

威海雪糕迈进“1.5元时代”

本地冷饮企业“不敢涨价”，主打的“香蕉”雪糕19年未涨价

本报记者 冯琳 李彦慧

气温渐高，冷饮走俏。5月3日，记者走访市区多家冷饮摊发现，不少雪糕今年身价上涨，涨幅达三成至五成。巧克力棒、红豆类、绿豆类雪糕去年还售价1元，今年都已涨到1.5元。业内人士认为，雪糕涨价多是被人工费用和原材料、运费“逼上梁山”。然而，威海当地冷饮企业却陷入了“想涨不敢涨”的纠结中。威海市民喜爱多年的“香蕉”雪糕自1993年上市后，19年未涨价，仍售5角钱一支。

主打雪糕大多1.5元，冷饮摊主称进价高了

记者走访了威海市区多家冷饮摊，1.5元的雪糕已成为主流冷饮，1元雪糕的种类很少，几乎没有0.5元的冷饮在售。在纪念路一家超市内，多达20种冷饮中，仅有3种是售价1元的，其余均为1.5元甚至更高价。

在大世界步行街附近的一家冷饮店，当记者质疑雪糕涨价后，店家拿出一本报价单：“今年都贵了，你看哪还有1块钱的雪糕？”在这张报价表上，雪糕类的冷饮都是1.5元起价，最贵的一种售价6.5元。店主说，巧克力棒、红豆类、绿豆类等冷

饮由去年的1元一支涨价为1.5元一支，蒙牛的“随变”雪糕也由去年的2元涨到今年的2.5元。

实验中学附近一家冷饮摊的摊主则告诉记者，“今年雪糕涨价幅度不小，没办法，谁让进价都高了。”



市民正在选购雪糕。见习记者 赵辉 摄

市民质疑涨幅大，业内回应或因“定价取整”

“为什么冷饮一涨价，就5毛5毛的涨呢？”市民张女士提出疑问，即使厂家成本增多，也可以循序渐进地涨价，何必一下涨5毛那么多呢？

据一位本地的冷饮生产商分析，冷饮业一直以来的定价都是按照取整规则。“冷饮多是零售，价格向来都是以0.5元或1元为单位的，即使售价本身有

差别，零售商在出售时也会采取‘四舍五入’的原则，自动将其取整。”

海滨路一位多年经营冷饮产品的摊主说，雪糕在今年“集体涨价”之

后，一般不会降价了，如果该产品因为涨价而销量变差，厂家可能会优化该产品或取消该产品而推出新品，而不是选择降回原价。

相关链接

威海人的雪糕“回忆”

对于在威海土生土长的我来说，童年记忆里，“香蕉”、“红宝”、“冷狗”、“草莓”、“哈密瓜”、“脆皮”等鹏程主打产品堪称经典。在工资及物价普遍很低的1993年，“香蕉”雪糕“霸气”地打出0.5元/支的价格。那时，对于6岁的我来说，它甚至是奢侈品，我每周都会争取测验考到90分以上，这样妈妈才会给我买3支“香蕉”雪糕，做为对我的奖励。

如今，25岁的我找遍威海各冷饮摊位，却很难觅“香蕉”雪糕的踪迹，只有少数冷饮摊仍在出售，许多冷饮摊因为利润太低都不愿意进货。而记忆中的“红宝”、“冷狗”早已停产多年，“草莓”、“哈密瓜”也经历过优化创新，但与当年的风味已完全不一样了。说起来，还真有点物是人非的感觉呢。

(讲述人 冯琳)

本地冷饮企业硬撑：“香蕉”雪糕19年未涨价

在威海人的记忆中，威海当地企业鹏程冷饮产的“香蕉”雪糕一直很受欢迎。记者了解到，“香蕉”雪糕自1993年上市以来，一直售价0.5元，19年从未涨价。

鹏程冷饮一位于姓负责人介绍，“香蕉”在1993

年—2000年期间曾盛极一时，销量大且口碑好，批发商及零售商都很愿意进该产品。可是近年来，随着伊利、蒙牛等大品牌进军冷饮界，开发了大批新产品而占领了市场，“香蕉”的需求量下降。即使原材料、人工费用等都在涨价，但因怕失去市场，所以一直不敢涨价。

“通常一款雪糕的存活时间只有几年，很快就会被新品取代。而‘香蕉’雪糕今年已经19岁了，我们企业对它充满了感情，可现在还在还售5角钱，我们真的是在赔钱生产。其实每个企业都会有一款或几款赔钱产品，不是为了赚钱，是因为市场需求的无法割舍。”

“香蕉”雪糕、“草莓”雪糕等是否会跟风涨价？鹏程冷饮仍持观望态度。“我们不敢跟风。和大企业相比，我们还不跟他们打价格战。即使利微甚至无利可图，也只能先撑着，实在撑不下去时再考虑涨价。”鹏程冷饮一位负责人说。

0.5元→1元→1.5元：冷饮价格“三级跳”

在老威海人眼中，冷饮价格的进化过程可谓经历了“三级跳”。80后的王先生回忆，上世纪90年代，雪

糕的价格基本维持在5角左右；本世纪以来至两年前，还是1元钱的雪糕当道，多数品牌的平价雪糕

都是1元；可是这两年，雪糕价格多跳至1.5元，尤其是今年，冷饮摊出售的雪糕多数都是1.5元一支。“雪

糕的0.5元时代、1元时代已经脱离了大众视线，如今，雪糕有进入1.5元时代的趋势了。”王先生感叹道。



鹏程牌香蕉草莓雪糕。