



话剧《四世同堂》

2022.7.11-12 周一/二  
淄博大剧院·歌剧院

**晨报调查**  
0533-3585000

# “雪糕刺客” 到底刺中了哪里

## 记者调查揭秘雪糕“升值”密码



超市理货员正在整理雪糕。

顾客们正在商量购买何种品牌的雪糕。

7月7日迎来小暑节气。俗话说：大暑小暑，上蒸下煮。一年中最热的时候即将到来，与天气一起火热的，还有新热词“雪糕刺客”。未标价的它们以其貌不扬的外表，潜伏在便利店商场冰柜的诸多雪糕中，当顾客随意拿起去结账，却在价格上受到“暴击”。这些未明码标价的高价雪糕被称为“雪糕刺客”。

从钟薛高等“雪糕贵族”被全网“围剿”，到“雪糕文学”创作火爆，“雪糕刺客”着实为今年的盛夏添了一把火。“雪糕刺客”的背后有着怎样的消费逻辑？淄博的雪糕市场又怎样？对此，大众日报淄博融媒体中心记者进行了调查。

### 贵得离谱 “雪糕刺客”遭全网调侃

6月30日，家住淄博市张店区的张女士到附近一家连锁便利店购买雪糕，看着冰柜中琳琅满目的雪糕，她最终挑选了一支草莓口味的。

“付钱时吓一跳，普普通通的一支雪糕卖16.5元，价格太贵了。”张女士吐槽道，她犹豫再三，最终还是将雪糕放了回去。

张女士的遭遇在网上被称为“雪糕刺客”。

6月中旬，一名抖音女博主心碎到含泪买了160元一盒的高价雪糕，从此，“雪糕刺客”成为比这个夏天还要“热”的词。7月6日，截至记者发稿时间，抖音短视频平台“#雪糕刺客”的话题已有29.1亿的播放量，众多网友纷纷在网络上晒出自己曾买到过的“雪糕刺客”，钟薛高、懒祭、须尽欢等“雪糕贵族”称为评论热点，由此还引发了“雪糕文学”创作热潮：

“有的雪糕就在那儿，可你就不敢买。《有的‘糕’》”“你敢想吗？一包平平无奇的雪糕要好几十块，而我只要5毛！《我不是‘糕’神》”……众多网友通过改编文学名著和影视剧台词，表达对如今雪糕价格高得离谱的不满。

通过走访调查，记者发现，淄博的雪糕价格比较平稳。在张店主城区部分街边便利店和几个大型商场，雪糕品类齐全，从便宜的5毛一支到十几元一支的都有，商场和大型超市里以售卖十几到几十元的高价产品为主，诸如梦龙、哈根达斯等，并且每个品牌都单独售卖，基本上都是明码标价。但在部分小便利店，

未标价售卖雪糕的情况确实存在，其中有不少售价在10元以上的雪糕。

记者在淘宝等电商平台搜索发现，钟薛高淘宝旗舰店中曾售价68元一盒的“杏余年”雪糕虽已下架，但在个别售卖“高档”雪糕的店铺，这款雪糕价格已经翻倍，售价竟高达210元一盒。在走访中记者也发现，很多零售和批发商在进货时都会刻意避开那些贵得离谱的雪糕，其原因就是“价格太贵买的人很少”。

### 高颜值+达人种草 “雪糕刺客”一路割“韭菜”

部分雪糕价格过高，有的市民表示“挑个雪糕，玩的就是心跳”，也有市民表示“不敢买没吃过的雪糕”。雪糕“推陈出新”，并不是所有人都“欣然接受”。

艾媒数据显示，2022年，网友对单个雪糕的接受价位在3到5元之间的，所占比例为37%；其次是5到10元之间，占比为33.9%；而接受价位在10元以上的仅占18.1%。

而据业内人士透露，目前一支高端雪糕，毛利率高的可超过60%，与新式茶饮毛利率相当；平价雪糕毛利率则在25%左右。

“现在这些雪糕，花样百出，不像我们那个时候老冰棍就是最好的，再贵点的就是绿豆类的雪糕，清凉解暑还好吃，现在我也还是喜欢买这两种雪糕来吃。”调查中，65岁的李光林在接受记者采访时表示。

据记者调查统计，中老年群体对雪糕更偏爱大众品牌，而青年群体则较为偏爱网红品牌。

“贵一点的雪糕偶尔在朋友的推荐下尝尝吧，吃个新奇，但太贵的我也接受不了。”这是很多中年群体对待高价雪糕的态度。

25岁的公司职员安女士表示，她平常买的比较多的是均价十元左右的明治、梦龙等网红品牌，既可以有多种口味选择，价格也算合理，但当很多人推荐比较贵的雪糕时，她也会买来尝一下。

今年刚刚高考完的小何则表示，一些网红品牌像钟薛高，价格动辄几十块上百块，他偶尔也会尝试。

在追求“食”尚的当下，味美价廉已不再是年轻人的选择，既满足口福，又满足情感和社交需求，才是他们更偏爱的消费理念。这也是近年来雪糕价格“水涨船高”的原因之一。一些雪糕厂家利用此点，通过网络营销推波助澜：冷淡简单的包装风格，高颜值的雪糕造型，植入特定的情感宣讲，这迎合了少部分年轻人的猎奇心理和跟风心态；备受年轻人青睐的达人种草、直播带货，也推高了雪糕的推广成本；通过跨界联名，部分品牌雪糕被“炒”到价格翻倍，“杏余年”就是例子。因此，雪糕价格一路猛涨，消费者也被割了“韭菜”。

“部分雪糕之所以卖得那么贵，更多是因为雪糕本身被赋予了文化、社交属性，满足了部分情感需求等，从长远来看，这类雪糕会红多久还要打问号。”中国食品产业分析师朱丹蓬此前通过媒体表示。

而随着“雪糕刺客”的发酵，清凉一夏的儿时回忆雪糕冰块又被曝出卫生问题，雪莲生产厂家连夜注册新媒体账

号进行紧急辟谣，而广大网友对此事却出奇地一致——力挺雪莲。“#一亿网友在保卫雪莲”的话题也冲上微博热搜，截至7月6日记者发稿，该话题已累计138.2万次阅读量。“现在雪糕价格那么贵，雪莲可不能倒了”“5毛一包简直就是儿时回忆”……众多网友纷纷留言表示对雪莲的支持。可见，高价雪糕并不是人人都买账，在这些“雪糕贵族”的阴影之下，人们还是更钟情于物美价廉的产品。

### 禁止价格欺诈 让“雪糕刺客”不再伤人

雪糕价格“水涨船高”，原材料价格上涨是重要原因，但其中，也有一些不法厂家打着高品质原材料的幌子在浑水摸鱼。

食品商务网公布的数据显示，2008年至2020年，雪糕原材料牛奶、淡奶油等成本上涨了大约80%。今年上半年，国内食品行业原材料涨幅比较明显，预计短期内食品企业的成本仍会高位运行，可能明后年才会出现比较明显的好转。另外，冷链运输也较普通物流运输成本高出40%到60%。

同行竞争甚至跨界竞争，也是高价雪糕层出不穷的原因。

天眼查数据显示，我国目前近4.5万家雪糕相关企业，今年以来已新增3000余家雪糕相关企业。此外，随着“雪糕赛道”的人局者增多，连白酒企业茅台、老字号醋企恒顺等都跨界生产雪糕，售价从十几元到五十元不等。

不断创新的雪糕确实给消费者带来了多元选择，满足

了不同群体之间个性化消费需求，一些“网红雪糕”“雪糕贵族”的确拉近了人与人之间的社交距离，但当网红品牌营销风口过去，人们实际消费水平与高价格并不匹配时，高价雪糕也就失去了竞争力。

全国消费经济学会学术委员会副主任洪涛认为，相关部门应适度对部分高价雪糕给予最高限价，在根据市场需求推陈出新的同时，也应鼓励更多的低价优质产品流向市场。也有业内专家认为，企业应以消费者口碑和产品质量作为推陈出新的出发点和落脚点，创新应该建立在提高产品性价比的基础之上。

《价格法》第十三条规定，经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、规格、价格等有关情况。而一些不法商家，为了牟取暴利随意给雪糕定价，也导致了个别雪糕价格奇高。

“雪糕刺客”也引起了国家有关部门的重视。国家市场监督管理总局公布了《明码标价和禁止价格欺诈规定》（简称《规定》），并已于7月1日起实施，规定经营者在标价时应当真实准确、货签对位、标识醒目等。《规定》称，交易场所标价模板不符合本规定的，由县级以上市场监督管理部门责令改正，可以处三万元以下罚款；情节严重的，处三万元以上十万元以下罚款。

让“雪糕刺客”无处遁形，是炎炎夏日里期盼清凉的人们共同的愿望。

大众日报淄博融媒体中心记者 孙良栋 见习记者 黄文姣 通讯员 高嘉璐