



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,冰品销售量增长趋势迅猛,并呈现价格亲民、新品竞相争妍的特点。与此同时,在激烈的竞争中,地产品牌冰品市场非但没有受到攻势猛烈的外地品牌蚕食,旗下产品甚至比往年更受市民、游客欢迎。记者在采访中发现,作为哈尔滨食品产业的一个重要分支,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,讲述着自己的“出圈记”。



## 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 本土品牌笑傲冰城冷饮市场

□实习生 魏诗睿 本报记者 李佳琪 刘首辰 文/摄

今夏以来,在社交平台上,哈尔滨的地产品牌冰品“出圈”了——不仅成为本地人追忆过去、抒发情怀的媒介,更成为游客品味冰城、了解哈尔滨文化的“城市符号”。

连日来,记者走访马迭尔、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,各品牌冰品在社交平台曝光度攀升、销量大涨。地产品牌推出的一些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”。

### 吃本地冰品

#### 成游客“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‘一定要吃本地冰棍、冰糕。’”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、吃马迭尔冰棍。

记者了解到,“吃本地冰棍”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安利,感觉不吃哈尔滨的冰棍真是白来一趟。”小星说。

“买冰棍还要排长队,头一次遇到,真火啊!”近日,记者在中央大街马迭尔冷饮厅门前的冰棍销售处看到,摊位前排长队的人群,冲着同伴说:“可算买到了,快来尝尝。”在马迭尔冷饮厅门前,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人。

在道外区中华巴洛克街区附近的老鼎丰店内,记者看到,不少游客通过网上查找攻略,搜索网红冰品,对照着点单。刚拿到雪糕、冰棍,先拍照打卡,发社交网站,几乎成了统一流程。也有一些会吃的游客,买来老鼎丰的糕点,蘸着冰糕吃,让人大开眼界。

### 品牌奶企争相入局

#### 单店一天卖6万支冰棍

“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%。由于原先的销售基数就比较大,因此更显现出一个很可观的数字。”哈尔滨马迭尔集团冷饮经营生产部食品安全总监刘盈慧告诉记者,今夏来哈旅游的游人络绎不绝,马迭尔冰棍作为游客们品味冰城的重要美食,人气居高不下。本地人喜欢老口味、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可以数以万计。刘盈慧说:“冰棍日均销量能达到3万到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



部分图片由受访对象提供

带火了烟囱面包,很多游客拿着面包来买冰淇淋,我们索性推出了‘烟囱面包冰激凌’。黑龙江省乳业此新鲜科技投资有限公司中央大街旗舰店店长王世研称,“烟囱面包冰淇淋”推出后,每天来门店排队的人更多了,由于货量有限,每天都会出现卖断货的情况。

今夏地产冰品销量突增,奶企万家宝也感受到了。哈尔滨万家宝娟娟奶牛基地有限公司冰品生产分公司总经理张冰岩称,万家宝延续了新纳入旗下的“南极”品牌前店后厂的经营模式,“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。今年,‘南极’冰品销量同比上涨了10%。”

### 老牌“网红”主打城市记忆

#### 顾客埋单背后有渴望有情怀

南极冷饮厅工厂店,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到这里进店消费。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两万元。”现场一位老顾客说。南极冷饮厅运营总监滕子飞介绍,“目前南极冷饮厅在哈市有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,消费者正在陆续回流。今年7月,这个店创下自2021年年底重新开业以来单月销量新高,销售额达10万元。”

“小时候每逢假期,父母就领我去南岗的南极冷饮厅,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。虽然市面上各色冰淇淋产品,以及冷饮厅、奶茶店很丰富,但他时常带孩子来到南极冷饮厅,让孩子尝尝“老哈尔滨”的味道。记者了解到,大众记忆中的“南极烤串”,目前企业正通过合作方式来恢复。

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”马迭尔冷饮厅,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,很多时候都是上了岁数的老顾客来消费,品尝当年的冰点、冰棍等老味道冷饮产品。”哈尔滨市源茂冷饮有限公司总经理马希光说。

### 冰城冰企不守旧敢创新

#### 新产品层出不穷

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

业没有“倚老卖老”,而是积极创新开发新产品,在不失城市“老味道”的同时,增设新口味冰品产品,迎合更多游客以及消费者的喜好。

在马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。”据哈尔滨马迭尔集团相关负责人介绍,1969年至2023年底,马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,目前马迭尔还推出了吕宋芒果、酒酿桂花、杨枝甘露、香草枫糖、黑加仑等近10款新口味冰棍。“最近几年,我们成立了工作室。除了研发新口味外,还在创新开发文创系列产品,在传播城市文化的同时,满足消费者打卡需求。以酒酿桂花为例,冰棍以马迭尔宾馆为造型,醴糟占比50%至60%,并加入浓郁的桂花增加冰棍芳香,突出醴糟醇美口感。因其脂肪含量低于0.01,特别适合减肥人士食用。”

在老鼎丰靖宇街总店,冰柜里不仅有传统奶妈口味、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、乳酸菌冰糕等品种。“老鼎丰冰糕的包装很有年代感,可以舀着吃、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,老鼎丰在新品研发过程中,会有多次的市场调研,并针对不同人群进行试销品尝。“由于冰品产品库存冷冻时间越短,口感才越新鲜,所以目前我们的冰糕等产品,生产后5天内就能到达消费者手中。”

此外,南极冷饮厅近一年以来陆续推出了10余款新口味、新样式的冰糕以及冰点产品。去年底,源茂冷饮厅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开发新产品。

哈尔滨冰品“出圈记”上篇