饮区,每张桌都有顾客放着、拿着老鼎丰的冰品、雪糕、冰棍成了进店顾客的必吃品。“进入夏季冰品销量很大,尤其是近期到店游客比较多,他们喜欢‘拿着手机点单’。”记者注意到,不少外地游客通过在网上查找攻略,搜索网红冰品,对照着点单。刚拿到雪糕、冰棍首先拍照打卡、发社交圈,几乎成了统一“流程”;还有一些“会吃”的游客,买来老鼎丰的糕点蘸着冰糕吃,让人“大开眼界”。

老牌“网红”主打城市记忆 顾客埋单背后有渴望更有情怀

南极冷饮厅工厂店,虽位于“有点偏”的清滨胡同内,但每天依旧有不少市民带着回忆来此消费。记者在现场看到,店内冰柜里陈列着冰棍、雪糕、冰点等款式各异的冰品,其中最受欢迎的就是球形雪糕。

“听老人说,二十多年前,南极冷饮厅靠着新颖的球形雪糕,一天销售额最多能卖2万元。”现场一位老顾客说。据南极冷饮厅运营总监滕子飞介绍,南极冷饮厅成立于1946年4月,成立之初为“南记冰棍厂”。“上世纪80年代,南极冷饮率先采用‘前店后厂’模式,对门店进行了装修,并增加休闲区域,营业面积扩大到580平方米,并命名为‘南极冷饮厅’。店里销售冰点、冰淇淋、冰棍、牛羊肉大串、俄式酸奶、糖葫芦等产品,这一经营特点在当时是一个创举,吸引了大量消费者。”

2019年至2021年,由于市场等因素,南极冷饮厅短暂停业。目前,这座中华老字号冷饮厅正通过战略与产品创新重新回归市场。“哈市有4家店面,分布

在群力、南岗区域。以清滨路工厂店为例,经过近几年重新布局与沉淀,消费者在陆续回流。今年7月,这个店创下了自2021年年底重新开业以来单月销量新高,销售额达10万元。”滕子飞说。

“小时候每逢假日,父母就领我去南岗松雷楼下的南极冷饮厅吃上一口雪糕,那是当时的‘网红’门店。”市民李先生如今已成家,8岁的孩子也特别喜欢吃冷饮。市面上冷饮厅、奶茶店很多,但他时常带孩子来到南极冷饮厅,让孩子也尝尝“老哈尔滨”的味道。记者了解到,市民记忆中的“南极烤串”,目前企业正通过合作方式,来恢复生产经典产品。

在道里区西七道街,有着近80年历史的源茂冷饮厅,即便毗邻“强敌”玛迭尔冷饮厅,冰品销售额依旧能达到日均万元左右。“这么多年我们始终就这一个店面,所以很多上了岁数的老顾客来消费,品尝当年的冰点、冰棍等老味道产品。”哈尔滨市源茂冷饮有限公司总经理马希光说。

品牌单店一天能卖6万支冰棍 奶企争相尝冰品“火出圈”滋味

“我们冷饮厅今年夏天冰棍的销量,与去年同期相比增长了20%。因为原先的销售基数比较大,这其实是一个很可观的数字。”哈尔滨玛迭尔集团冷饮经营生产部食品安全总监刘盈慧告诉记者,今夏来哈旅游的游客络绎不绝,玛迭尔冰棍作为游客们“品味冰城”的重要冰品,人气居高不下。本地人喜欢老口味、外地游客打卡尝鲜,让“老冰棍”销量不断提升,一个冷饮店一天卖出的冰棍数以万计。“冰棍日均销量能达到3万至4万支,最高单日销量达到过6万支。”

看好冰品市场潜力和旅游带动效应,奶企也早早入局。

“去年冬天哈尔滨旅游带火了烟囱面包,很多游客拿着面包来买我们冰淇淋,我们索性自己推出了‘烟囱面包冰淇淋’。”黑龙江省乳此新鲜科技投资有限公司中央大街旗舰店店长王世

研称,中央大街的完达山旗舰店推出“烟囱面包冰淇淋”后,每天来门店排队的人更多,由于烟囱面包货量有限,每天“烟囱面包冰淇淋”都会出现“卖断货”的情况。“除了‘烟囱面包冰淇淋’外,我们的茶缸冰淇淋、冰淇淋蛋筒等都是大家排队购买的对象。”

今夏地产冰品销量突增,奶企万宝也感受到了。哈尔滨万宝娟娟牛奶基地有限公司冰品生产分公司总经理张冰岩称,万宝宝延续了新纳人旗下“南极”品牌过去“前店后厂”的经营模式,但市场需求量持续增加,原有产量已无法满足市场。“今年‘南极’冰品销量同比上涨10%,早在去年12月,我们就上线了冰品新生产线,提高了冰棍以及切片冰糕的产量,为销量进一步提升打下基础。”

优质奶源和地产老品牌“加持”,让奶企进军冰品市场底气十足。

冰城冰企不守旧敢创新 新产品层出不穷,抢占消费细分赛道

自去年冰雪季火爆“出圈”以来,大批国内外游客涌入哈尔滨。本地老品牌冰品企业并不“倚老卖老”,积极创新开发新产品,在不失城市老味道的同时,还增设新口味冰品产品,迎合时下消费者的喜好。

在玛迭尔冷饮厅销售柜台前,传统经典香草、咖啡口味最受欢迎,“经典口味经久不衰,是因为我们前店后厂的经营方式,可以保证每根冰棍的新鲜程度,以及‘甜而不腻,冰中带香’的口感。”据哈尔滨玛迭尔集团相关负责人介绍,1969年至2023年底,玛迭尔经典口味冰棍累计售出1.4亿支。为了满足更多消费者的口味追求,目前玛迭尔还推出了芒果、酒酿桂花、荔枝甘露、香草枫糖、黑加仑等近10款新口味冰棍。“最近几年我们还成立了工作室,除了研发新口味外,还创新开发文创系列产品,在传播城市文化的同时,也满足消费者打卡需求。”

在老鼎丰靖宇街店,冰柜里不仅有传统朗姆口味、原味冰糕,还有近期企业新研发推出的威化奶油冰淇淋、奶茶雪糕、草莓雪糕、

乳酸菌冰糕等。“老鼎丰冰糕的包装很有年代感,可以舀着吃、啃着吃、切块吃,奶香很浓,一点也不腻。”顾客张女士说。老鼎丰市场部部长朱晓宇告诉记者,老鼎丰在新产品研发过程中,会进行多次的市场调研,并针对不同人群进行试销品尝,“我们通过找各个年龄段的顾客品尝,根据反馈进行原材料及配比的调整,以达到最优效果,这个创新过程我们是非常谨慎的。”朱晓宇还表示,冰品产品库存冷冻时间越短,口感越新鲜,如果新产品市场反响不好,会导致库存积压,产品便不好卖,“今年老鼎丰共推出近10款新产品,市场反馈都不错。”

此外,南极冷饮厅近一年以来也陆续推出了十余款新口味、新样式的冰糕以及冰点产品。源茂冷饮厅在去年底推出了索菲亚建筑样式的冰棍、冰点等文创新品。完达山中央大街旗舰店店长王世研也表示,目前企业总部已经组建成立了产品研发部门,通过自主研发和第三方合作形式来开发新产品。层出不穷的本地新产品,在抢占消费细分赛道上,让本地冰企在激烈的市场竞争中逐渐站稳了脚跟。