

消暑“三件套”今夏价格亲民

1.7元能买两根雪糕,10元奶茶不稀奇,瓶装水“卷”到地板价



YMG全媒体记者 杨健
摄影报道

入伏以来,港城气温持续升高,消暑降温的饮品销量逐渐走高。记者近日走访我市多家超市、零售点和饮品店发现,无论是传统的瓶装饮料和雪糕,还是年轻人喜欢的奶茶,这个夏天都不约而同地下调售价,走亲民路线,部分瓶装水和雪糕单价更跌破1元。市民今夏降温解渴开销又能省不少。



1.7元买两根,雪糕告别“高价”时代

7月14日中午,在芝罘区金象泰·温馨家园拼多多驿站卸完最后一件快递后,出了一身汗的快递小哥孙新剪,在隔壁的小超市买了2根“冰工厂”奖励自己,但这两支雪糕,只花了他1.7元。“看见门口有八五折优惠,就和驿站管理员拼了个单,价格确实便宜。”

打九折甚至八五折,已经是这个夏天烟台雪糕零售点的常规操作。在楚凤一街一家冷饮店,不同价位的雪糕分门别类地放在冰柜中,1元雪糕区腾出的空间最多。“卖得最多的是小布丁和冰工厂,单价都是1元钱,绿色心情卖得也不错,价格也不贵,多买我给你打九折。”店主告诉记者,自己一天中卖出的大多数雪糕,单价都在3元以下,有不少大品牌还推出了老冰棍、橙汁冰棍等低价品牌,吸引“80后”顾客消费。记者逐一查看发现,店里所卖的雪糕价格普遍在1-3元,3-5元间的有8款,

超过5元的则只有3款。

即便是稍贵的冰激凌,今年卖得好的也多半是可爱多、八喜、伊利火炬、蒙牛随变、和路雪等平价品牌,单价基本在3-5元。与之相呼应的,则是往年动辄几十元的“雪糕刺客”(流行语:指价格昂贵的雪糕)集体退潮。记者在芝罘区某大型商圈看到,以往紧守着扶梯口“C位”的钟薛高柜台,已经悄然不见。今年3月还在售卖的46元一个的茅台冰激凌也已下架。

《2022-2027年中国雪糕行业市场全景调研与发展前景预测报告》显示,网友对单个雪糕的接受价位在3-5元,占比为37%;其次是5-10元,占比为33.9%;接受价位在10-20元的合计为16.3%;接受1-3元价格的占比为11%;20元以上的接受度仅为1.8%。去年,中国雪糕行业市场规模超600亿元,但市场“掐头去尾”的态势愈发明

显,高端网红产品已经逐渐失去了消费群体,而烟台市民的选择也和全国趋势一致。“我能接受的一般雪糕价格不超过5元,几十元的网红雪糕也买过尝了个鲜,但说实话,味道没有啥区别。”正在买雪糕的市民胡女士告诉记者。



10元随便挑,网红奶茶咖啡都很亲民

比雪糕降价更猛的消暑单品,或许是奶茶。

在芝罘区万达广场霸王茶姬门店,数十杯正等待打包的奶茶一字排开,店内等待取茶的顾客络绎不绝。但直接扫码下单者并不多,更多顾客是在拼多多、京东、美团等平台上购买了打折后的消费券。“我买的伯牙绝弦和万里木兰的套装,两大杯30元,比直接在店里下单省了10元钱。我室友还‘蹲’到过28元两大杯的福利价。”正在前台购买茶饮的大学生黄怡告诉记者。

从2022年到2024年,烟台网红奶

茶价格经历了过山车式的降价:2022年初,网红奶茶“告别30元”都能上热搜,而今,标价20元的奶茶,凑单10多元甚至10元拿下都不稀奇。“今年‘6·18’电商购物节不少平台都推出了我们家的券,单杯价格比市价一般要低3-5元,近一个月以来有大量顾客前来核销,加上气温升高,销量的确增加了。”店员告诉记者。

喝奶茶的还是那些人,但顾客可选择范围却更广了,这或许是今夏奶茶亲民的主要原因。记者调查发现,去年喜茶、奈雪、霸王茶姬、乐乐茶、茶百道等20家连锁茶饮品牌门店数,从2022

年底的7.8万家扩张到了2023年的10.4万家,增速达32.5%。其中,安徽、四川、山东、江西、河南成为新开奶茶店最密集的省份,市场竞争的激烈,在价格上体现得尤其明显。

比起奶茶,咖啡更早进入了“10元时代”。在永旺梦乐城瑞幸咖啡门前,店员主动拿着二维码向过往市民推销,部分产品每杯9.9元的低价,让不少年轻人都驻足买上一杯。而在电商平台,9.9元的消费券几乎随时可得,尽管“降价”多半集中在含果汁、牛奶的品类上,但解暑提神的“性价比”仍然很诱人。

9元一大桶,9.9元一包,瓶装水一直在“卷”

真正把消暑饮料“卷”到地板价的,当属瓶装水。

在吾悦广场家家悦超市,临近收银台的醒目位置,摆放着堆成小山的各类瓶装水。其中,5升装的大桶农夫山泉,售价为9元;550毫升×12瓶装的一整包,售价12.8元。而350毫升×12瓶的怡宝矿泉水,一整包促销最低价为9.9元,相当于每瓶只要0.82元。

“今年瓶装饮料市场‘卷’得很惨烈,很多品牌为了占领市场,都推出了

1元的促销产品,抖音、拼多多等平台上的价格甚至更低。”一位瓶装饮料经销商告诉记者,去年,全国软饮市场规模达9092亿元,其中包装饮用水仅零售渠道就卖出了2150亿元,未来市场仍是经销商必争之地。

而另一个显著变化,则是碳酸饮料和含糖饮料的销量持续下滑,主打无蔗糖的瓶装茶、气泡水等吸引了更多市民消费。在北马路米亮超市,店员告诉记者,每天冰柜里“上新”最多的就是东方

树叶900毫升的三种无糖茶。“一般情况下每隔1个小时就得补一次,青柑普洱卖得最多,乌龙茶和茉莉花茶也不愁卖。”

而在瓶装茶饮消费方面,更具性价比的大瓶装受市民偏爱。记者走访华润万家、家家悦等超市发现,900毫升的大包装瓶装茶,单价在6-8元,而500毫升传统包装则只能特价促销,部分非主流品牌的550毫升普洱茶,甚至打出了5元2瓶的促销价格,市民“抄底”选择无疑更多。

暑期书店人气旺



本报讯(YMG全媒体记者 宋晓娜 摄影报道)暑期来临,各大书店和城市书房迎来了络绎不绝的人流,成为市民和孩子们热衷的去处。

连日来,记者走访了我市多家书店,发现每一家书店都人气爆棚。走进位于芝罘区的新华书店,一股清凉之气扑面而来,让人瞬间感到舒适与惬意。人们或倚靠在书架旁,或坐在舒适的椅子上,手中拿着书籍专注地阅读着,让人感受到浓浓的书香氛围。

带着孩子的王女士告诉记者:“暑假里,孩子在家总是看电视、玩游戏,书店环境又好又凉快,带他来这里既能纳凉,又能培养阅读习惯,一举两得。”

今年读大三的小刘正在备战考研,她说:“书店里氛围好,有学习的环境和动力,是我暑假复习备考的最佳场所。”

在新华书店负一层的教辅区域,各个书架前都挤满了选购书籍的家长和学生。孙女士说:“假期里,提前给孩子购买新学期的书籍,让他提前预习,这样开学后能更好地跟上老师的教学进度。”而另一位家长则说道:“孩子主动要求来买相关书籍,想要合理安排假期时间,做好学习规划。”

厚安社区 暑期武术公益小课堂开课



本报讯(YMG全媒体记者 王鸿云 通讯员 孙晓飞 摄影报道)丰富社区青少年的暑期生活,传承中华民族传统武术文化,日前,芝罘区东山街道厚安社区携手烟台鲁东武术院共同开办了“传承武术精神,弘扬民族文化”暑期武术公益课堂。此次活动为社区的小朋友提供了一个学习传统武术、强身健体的平台。

活动伊始,教练们以生动的语言,讲述了中国武术的辉煌历史。从古代武侠的传奇故事,到武术在中华文化中的重要地位,每一个细节都让孩子们听得津津有味,对武术产生了浓厚的兴趣。教练们特别强调了“止戈为武”“以武会友”的武术真谛,引导孩子们正确理解武术。

课堂上,孩子们跟随教练的指令,一丝不苟地练习着每一个动作。从基础的拳法、腿法到逐渐复杂的套路演练,再到实战技巧的初步尝试,孩子们在汗水中磨砺意志,在挑战中不断成长。