

平价雪糕去哪儿了？

本报记者 孙吉正 北京报道

“雪糕刺客”成为了今年夏天的热词。近日，多地监管部门出手，整治部分超市及便利店雪糕价格标示不清、未标

示雪糕价格、高低价位雪糕混放等现象。

7月13日，北京市朝阳区市场监管局对便利蜂、Seven-Eleven、物美多点、京东便利店等36家便利店进行了突击

检查。截至当日15:00，检查共发现15家门店分别存在不明码标价、货签不对位、不按规定的内容和方式标示价格等违法行为，执法人员责令问题门店立即改正违法行为

，并现场下达《当场行政处罚决定书》。

《中国经营报》记者在走访中发现，与高价雪糕对应的平价雪糕正在逐步消失。就平价雪糕而言，终端商的

经营成本压力、渠道商的毛利、厂家的市场费用等多方因素，使得平价雪糕在终端市场的生存空间被挤压。“平价雪糕生产商面临着高成本、低回报的压力，但从消费

者需求来看，平价雪糕仍旧是绝大部分消费者所需要的，如何生存和经营下去，是这些中小企业需要直接面对的问题。”品牌营销专家路胜贞表示。

渠道争夺

追寻平价雪糕的消失过程，就不得不从供应链说起。

在大部分人的童年记忆中，平价的老冰棍、小布丁等雪糕是炎热夏季的好伴侣，但不知不觉中，这些记忆逐渐消失在超市、便利店中，取而代之的是各类高价雪糕。这时很多人不禁疑问，当年的5毛一只的雪糕都去哪儿了？

记者了解到，追寻平价雪糕的消失过程，就不得不从供应链说起。在很多人的记忆中，夏天的童年都是跟着父母去雪糕批发店购买一大包雪糕，这些批发价的雪糕可以说是物美价廉，但不知不觉中，这些雪糕批发店开始逐步消失了。

一名曾经营过雪糕批发店的李红（化名）告诉记者，批发店主要的成本是房租和电费，由于顾客人来人往，不停地开关冰柜很容易导致雪糕融化，所以所有的冰柜都必须开到最低的温度。

“商业用电1.5至2元一度电，必须24小时开着，一台300升的冰箱一个月的电费都要三四百元，批发的雪糕单个毛利有时候只有几毛钱，再加上现在线上一做活动，比批发价还便宜。所以如果平均每个冰柜卖不出几十只雪糕，连基本的房租、电费都挣不出来，所以很难再继续这种业态了。”李红表示。

伴随着雪糕批发店的逐步消失，雪糕的终端渠道开始更集中地向便利店、夫妻店、超市

集中，但在这些终端市场，品牌的竞争日益激烈。早年间，和路雪率先打出了交押金送冰柜的方式，使得很多商店在冰柜中摆放的雪糕存在排他性，随后，其他的品牌也陆续跟进和使用该方式，甚至很多品牌愿意给终端商贴补冰柜的电费，这就使得平价雪糕尤其是小厂家的雪糕正逐步失去在零售终端渠道的竞争力。

“之前确实有专门运送雪糕的冷藏货车，现在基本都是品牌的渠道商去运作这些事，这本身就使得之前很多小厂家丧失了分销渠道。”李红说，小厂家基本都是靠各种关系找当地一些大品牌的经销商，让他们私下顺带着给自己分销一下产品，这也仅限于一些夫妻店或者个体超市，连锁的商超、便利店基本已经对这类平价的小厂家雪糕“关了门”，因为光“入门费”都是小厂家无法负担的。

值得一提的是，很多网友直呼，当年最贵的蒙牛、伊利现在反而是便利店能买到的最便宜的雪糕了，但近年来绿色心情等为大众所喜爱的雪糕也在悄然涨价。

“蒙牛、伊利、光明的涨价并不是因产品的成本，而是市场升级倒逼企业不得不涨价。”上海博盖咨询创始合伙人高剑锋说，如果这些企业仍停留在之前的价位，那么在消费者心中很快就会将这些产品归入到低端价位，为

了保证其品牌的定位，只能通过涨价来体现，但涨价并不意味企业就会有更多的利润，企业往往会将涨价而来的资金用于更多的市场投放以及建立更为高档次的子品牌。比如，近年来，雀巢的全新品牌“粤新意”等都是瞄准的高端冰淇淋市场。

根据华经产业研究院发布的数据，2018年冰淇淋市场规模达到1243亿元，同比上涨11.98%，但冰淇淋行业产量约为125.8万吨，比上年度仅增产4.3万吨，增幅3.54%。从以上数据不难看出，冰淇淋市场的规模增长并不依赖于消费量的增大，而是消费单价的提升。

有便利店的负责人告诉记者，以市面上目前较为常见的8至10元的雪糕（八喜）为例，品牌方愿意给终端方3成左右的利润，很多时候仅凭单价的利润就是平价雪糕无法比拟的。

综上所述，从流通渠道来看，伴随着大品牌方、资本方在冰柜的摆放权上的争夺不断加码，小厂家、低价雪糕已经在逐渐丧失进入冰柜的权利，甚至蒙牛、伊利的小布丁也只能在线上平台销售。“终端商的经营成本压力、渠道商的毛利、厂家的市场费用，多重因素使得卖方市场放弃了平价雪糕，转而在高价雪糕的道路上越走越远。”中国食品产业分析师朱丹蓬说。

平价雪糕消失了吗？

记者注意到，平价雪糕并没有完全消失在线下渠道。

近日，“雪莲”因13年没涨价登上了热搜。雪莲品牌负责人对外表示，雪莲是市面上最低价的雪糕，一包利润只有5分钱左右。

正因如此，很多网友自发地维护和支持雪莲。知乎上有这样一个问题：“如何看待网友在社交平台上对雪莲等平价雪糕的维护？”一位网友回复称，这不是维护，这是干仗，只有这样我们才有平价雪糕吃。

记者在多个平台搜索发现，仍旧有很多厂家在销售平价雪糕，即便算上冷藏包装以及运费，单只雪糕的价格也仅在1元左右。有厂家的原直销代表告诉记者，近年来随着大包装等原材料价格上涨，这些平价雪糕的利润被压榨得比较厉害，在不涨价的前提下，绝大部分小厂家根本没资金投入市场渠道，因此在电商平台以及个人关系网维护的线下渠道是小厂家生存的稻草。

“成本在不断上升，如果出厂价不涨的话，只能在成本上做文章，比如稀释奶粉的比例，更换相对便宜的包装袋等，但总的来说，平价雪糕几乎没有利润是不争的事实。”上述直销代表说，但真正困扰平价雪糕的还是冷链问题，即便在电商平台，很多厂家也注明仅能在厂家周边的地区或者省份配送，“网上购买的平价雪糕，绝大部分靠的是干冰、泡沫箱等冷藏包装实现冷链运输，因此没有办法实现长距离、长时



记者通过走访发现，仍旧有很多厂家在销售平价雪糕。

视觉中国/图

间的物流运输。”

反观高价雪糕，为了能够让消费者随买随到，其冷链运输成本就显得非常高。据某雪糕此前公开的数据，其冷链成本保持在46%，远高于32%的业内平均水平。

但记者注意到，平价雪糕并没有完全消失在线下渠道。在很多果蔬生鲜店的冷藏冰柜中，不时地还会出现一些5毛一只的雪糕。有渠道商告诉记者，这些雪糕大部分是分销商之前留下的一些私人渠道，在冷藏货车不满载的情况下，可以获得流通的机会。换言之，很多生鲜果蔬的冷藏仓库，依然成为平价雪糕的中转站。这也意味着通过外卖服务，消费者仍旧可以购买到平价雪糕。美团数据显示，7月第一周，山东地区的“雪莲”订单

环比增长152%；浙江人从小爱吃的五丰雪糕，本地线上销量环比增长86%。即便是中街这样已经家喻户晓的全国性品牌，在辽宁地区的销量增幅也达到了106%。

“目前，在大城市的商超、便利店经营成本居高不下的前提下，很多平价商品被剔除卖场之外依然是不争的事实，随着消费市场的增长，不仅仅是冰淇淋，诸如瓶装水、方便面等快消品的低端产品也开始逐步被剔除。”朱丹蓬说，但这并不意味着这些产品就此消亡，诸如白象等品牌虽然常年经营平价产品，但仍旧不时地被消费者提起，甚至引发讨论。我们应该清楚地认识到，即便消费市场不断升级，但平价商品不会真的就此消灭，只是以另一种姿态顽强地生存和发展。

市场催生新职业 考证热将迎规范化管理

本报记者 黎竹 刘旺 北京报道

7月11日，人力资源和社会保障部向社会公示了新修订的《中华人民共和国职业分类大典》(以下简称《大典》)。此次《大典》修订工作，是2021年4月由人力资源和社会保障部、国家市场监督管理总局、国家统计局联合启动的。

日前，人力资源和社会保障部还向社会公示“民宿管家”“家庭教育指导师”“研学旅行指导师”等多个新职业。据了解，这是《中华人民共和国职业分类大典(2015年版)》颁布以来发布的第四批新职业。

业内专家认为，此次新职业的发布折射了市场的新需求，以及在职业教育领域的拓展，相关培训考试及证书也将迎来规范化管理。

上海市委党校副教授杨国庆表示，由权威部门发布新职业既是对职业新形态的一种政策反应，更是一种政策引导。他提到，“现阶段就业压力很大程度上也是供需不匹配造成的。假如没有政策引导，一些新兴领域就会长期人才供应不足，或者处于无序状态，对行业发展造成制约。纳入《大典》，这些新职业就会引起更多相关人士的关注和投入，政府和其他相关部门就可以据此开展学生培养、证书认证和人才培训等，逐步促进职业规范化和规模化。”

新职业需求热

暑期来临，各地的博物馆也迎来了众多中小学生。在国家典籍博物馆的门口，小学生们被金老师(金晓)组织着拍照留念，“金老师”是一名研学旅行指导师。

金晓告诉《中国经营报》记者，“实际上我做这行已经很久了，但最近终于得到了‘官方认可’，这说明未来会有更多的人加入这个行业，这个行业也会被更多的人知道。”

金晓提到的“官方认可”，是指此前人力资源和社会保障部发布的《关于对拟发布机器人工程技术人员等职业信息进行公示的公告》(以下简称《公告》)，对包括“研学旅行指导师”等18个新职业的定义与主要工作任务进行了说明。

《公告》中称，研学旅行指导师指的是策划、制订、实施研学旅行方案，组织、指导开展研学体验活动的人员，主要工作任务包括收集研学受众需求和研学资源等

信息，开发研学活动项目，编制研学活动方案和实施计划，解读研学活动方案，组织、协调、指导研学活动项目的开展等。

金晓指出，这一职业现在非常火热，尤其是假期来临，甚至会出现“供不应求”的情况。同时她表示，自己本身喜欢阅读和旅游，这项工作的场景涉及博物馆、科技馆、野外营地、国内外历史文化景区等，向报名对象讲解各种趣事和知识，感觉每天工作特别快乐。

业内人士张立认为，随着素质教育观念在国内的普及，家长们越来越重视孩子的眼界和视野，研学类体验式教学非常受家长欢迎。“研学旅行指导师自古就有，孔子也算是代表之一。但再一次被大众关注，离不开经济的发展与精神文明需求的提升，随着疫情态势趋好，这一职业肯定会被很多年轻人向往。”

职业发展规范化

随着《大典》的公示，这些新职业及其考试也将由相关部门清晰地确立和界定。

人力资源和社会保障部方面表示，将会同有关部门组织制定或修订相关职业标准，同时面向社会广泛征集新职业标准或评价规范。指导培训机构依据国家职业标准开展培训。专家指出，这预示着该类职业考试的相关乱象将迎来规范化管理。

此前，家庭教育指导师资格考试并不严格，颁发证件单位尚有争议。靳子锋告诉记者，“目前

用户层面(即家长)对这方面的认知变化不大。”

对此，储朝辉建议，此前已经颁发的家庭教育指导师资格未经授权，不合规范。其考证应该由人社部联合相应的权威机构发布，而且要和此前已经颁发的证件作出区分，未来以人社部发布的证件为依据，来对家庭教育相应的岗位和资质进行管理。

人社部有关负责人认为，此次新职业的发布，对于增强从业人员的社会认同度、促进就业创

业、引领职业教育培训改革、推动产业发展等都具有重要意义。随着我国体育事业不断发展，体育经理人这一职业开始走进大众视线，此次也被纳入《大典》。

体育营销专家纪宁对此十分感慨，“从为该职业起名到研发培训体系、建立标准，这一职业未来将推动体育产业进一步发展。”纪宁指出，早前体育经理人在欧美等体育产业发达国家和地区，已是一个很完善的职业化体系，但在国内尚未成熟。目前，在

人才培养上，体育经理人已形成了一套行之有效的培养体系，分为三大部分：一是体育经理人的培训体系，二是体育经理人的测评体系，三是体育经理人的职业服务体系。据了解，体育经理人等级培训与能力测评项目由国家体育总局人力资源开发中心与苏宁体育文化产业(北京)有限公司共同策划筹备、实施。

民宿管家作为18项新职业之一，也引发了大众的好奇。“民宿管家是很好玩也很辛苦的服务职业，区别以往酒店的前台，是以服

“孩子的学习方式和行为习惯都和大人的教育相关。之前孩子不喜欢看书，为了培养她的阅读习惯，我特意咨询了家庭教育指导师，她也帮我想了很多解决方案，现在孩子能够静下心来读完绘本了。”孩子刚迈进小学的家长唐女士提到。

而除了以上职业外，此次人社部还公示了数据安全工程技术人员、数字化解决方案设计师、数据库运行管理员、信息系统适配验证师、数字孪生应用技术员等新职业。

记者注意到，《大典》的一个亮点是首次标注了数字职业(标注为S)，共标注数字职业97个。据悉，数字职业是从数字产业化和产业数字化两个视角，围绕数字语言表达、数字信息传输、数字内容生产三个维度及相关指标综合论证得出。

杨国庆认为，此次发布的新职业既反映国家发展战略新导

向，如数字经济、节能减排等，又反映社会经济发展新动态，如民宿行业、研学旅行等。

他提到，“此次发布的新职业超过三分之一与数字经济相关，反映出国内数字经济的发展战略和蓬勃发展的社会现实。从另外一个角度来看，数字经济人才在全球范围内都是短缺的，加快培养大量数字化人才满足社会需求迫在眉睫。”

数字化转型资深专家蔡建军认为，新职业显示数字化技术正渗透到各行各业，技术与产业正在深度融合。

“后续在高校专业设定、相关职位的培训体系建立、职称的认定等领域需要不断地健全和完善，最终的目标是从角色定义向人才打造再向人才输出最后到价值转化，不断培养数字化人才、提升全社会在数字化中的专业分工，助力数字经济发展。”蔡建军如是说。

务、陪伴和管理为主。但这个职业还未广泛推广，很多人不知道，甚至家人朋友也不理解。”曾做过过民宿管家的刘瀚表示。

刘瀚希望，《大典》修订后，随着相关职业教育的发展，民宿管家能够拥有广阔的职业前景。“我觉得中职的旅游管理与服务专业，就很适合技能型的学生，这是职业教育的优势。理想状态下，他一旦对接到民宿管家这个职业，就应该拥有‘从民宿管家到店长再到合伙人’的职业上升渠道。”