

中国
China
Candy

糖果

零食
快报®

中国糖果零食行业主流传媒

北京龙品锡广告 DM 登记证号:京工商印广登字 20140021 号

2022 年 05 月号

 **全食展®** 全球高端食品展览会
AllfoodEXPO China International Allfood Expo

主办:  龙品锡展览  ufi

时间

8.24-26

地点

深圳国际
会展中心(宝安)

预计规模

10,000 展出面积
平方米

1500 参展企业
余家

12,000 专业观众
人次



本期
前沿

果冻新玩潮重磅来袭



关注《中国糖果》和《零食快报》

《中国糖果》微信公众号 china-candy

2022 年 5 月 8 日印

糖果巧克力胶基糖果冻糕饼蜜饯及零食行业厂商必读 媒体

承办: 北京龙品锡传媒广告有限公司 地址: 北京市丰台区方庄芳城园一区17号楼日月天地大厦B-207室

深

ALLFOOD EXPO

2022 全食展[®] 8.24-26
全球高端食品展 China International Allfood Expo 深圳国际会展中心(宝安)

圳



龙品锡展览
LANDPEACE EXPO



ufi
Member



雪绒冰淇淋布丁

2020迪拜世博会中华文化馆中华美食指定品牌

冻吃 搭吃

冷冻6小时 似冰淇淋

常温搭配燕麦 坚果碎 果酱就是甜品

都好吃



冷冻 6 小时
变冰淇淋风味



招商热线: 15329607176

松川智能包装解决方案

助力包装行业新发展

松川智能开箱装箱码垛解决方案

整线产能：5-20箱/分钟

该生产线结构紧凑，涵盖了智能枕式包装机、机械手开箱、装箱、封箱、码垛等生产流程，适用于各类大规格枕包产品自动化生产。



松川智能高速包装机



TS40吐司包装机

包装速度：25-40包/分



TD200A套袋包装机

包装速度：10-40包/分



ZH200装盒机

包装速度：30-80盒/分





马大姐®

好吃趣味多 家长放心选

海底探秘，一起“趣”寻宝~



招商电话:4008986600

海底小纵队



流心空气糖

化在嘴里，甜在心里！

In my mouth, sweet in my heart!



广州市张氏食品有限公司



招商热线：020-36252039

真美

SINCE 1945

肉真味美

猪肉脯/爆浆烤肉/鸡腿肉



广东真美食品股份有限公司

地址：广东省潮州市潮安区江东镇中横路北美明沟南

电话：0768-6692888

纳米技术 不堵喷枪 糖果防粘上光油/脱模油



防止黏连不会变味让糖果焕发光彩/各种模具彻底脱模



防止黏连

无异味

提升品质

提高
光亮

实力
工厂

保护漆片

CANDY
附在糖果表面起保护作用
增强光泽度并使其靓丽持久



广州市天滋优生物科技有限公司
主营：天然色素、食用香精、复配被膜剂、复配增稠剂
电话：020-8484 4212 手机：易先生 13928756968

本企业通过ISO22000食品安全质量体系认证

“ 好吃的 益生菌糖

Biobor
就是 贝欧宝 ”

10_亿

进口活菌



给肠道加分

无添加

不含人工香精

色素、防腐剂



深圳市金多多食品集团

深圳市福田区福保街道保税區鑫瑞科大楼六楼

招商热线：400 667 9998

全食在线 官网
www.iallfood.com



《全食在线》，由龙品锡传媒主办，是最具国际化视野的中国食品饮料行业权威媒体，线下活动“全食展”，为国际展览业协会Ufi成员，定于2022年6月和8月下旬，分别在北京和深圳举办，总面积将达12万平方米。



www.iallfood.com



产品包装不行 影响卖货吗？

今天大家都在说颜值经济，确实，“颜值即正义”已经成为如今以Z世代为主流消费群体的关键消费偏好之一。似乎在很多食品饮料企业的产品设计中，“卖相越好”就越能卖座，反之则容易被消费者“嗤之以鼻”。由此开启了一场以“颜值”为卖点的市场竞争，许多企业趋之若鹜。但事实上，“颜值包装”卖座，真的仅仅是由于包装“颜值”这样的单一因素吗？恐怕也并非如此！

提到产品包装就避不开椰树椰汁这样一款堪称传奇的经典产品，尽管从“出道”开始包装配色就备受外界争议，但多年来却依旧如故，仍然卖得很好，你能说它不卖座？最近它还在和瑞幸做联名咖啡，也是用的它这种包装风格和配色，毫无意外地又掀起了一波热度。

同样，著名营销专家王海宁在谈到产品包装时也分享过名仁苏打水的例子，放在如今这个包装吸睛已经成为业界常态的今天，虽然有很多人在诟病名仁苏打水的包装太普通了，但是这并不影响它能够卖到三十几个亿。

无论是椰树椰汁还是名仁苏打水，都可以称之为各自细分领域中的佼佼者。虽然他们的产品包装常常被吐槽，但却并不会影响品牌的卖货。因为这样的包装恰恰成了品牌的一种style，然后大家反而能记住它，这也成了它特殊的一个品牌符号。

其实，不难看出，对于品牌来说，难的从来就不是找到一款多么好看的产品包装，关键是需要有辨识度，有记忆点。特别是在今天这样一个颜值经济盛行的时代，当大家的包装都很赞，甚至让消费者挑不出毛病的同时，谁又能保证B端经销商和C端消费者不会陷入审美疲劳呢？

那么，可能有人会说，那我就把包装做得很土、很丑，是不是就更容易成功呢？其实，对于企业来说，包装仅仅只是提升附加值或者说提升品牌知名度的一种外在手段，特别是对于食品饮料企业来说，食品安全、食品健康、食品优质、好吃，才是最为核心的竞争力，切勿陷入买椟还珠的歧

途。此前，天价月饼事件，就是十分典型的反面教材，过度包装实在是透支消费市场和品牌力。

包装设计实际上是为效率去服务的，我们每个人审美都不一样，不可能你觉得好的，别人就一定要觉得好。那么最终目的，产品还是要终端消费者去买单消费的，所以这最终还是要为终端消费者去服务。

因此，这就涉及到产品定位的问题，一款产品的出现一定要明确自己的消费群体，根据不同的消费群体来进行适度的产品包装设计，或许更容易俘获目标消费群体。诸如，此前薯片的大包装，或者软糖的手抓包等，皆是符合了分享、便携等多种场景的消费需求来做包装细分，满足不同消费群体的喜好，反而更容易形成品牌记忆点，这对于初创品牌或许更具借鉴意义。

总之，无论包装美与丑，都能卖货。只是侧重点不同、记忆点不同、消费群体不同，这样或许才能塑造更多更具辨识度和影响力的企业品牌。

A stylized handwritten signature in black ink, appearing to read '朱保威' (Zhu Baowei).

Baowei Zhu
zhubaowei@foodinchina.hk

合作:

中华国际传媒有限公司

Cooperation:

China International Media Co., Limited (CIMC)

Food in China Magazine Office

地址: 香港湾仔骆克道315-321号骆基中心
(大厦) 23楼C座

Add: Flat C,23/F,Lucky Plaza,315-321 Lockhart Road,
Wan Chai, HK

电话**Tel:** 852 53711988

传真**Fax:** 852 31779906

Printer's Name & Address:

China International Media Co., Ltd

Flat C,23/F,Lucky Plaza,315-321 Lockhart Road,
Wan Chai, HK

名誉总编辑: 左德林

Honorary General Manager: Delin Zuo

出品人: 王海宇

President: Allan H.N Wang

总编辑: 祝宝威

General Editor: Baowei Zhu

责任编辑: 赵纵

Senior Editor: Zong Zhao

流程编辑: 陈宇

PROCESS EDITOR: Yu Chen

编辑: 石洋 王萍萍

Editor: Yang Shi, Pingping Wang

发行与客户服务部: 芦巧巧 邵圣林

Circulation Manager: Qiaoqiao Lu, Shenglin Pi

市场部: 周鸣涛 杨昕

Marketing Manager: Mark, Xin Yang

高级美编: 路飞

Senior Art Editor: Fei Lu

美编: 代盼盼 靳彩霞

Art Editor: Panpan Dai, Caiyun Jin

全食在线新媒体: 黄志勇 李青林

Foodweek Editor: Zhiyong Huang, Qinglin Li

中国糖果新媒体: 黄志勇 张雨涵

China-candy Editor: Zhiyong Huang, Yuhang Zhang

零食快报新媒体: 李俊

Candy-news Editor: Jun Li

饮品营销新媒体: 李青林 赵峰

Beverage marketing Editor: Qinglin Li, Feng Zhao

全食展组委会: 李俊 祝宝威 王素苹 秦玲

黄志勇 周鸣涛 刘玉婷 赵峰 马建梅 马增福

China International Allfood Expo Organizing

Committee: Jun Li, Baowei Zhu, Suping Wang, Ling

Qin, Zhiyong Huang, Mark, Yuting Liu, Feng

Zhao, Jianmei Ma, Dallas Ma



2022年5月号 May 2022

登记证号: 京工商印广登字20140021号

日期: 2022年5月8日

Date: May 8th, 2022

- 我司对于来稿有权修改, 一经刊登, 文责自负
- 我司有时选用了部分国内外图文资料, 请作者与我司联系, 以便及时奉上报酬
- 版权所有, 未经许可不得翻印或转载

- We are entitled to revise the received articles and, after the publication we won't undertake the blame.
- We select some materials from other media and please contact with us to gain the contribution fee.
- The copyright belongs to CIMC, to reprint without the authorization is prohibited.

法律顾问: 德润律师事务所 张祥云律师

Permanent Legal Adviser:

De Run Law Firm Xiangyuan Zhang



承办: 北京龙品锡传媒广告有限公司

Advertising: Land Peace Media Co., Ltd.

地址: 北京市丰台区方庄芳城园一区17号楼B座
207室

Add: Suite 207, Building B, No.17, Fangchengyuan,
Fangzhuang, FengTai District, Beijing, China

邮编**Postalcode:** 100078

电话**Tel:** 86 10 59798028 58076838

传真**Fax:** 86 10 58076908

广告代理: 中华国际传媒有限公司

Advertising: China International Media Co., Limited

地址: 香港湾仔骆克道315-321号骆基中心
(大厦) 23楼C座

Add: Flat C,23/F,Lucky Plaza,315-321 Lockhart Road,
Wan Chai, HK

电话**Tel:** 852 53711988

传真**Fax:** 852 31779906

广告查询:

Advertising Contact:

海外市场 (香港) **Hong Kong** 852 53711988

中国市场 (北京) **Beijing** 86 18610298819

商务**QQ:** 1298081067

新浪微博: @中国糖果 @中国糖果零食展

中国糖果微信: china-candy

零食快报微信: candy-news

读者查询**Readers' Hot Line:**

852 53711988 86 10 59798028

E-mail: office@foodinchina.hk

本刊活动

2022全球高端食品展览会

2022年8月24-26日 深圳国际会展中心

2022中国冰淇淋冷食展暨预制菜与生鲜食材展

2022年8月24-26日 深圳国际会展中心

龙品锡中国食品业微信公众号矩阵



中国糖果 (china-candy)



零食快报 (candy-news)



中国冰淇淋 (zgbql1)



全食在线 (food week)



食品资本 (foodcapital)



营销十年 (channelhai)



商标家 (home.tm)



饮品营销 (ypyx1)

10 YEARS IN MARKETING
营销十年
产品简单化 营销精细化

王海宁 著

华夫饼，就选卡侬尼

航天事业合作伙伴

航上好品质 美味回头客 400-111-8488
回头客专注烘焙十三年 www.htkfood.com

马大姐 留年时光

寻回记忆中的年味儿

中国儿童少年基金会

坦白局 抽糖果

好吃·好玩

Milk candy is delicious and fun

招商热线 / 400 050 5927

金稻谷 老酸奶雪糕

常温下是酸奶，冷冻是雪糕。

金稻谷品牌，始于1996年。客服热线:400-883-0038 企业微信:139 2949 2893

上海目易咨询 SHANGHAI MUIY CONSULTING 189 0606 3687 潘老师

部分合作客户

沈博元 合伙人 首席顾问

企业战略顾问 会议招商 品牌营销策划 包装设计

来自中国台湾，两岸知名演讲家、企业培训师、营销KOL、头部媒体特约评论家及品牌策略专家、高级企业管理师，拥有27年海峡两岸的市场营销、品牌策略实战经验，曾任职于：佳能、旺旺集团、金光集团APP金红叶纸业等知名先进企业担任高层等重要职务。

仙之宝 JELLY & PUDDING

更适合孩子的果冻

专注果冻24年 SINCE 1996

服务热线 400-851-6656

休闲食品智能包装 装箱解决方案

佛山市松川机械设备有限公司 销售直线:138 2779 0826

全食在线 官网 www.iallfood.com

扫一扫了解更多

全食展 全球高端食品展 Allfood EXPO China International Allfood Expo

8.24-26 2022 Shenzhen 深圳国际会展中心(宝安)

Contents

中国糖果 零食®
China Candy 快报

目录

卷首语

11 产品包装不行影响卖货吗?

读者

20 零食连锁店全国化、下沉化或将成为常态

编辑之选

22 迪妮司雪绒冰淇淋布丁
冻吃搭吃都好吃

FOCUS

中国糖果 前沿

- 24 果冻新玩潮重磅来袭
- 25 新需求催生新产品，果冻市场迎来“流量密码”？
- 27 是果冻又是冰淇淋，果冻的跨界玩法get到了吗？
- 29 果冻潮品矩阵，一镜到底come on
- 31 多品类、去印象、消费升级……吸引经销商驻留
- 32 做好细分品类，果冻玩潮的下一程走向何方？

中国糖果访谈录

34 《中国糖果》独家专访怡达总经理郭洋
怡达山楂，传承非遗工艺，打造新国潮

食品大讲堂

36 快产品时代，经销商更青睐什么样的产品？



P.24

果冻新玩潮重磅来袭

近两年，果冻三巨头喜之郎、蜡笔小新、亲亲等先后都推出了不同种类的果冻产品，率先收获了一波消费粉丝，其他品牌也“不甘示弱”，果冻跨界、果冻联名、果冻+产品等等都应声而来，果冻的玩法也再次被刷新。那么，果冻都有哪些新玩法呢？又玩出了哪些产品呢？这对于企业来说是一次机遇还是挑战呢？让我们一起走进本期前沿，探讨果冻新玩法为果冻行业带来的变化。



P.34

《中国糖果》独家专访 怡达总经理郭洋

山楂这一品类发展演变至今天，其在休闲零食行业也取得了一定的地位，产品种类也越发的丰富起来，除去本来就有的山楂果丹皮、山楂丸、山楂条等，山楂棒棒糖、巧克力山楂球、酸奶山楂等零食也备受消费者的欢迎。今天，就让我们走进怡达，一起探索山楂之路。

顾问委员会

中国食品专家顾问团：

中国食品土畜进出口商会会长
中国商业联合会副会长
国家食物与营养咨询委员会委员
国务院国资委商业科技质量中心主任
中国副食流通协会会长
中国乳制品工业协会副理事长兼秘书长
中国食品和包装机械工业协会秘书长
中国副食流通协会副会长
中国副食流通协会休闲食品总监联盟会长

边振瑚
张丽君
黄圣明
卫祥云
何继红
刘美菊
侯春生
董军芳
温捷

中国糖果零食行业顾问团：

福建雅客食品有限公司董事长
上海台尚食品有限公司总经理
上海喔喔(集团)有限公司董事长
实战派糖果技术专家
北京康贝尔食品有限责任公司总经理
旺旺集团研发中心总处长
东莞徐福记食品有限公司常务董事长
天津糖果巧克力专业委员会会长、黑金刚食品董事长
天津糖果巧克力专业委员会秘书长
费列罗中国区总经理
安徽小笼人食品股份有限公司董事长
回头客食品集团股份有限公司董事长
天津伯蒂食品有限公司总经理

陈天奖
蔡振烘
戴明顺
顾永平
马桂敏
陈俊江
徐沅
邓金刚
杨凤利
Angelo Giardini
李志兴
黄福阳
韩广绪

瑞士莲史宾利公司亚太地区执行董事 Thomas Patrick Meier
箭牌公司亚太大区企业事务总监 吴晓玲
不凡帝范梅勒糖果(中国)有限公司总经理 善博
福建省卡尔顿食品有限公司董事长 黄秋平
福建省晋江市安海三源食品实业有限公司总经理 王裔增
福建爱乡亲食品股份有限公司董事长 许金锁
广东喜之郎集团有限公司总裁 李永军
深圳市仙之宝食品有限公司董事长 魏艳超
福建亲亲股份有限公司董事长 许连捷
蜡笔小新休闲食品集团总裁 郑育双
河北怡达食品有限公司董事长 李志民
广东新乐食品有限公司总经理 王钊烈
福建省晋江巧妈妈食品有限公司董事长 许树
上海麦太食品有限公司总经理 徐志刚
广东邦辰乐享食品有限公司董事长 高鹏
汕头市宅小町食品有限公司总经理 陈泽辉
东莞市金旺食品有限公司董事长 陈瑞武
广东真美食品股份有限公司董事长 庄沛锐

中国食品加工技术企业家顾问团：

成都三可实业有限公司总经理 杜国先
苏州市金鹰机械设备有限公司董事长 金荣根
广东粤东机械实业有限公司董事长 李岳云
南通维尔斯机械科技有限公司董事长 史传明
苏州姑苏食品机械有限公司董事长 王永兴
苏州乐嘉机械有限公司董事长 叶进兴
宁波市生辉机械有限公司总经理 陈建波
浙江金鸿食品机械有限公司董事长 徐忠方

排名不分先后

特约通讯员

《中国糖果》杂志特约通讯员：

资深巧克力研发专家
上海妞妞食品有限公司总经理
石狮市盛香供应链管理集团有限公司总经理
德州华一轩食品有限公司总经理
广东金旺国际动漫有限公司总裁
宁波良缘喜铺总经理
深圳市仙之宝食品有限公司董事长
合肥金俊浩食品有限公司销售总监
云南空谷品牌设计公司创始人
泉州市同策网络科技有限公司总经理
乌鲁木齐金益博商贸有限公司董事长
宏利食品技术服务中心 技术主管
临沂华丰国际副食城总经理

季顺英
夏国权
梁赋盛
孙清杰
陈瑞武
李城长
魏艳超
苏战
李小艾
姚宜保
王益方
王兴福
陈坤

上海至汇营销咨询有限公司总经理 张戟
厦门大格局品牌机构创始人 郑正辉
苏微食品有限公司总经理 陆忠林
滕州鸿润商贸有限公司总经理 徐文超
蓝月亮商贸有限公司总经理 曹丹军
安徽溜溜果园销售有限公司 张帅
东莞先达食品科技有限公司总经理 谢晋
善味阁食品有限公司副总经理 陈煌
上海营想力品牌策划有限公司总经理 郝林
厦门走鲸创意设计有限公司总经理 高琪雯
鸿壹行(山东)品牌运营管理有限公司总经理 丁强
FBA付邦安品牌策划有限公司董事长 付邦安
汇味园食品有限公司总经理 肖仁章

排名不分先后

Contents

中国糖果 零食快报 | 目录

CANDY & SNACKS 中国糖果 食品与市场 MARKETING

产经

- 42 千亿儿童零食市场，“清洁标签”或成新风向标
- 44 找准价格带，赢在消费市场

市场

- 46 无人零售能带给食品行业新一轮商机吗？
- 48 巧克力化身“情绪稳定剂”，吃出来的快乐，你get到了吗？
- 50 便利店VS夫妻店，谁会赢得万亿下沉市场？

专栏

- 52 认知与能力是企业的真正边界
- 53 我们该如何做好国潮营销？
- 54 开启卤制品的“玩味”时刻
- 55 食品电商如何通过社区团购1周卖出50万？
- 56 创新均来源于行业趋势及消费者洞察

DEALERS®

中国糖果 金销商®

- 59 王中艳：专注自身，稳中求进的布局企业发展
- 61 李美兰：一步一脚印，多元化发展
- 62 吴建河：诚信经营品牌，给消费者最安心的食品 等
- 63 专注品类做好聚焦化经营战略 等
- 64 后疫情时代，经销商如何正确选品？



消费、渠道双升级 中国的进口食品机会何在？

近年来，随着中国对“海上丝绸之路”和“一带一路”的建设不断深入，为我国食品行业的进出口贸易提供了更加便捷、高效的国际平台。今天，中国市场正处于消费、渠道双升级的大背景下，而进口食品也正在成长为消费市场中不可或缺的重要板块，对于国内外的进口企业来说该如何把握住这样的机遇呢？



李金平：以人为本，突出团队的作用

2013年，浙江金喜商贸有限公司（以下简称“金喜商贸”）总经理李金平正式创立了金喜商贸，如今已有九个年头了。在休闲零食行业蓬勃发展的今天，李金平有过适时的变化，也有过不变的坚持。多年的从业经历使他总结出了自己的一套经营之道，以人为本也是他始终不变的初心所在。

“2021 中国糖果零食金销商®100 强” 榜单

序号	地区	公司名	姓名	序号	地区	公司名	姓名	序号	地区	公司名	姓名
1	浙江	杭州博亨食品有限公司	张丰海	35	江苏	无锡市唯佳商贸有限公司	姜丽玲	68	湖北	武汉出奇商业营销有限公司	邱仙龙
2	江苏	无锡汇商聚品营销策划有限公司	杜舟	36	江苏	南京尊虎食品有限公司	黄威	69	广东	广州市龙鹭贸易有限公司	王庆彬
3	新疆	乌鲁木齐市金益博商贸有限公司	王益方	37	河南	郑州市年年红食品有限公司	梁均绍	70	广东	东莞市溢旺贸易有限公司	陈永勇
4	浙江	台州凯利食品有限公司	陈宏力	38	上海	上海楚曦贸易有限公司	李乐	71	河南	河南永军商贸有限公司	刘永军
5	湖南	长沙百信零食	林业真	39	湖南	湖南迎丰商贸有限公司	侯迎	72	云南	云南哇家食品有限公司	薛保学
6	河南	睢县恒盛食品销售有限公司	马冠军	40	江苏	苏州金门苏香果商贸有限公司	陶欣	73	河北	沧州亿能达食品有限公司	李广乐
7	江苏	无锡市道美田食品有限公司	龙忠荣	41	湖北	武汉市富利来食品有限公司	陈运森	74	广东	广州首恒食品贸易有限公司	邓凤莲
8	浙江	宁波翔鹭商贸有限公司	张权	42	湖南	长沙华盛供应链有限公司	林钦存	75	浙江	金华市佳禾食品商行	胡兵
9	江苏	南京食博缘食品科技有限公司	陈东山	43	福建	泉州益达商贸有限公司	黄庆阳	76	湖南	湖南长沙市天旺食品批发商行	段丽
10	广东	广州市欣健儿食品有限公司	张英梅	44	河北	石家庄市融和商贸有限公司	陈力生	77	江苏	无锡市一城一味果品有限公司	姜丽红
11	天津	天津市乐诚鑫丰贸易有限公司	张涛	45	陕西	陕西章峰商贸有限公司	王章峰	78	福建	福州康旺商贸有限公司	叶军
12	江西	南昌瀚邦隆翔食品有限公司	王伟	46	江苏	无锡曦旭晟商贸有限公司	郑清锋	79	江苏	海门市海门镇新天食品经营部	李锦
13	山东	东营市博晟商贸有限公司	宋学龙	47	山东	滕州鸿润商贸有限公司	徐文超	80	江西	九江正峰商贸有限公司	孙金良
14	福建	三明市蓝月亮商贸有限公司	曹丹军	48	河南	安阳星多食品有限公司	毛文超	81	广东	广州市良记食品贸易有限公司	陈良
15	浙江	温州乐享食品有限公司	王昌泽	49	江苏	南京食立方食品有限公司	周波	82	江西	吉安市青原区富宏商贸有限公司	肖汉富
16	陕西	西安典隆食品商行	陈庆思	50	江苏	苏州阿起哥零食馆商贸有限公司	聂书起	83	李俊	福建省留佳味贸易有限公司	刘建伟
17	河北	保定鼎盛商贸有限公司	杨建	51	云南	昆明百家利食品有限责任公司	苏承爽	84	山东	东营市强力商贸有限公司	崔鹏
18	河北	邢台市清航商贸有限公司	赵立强	52	上海	上海淳廉贸易有限公司	施知文	85	广东	深圳市深红果贸易有限公司	陶红迎
19	上海	上海硕妍贸易有限公司	余旭东	53	山西	太原市唐海商贸有限公司	张雷	86	河南	郑州海奥华商贸有限公司	王卫东
20	江苏	南京道美田商贸有限公司	龙永胜	54	广东	梅州晨旭食品贸易有限公司	李本剑	87	河北	承德俊乔商贸有限公司	杜士娟
21	江苏	南京荣美达食品有限公司	李秋荣	55	河北	石家庄乐乐顺食品销售有限公司	孙贵峰	88	浙江	嘉善县雄达商贸有限公司	林智雄
22	广东	佛山市壹诗乐贸易有限公司	沈子英	56	广西	广西南宁麦潮商贸有限公司	王明林	89	湖南	长沙继丰贸易	陈建亮
23	吉林	长春明康糖果食品商行	郭旭	57	河北	沧州市鸿运华奥食品有限公司	李晓晖	90	内蒙古	包头市金佰利商贸有限公司	胡亮
24	广东	佛山市南海区宜益商贸有限公司	潘雄展	58	河南	河南甜丰商贸有限公司	王治国	91	山西	山西韩果贸易有限公司	张志娟
25	广东	中山市盛洲贸易有限公司	麦贤芳	59	四川	成都市蓉一品商业服务有限公司	董宗涛	92	江苏	南京荣美达食品有限公司	李美兰
26	云南	昆明乐多多食品有限公司	陈光艳	60	江西	南昌银穗食品有限公司	邓小建	93	福建	福州和鑫源商贸有限公司	和美
27	浙江	杭州盟友品牌管理有限公司	王海友	61	浙江	宁波丰越食品有限公司	汪静丰	94	河北	保定市万昌隆商贸有限公司	吴赫
28	江苏	宜兴市佰春副食商行	计柏春	62	江西	南昌市强德贸易有限公司	熊振强	95	浙江	温州尚好味贸易有限公司	尚云海
29	山西	山西日照晋原商贸有限公司	郑照阳	63	广西	南宁市双福食品有限公司	黄健涛	96	山东	德州市东静食品有限公司	张晶
30	江西	鹰潭市桂家兄弟商贸有限公司	桂斌	64	广东	广州市善利食品有限公司	傅苗	97	山东	济南茂君经贸有限责任公司	张茂刚
31	广东	中山市润琪食品贸易有限公司	黄伟宏	65	河北	唐山真心食品有限公司	韩旭	98	浙江	丽水金喜商贸有限公司	李金平
32	天津	天津市意鼎胜食品贸易有限公司	陈思安	66	云南	昆明辰帆(聚品优)贸易有限公司	赵荣春	99	四川	成都天闵商贸有限公司	谢燕金
33	北京	北京安业森淼商贸有限公司	王辰	67	山东	淄博永佳经贸有限公司	于香会	100	浙江	舟山蒙蒙食品商行	叶万里
34	黑龙江	哈尔滨佳茂源祥商贸有限公司	彭布昌								

(排名不分先后)

“2021 中国糖果零食电商金销商®25 强” 榜单

序号	地区	公司名	姓名	序号	地区	公司名	姓名	序号	地区	公司名	姓名
1	福建	泉州市同策网络科技有限公司	姚宜保	10	湖南	益阳林里香食品有限公司	邹继桥	19	上海	上海蒂亚电商	俞文杰
2	上海	上海福晨食品有限公司	左晓旺	11	上海	上海萃香集贸易有限公司	邱圣贤	20	浙江	杭州亚历蒂斯进出口有限公司	林景荣
3	上海	上海云森电子商务有限公司	曹启程	12	福建	泉州市丰泽区尚客食品有限公司	张金耳	21	河南	河南千漾电商	徐文源
4	河南	焦作食尚物语商贸有限公司	李永高	13	上海	上海泰司商贸有限公司	游志雄	22	上海	上海世能贸易有限公司	徐彪
5	陕西	西安独秀电子科技有限公司	王铁运	14	江苏	苏州小棉袄信息技术股份有限公司	张文	23	湖北	襄阳三义商贸有限公司	邓欢
6	上海	上海妞妞食品有限公司	夏国权	15	湖南	长沙雄越电子商务有限公司	廖小龙	24	江苏	南京比博食品有限公司	何旋
7	浙江	浙江旺通电子商务有限公司	陈琪梁	16	河北	石家庄市旺涛商贸有限公司	杨春涛	25	浙江	杭州凌一电子商务有限公司	汪凌飞
8	湖南	长沙百年卡伦电子商务有限公司	唐可	17	广东	潮州九腾电商	蔡腾浩				
9	福建	厦门业成进出口贸易有限公司	陈增结	18	上海	上海索伊贸易有限公司	姚从云				

(排名不分先后)

“2021 中国糖果喜铺金销商®25 强” 榜单

序号	地区	公司名	姓名	序号	地区	公司名	姓名	序号	地区	公司名	姓名
1	浙江	杭州蝶尔喜铺有限公司	方宝龙	10	浙江	苍南丰足食品有限公司	黄明足	19	河南	永军商贸有限公司	刘永军
2	浙江	温州市鸿昌食品有限公司	朱兰英	11	浙江	丽水唯诺喜坊	林军辉	20	吉林	长春明康糖果	刘明英
3	浙江	鸿运糖果商行	朱清兰	12	浙江	宁波糖话食品	芦济勇	21	江苏	鹿与森喜铺	雷虹
4	江苏	南京荣美达高端喜礼	李美兰	13	浙江	嘉善花吉礼	吕挺	22	江苏	江苏常州万年红喜如喜铺	金春冬
5	浙江	锦阳喜铺	周春燕	14	浙江	永康甜蜜喜坊	施静	23	浙江	杭州喜盛缘食品贸易有限公司	曹长法
6	浙江	宁波良缘喜铺	李城长	15	安徽	合肥新好缘商贸有限公司	樊永彬	24	江苏	南京喜品轩喜铺	夏欢
7	浙江	嘉兴良缘商贸有限公司	肖秀琴	16	浙江	干和喜铺	李仙芳	25	河北	老孟喜糖	孟玉峰
8	浙江	石浦喜糖铺子	陈晨	17	浙江	诸暨市相遇好日子喜铺	方寒江				
9	浙江	台州牵缘喜铺	陈官透	18	浙江	浙江湖州吴兴加美糖果铺子	严徐加				

(排名不分先后)

Contents

中国糖果 零食®
China Candy 快报

目录

中国好产品

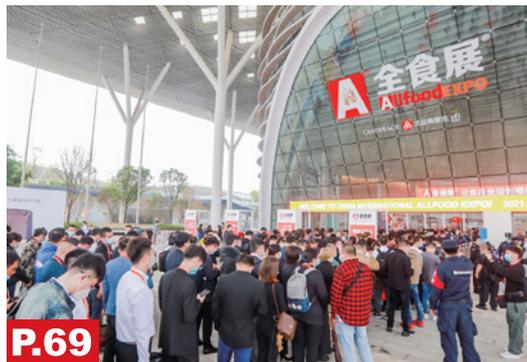
66 坂上秋田：轻食米饼 等

新闻点评

70 每日黑巧以“巧”劲儿保护地球
宣传可持续发展新理念 等

资讯

71 德芙跨界首次开卖饼干
巧克力注心卷出新丝滑 等



P.69

2022深圳全食展入选“粤贸全国” 再迎高光时刻

近日，记者从广东省商务厅了解到，2022深圳全食展入选“粤贸全国”。全球高端食品展览会，简称“全食展”，由中国副食流通协会等支持，龙品锡展览主办，深圳龙品锡展览和宁波龙品锡展览承办。本届全食展，将于8月24日~26日，在深圳国际会展中心（宝安新馆）举行。

中国糖果 零食®
China Candy 快报

广告索引 ADVERTISING INDEX

公司名称	页码
2022 全球高端食品展览会	封面
2022 全食展金销商大奖	封底
2022 全球高端食品展览会	封二
浙江金鸿食品机械有限公司	封三
四川迪妮司食品有限公司	3
佛山市松川机械设备有限公司	4
北京康贝尔食品有限责任公司	5

公司名称	页码
广州市张氏食品有限公司	6
广东真美食品股份有限公司	7
广州天滋优生物科技有限公司	8
深圳市金多多食品营销有限公司	9
广州从化新科轻化设备厂	80
宁波迪恩天汇机械有限公司	81
苏州金鹰机械设备有限公司	82

“2021中国果冻布丁金销商®25强” 榜单

序号	地区	公司名称	负责人	序号	地区	公司名称	负责人	序号	地区	公司名称	负责人
1	黑龙江	牡丹江市海日创新商贸有限公司	张艳岭	10	河南	郑州万乘食品有限公司	王海龙	19	山东	德州市东静食品有限公司	张晶晶
2	陕西	西安北院门商贸有限公司	芦天宝	11	福建	福建漳州市福多多工贸有限公司	陈宝元	20	山西	太原市唐海商贸有限公司	张雷
3	江苏	常州市沃强商贸有限公司	吴清炬	12	广东	东莞市多益食品贸易有限公司	沈武生	21	江苏	苏州金门苏香果食品有限公司	陶欣
4	陕西	西安甜在心商贸有限公司	赵兰云	13	湖南	湖南长沙露露食品商贸	任露	22	天津	天津意鼎盛食品贸易有限公司	陈思安
5	浙江	温州乐享食品有限公司	王昌洋	14	湖南	湖南金兰国际贸易有限公司	刘敏	23	江西	南昌瀚邦隆翔食品有限公司	王伟
6	河南	郑州玉岩食品有限公司	王海红	15	黑龙江	哈尔滨佳茂源祥商贸有限公司	彭布昌	24	江西	赣州宏达贸易有限公司	刘斌
7	江苏	无锡市行一行商贸有限公司	姜丽红	16	河南	郑州兴达宏品牌运营商	刘艳萍	25	江苏	南京长隆商贸	龙永胜
8	湖南	湖南悦成商贸有限公司	黄运成	17	北京	北京安业森森商贸有限公司	王辰				
9	浙江	舟山蒙家食品商行	叶万里	18	江西	都昌亮兴贸易商行	曹珍珠				

(排名不分先后)

“2021中国高端糕饼金销商®100强” 榜单

序号	地区	公司名称	负责人	序号	地区	公司名称	负责人	序号	地区	公司名称	负责人
1	河南	郑州玉岩食品有限公司	王海红	35	天津	天津市意鼎盛食品贸易有限公司	陈思安	68	广东	广州市欣健儿食品有限公司	张英梅
2	江苏	江苏常州厚余休闲食品商行	蒋志荣	36	北京	北京安业森森商贸有限公司	王辰	69	江西	鹰潭市桂家兄弟商贸有限公司	桂斌
3	四川	成都美时美客食品商贸	陈德恩	37	湖南	湖南迎丰商贸有限公司	侯迎	70	山东	山东济南长泰食品商行	董海彬
4	山东	德州市东静食品有限公司	张晶晶	38	江苏	苏州金门苏香果商贸有限公司	陶欣	71	浙江	宁波丰越食品有限公司	汪静丰
5	浙江	湖州高建峰食品商贸	高建峰	39	湖南	长沙华盛供应链有限公司	林钦存	72	河南	河南甜丰商贸有限公司	王治国
6	江西	吉安市青原区富宏商贸有限公司	肖汉富	40	福建	泉州益达商贸有限公司	黄庆阳	73	辽宁	大连吉时经贸有限公司	王国明
7	浙江	宁波市芳芳食品商行	蔡礼火	41	陕西	陕西章峰商贸有限公司	王章峰	74	河北	石家庄乐乐顺食品销售有限公司	孙贵峰
8	广东	汕头市鹏运食品贸易商行	吴界海	42	河南	安阳星多食品有限公司	毛文超	75	广东	苍南百二商贸	鲍宗岭
9	山东	东营市洪明食品有限公司	王洪明	43	上海	上海淳康贸易有限公司	施知文	76	河北	邢台市清航商贸有限公司	赵立强
10	贵州	贵州邦杰工贸有限公司	肖奕	44	江苏	南京食立方食品有限公司	周波	77	江西	抚州市精新食品商贸有限公司	陈小平
11	浙江	杭州博亨食品有限公司	张丰海	45	江苏	苏州阿起哥零食品商贸有限公司	聂书起	78	山东	济南金洋伟业商贸有限公司	田小凡
12	新疆	乌鲁木齐齐金益博商贸有限公司	王益方	46	山西	太原市唐海商贸有限公司	张雷	79	河南	信阳云春实业有限公司	高小雪
13	浙江	台州凯利食品有限公司	陈宏力	47	广东	梅州晨旭食品贸易有限公司	李本剑	80	江西	南昌市强德贸易有限公司	熊振强
14	湖南	长沙百信零食	林业真	48	广西	广西南宁麦湖商贸有限公司	王明林	81	广西	南宁市双福食品有限公司	黄健涛
15	湖北	武汉市国雄饼业商行	卢义威	49	河北	沧州市鸿运华奥食品有限公司	李晚晖	82	天津	天津茁尔商贸有限公司	李文刚
16	云南	昆明赛诺特食品有限公司	郑明	50	四川	成都市蓉一品商业服务有限公司	董宗涛	83	云南	昆明百家利食品有限责任公司	苏承爽
17	贵州	毕节市宏盛达食品商贸有限公司	李宇	51	江西	南昌银穗食品有限公司	邓小建	84	河南	郑州市年年红食品有限公司	梁均绍
18	上海	上海轻静食品有限公司	王中艳	52	浙江	桐乡海洋副食品经营部	诸葛颖明	85	河北	石家庄市融和商贸有限公司	陈力生
19	江苏	南京食博缘食品科技有限公司	陈东山	53	浙江	舟山蒙家食品商行	叶万里	86	河南	郑州市尚风	苏新庆
20	天津	天津市乐诚鑫丰贸易有限公司	张涛	54	广东	广州市善利食品有限公司	傅苗	87	河北	保定亿利商贸	张清
21	江西	南昌瀚邦隆翔食品有限公司	王伟	55	山东	济南茂君经贸有限责任公司	张茂刚	88	安徽	芜湖和平休闲食品	周光妹
22	湖北	兴达宏品牌运营商	刘艳萍	56	湖南	郴州市思泉商贸有限公司	谢文鄱	89	四川	成都惠丰兴航	周平
23	山东	东营市博威商贸有限公司	宋学光	57	安徽	安庆道和商贸有限公司	叶泉	90	河北	邢台味霖商贸有限公司	范瑞星
24	江西	抚州市利地商贸有限公司	吕文兵	58	江西	南昌新洪大誉益记贸易	陈亮	91	新疆	礼彬食品贸易有限公司	李小斌
25	安徽	合肥华达饼业	魏兆勇	59	江苏	南京潘二食品有限公司	潘世伟	92	河南	郑州富发饼业	王聚安
26	福建	三明市蓝月亮商贸有限公司	曹丹军	60	四川	成都天闵商贸有限公司	谢燕金	93	内蒙古	内蒙古吴威食品有限公司	李浩坤
27	浙江	嘉善县佳旺商贸有限公司	何尔斌	61	浙江	丽水金喜喜商贸有限公司	李金平	94	广东	盐城市信义食品有限公司	苏少彬
28	上海	上海硕妍贸易有限公司	余旭东	62	福建	福州旺林贸易有限公司	林旺	95	江苏	盐城祥鑫成商贸	刘刚
29	广东	东莞市芳芳食品贸易有限公司	周爱三	63	四川	成都春天食品有限公司	倪清	96	浙江	温州尚好味贸易有限公司	尚云海
30	山东	潍坊贝贝乐商贸有限公司	孙晓晶	64	广东	广东省肇庆祥好麦休闲食品商行	胡国亮	97	浙江	宁波翔鹭商贸有限公司	张权
31	广东	揭阳市榕滨商贸有限公司	孙晓滨	65	江西	赣州市明泰食品有限公司	宋秋根	98	河北	保定鼎盛商贸有限公司	杨建
32	陕西	西安典隆食品商行	陈庆思	66	江西	都昌亮兴贸易商行	曹珍珠	99	浙江	杭州盟友品牌管理有限公司	王海友
33	广东	佛山市蜜诗乐贸易有限公司	沈子英	67	湖北	武汉市山狼商贸有限公司	何先永	100	山东	滕州鸿润商贸有限公司	徐文超
34	广东	中山市润琪食品贸易有限公司	黄伟宏								

(排名不分先后)

“2021中国卡通玩具食品金销商®50强” 榜单

序号	地区	公司名称	负责人	序号	地区	公司名称	负责人	序号	地区	公司名称	负责人
1	广东	汕头市童乐多贸易有限公司	纪宏浒	18	江西	南昌宏光食品有限公司	龚木园	35	北京	北京旺达世纪商贸有限公司	王蒙
2	福建	晋江市华格食品贸易有限公司	庄建华	19	云南	昆明辰帆(聚品优)有限公司	赵荣春	36	广东	清远市力信贸易有限公司	白金栋
3	河北	沧州市隆瀚商贸有限公司	卢广超	20	浙江	苍南县同顺副食品商行	林业敏	37	江西	赣州市元江商贸有限公司	范和生
4	福建	泉州市博盛贸易发展有限公司	谢荣军	21	江西	赣州市友誉商贸有限公司	易红梅	38	山东	淄博永佳经贸有限公司	于香会
5	河南	河南好心情商贸有限公司	李鹏	22	云南	玉溪宝晨食品有限公司	李怀明	39	河北	任丘市海潮食品供应站	史海潮
6	山东	青岛金泉福源商贸有限公司	许强强	23	安徽	合肥大风车食品	王上仕	40	安徽	合肥荣斌食品有限公司	李秀锋
7	江西	九江三辰实业有限公司	姜辉斌	24	云南	昆明乐多多食品有限公司	陈光仕	41	山东	淄博冠淇商贸有限公司	鲁杰
8	广东	中山市盛州贸易有限公司	麦贤芳	25	山东	滕州鸿润商贸有限公司	徐文超	42	安徽	蚌埠和隆商贸有限公司	卢泉
9	福建	厦门牛博士贸易有限公司	王益堂	26	江苏	宿迁金稻谷食品有限公司	李还健	43	山东	德州华一轩食品有限公司	孙清杰
10	重庆	重庆童馨商贸有限公司	叶碧琴	27	福建	龙岩裕裕贸易有限公司	林全清	44	河北	高阳县鼎润商贸有限公司	孙盼杰
11	河南	河南聂锦商贸有限公司	聂新亮	28	山东	东营市强力商贸有限公司	崔鹏	45	内蒙古	巴彦淖尔市五原县益通商贸有限公司	樊战春
12	海南	海南钧均贸易有限公司	林春祺	29	福建	厦门绿缘坊食品	庄志华	46	辽宁	大连吉时经贸有限公司	王国明
13	山西	太原益昌源商贸有限公司	毛建荣	30	福建	宁德福鼎市利福商贸有限公司	刘建高	47	河北	石家庄市顺子商贸	李峰
14	湖北	武汉市瑞友拓贸易有限公司	万耀	31	安徽	滁州市徽清商贸有限公司	汪浩	48	江苏	无锡铭乐贸易	潘一峰
15	上海	上海臣恩商贸有限公司	蔡雯	32	福建	福建省留佳味贸易有限公司	刘建伟	49	江西	江西鸿润和商贸有限公司	肖勇平
16	广东	梅州市宗威贸易有限公司	李运中	33	广东	揭阳亿家美食品商行	胡强盛	50	山东	德州华一轩食品有限公司	孙清杰
17	山东	荣津商贸有限公司	宫寿国	34	四川	重庆品瑞瑞商贸有限公司	刘开正				

(排名不分先后)

注：上述三大榜单分别由2021年春季全球高端食品展览会、2021中国糖果零食展暨全球高端食品展，以及龙品锡展有限公司于2021年3月4日、2021年9月26日，在深圳、宁波发布。
 ©北京龙品锡展有限公司版权所有，仿冒必究

零食连锁店全国化、下沉化或将成为常态



近两年，零食连锁店呈爆发式增长，像零食很忙、浙江老婆大人、江苏好想来等零食连锁店先后被资本关注，随之而来的零食连锁品牌也如同雨后春笋般涌现，线下零食连锁店开始遍布全国。4月刊糖果杂志前沿对此进行了深入探讨，文中提及未来零食连锁店将会走向

全国化、下沉化，这一点我十分认同。如今，在江浙一带的零食连锁店已经成功下沉到县级以下的乡镇市场，并且市场反馈不错，可见不断探寻下沉市场增量空间在未来将会成为常态，而一旦零食连锁品牌把‘根据地’向下扎的很牢以后，全国化扩张必将水到渠成。”

(宁波 向军)

读者关注 电子邮箱: editor@foodinchina.hk

兼具创意和诚意的联名产品 才会历久弥新

4月份《中国糖果》杂志有一篇关于“联名”的文章，我比较有感触。在当下的休闲食品市场中，“联名”已经成为一种常态化的营销玩法，联名的产品成为迅速打入主流消费群体市场的一大武器，让品牌传播达到1+1>2的效果。但反之，消费者的眼睛也是雪亮的，联名产品不走心、值不值得购买消费者心里门儿清。那些只是简单联名元素堆砌的产品不仅没销量，只怕还会反噬品牌形象。要知道，只有真正兼具创意和诚意的经典联名款产品，为品牌形象和口碑带来的影响才会历久而弥新。

(北京 王凯)

药食同源 巧克力市场的下一程

作为一名在糖果零食市场中历练多年的经销商，精准洞察市场发展趋势是基本功。如今，健康风潮正当时，各大品类纷纷瞄准健康功能属性进行迭代创新，巧克力自然也不例外。

我认为，巧克力健康化是当下乃至未来的大趋势，要想更好的发展，一定要有一款自己的健康产品。此外，要想从同质化的健康巧克力中脱颖而出，我认为还需做好细分领域，针对特定人群，不断深挖产品功能，将巧克力做精做细，药食同源便是一个不错的切入点。

(南昌 王伟)

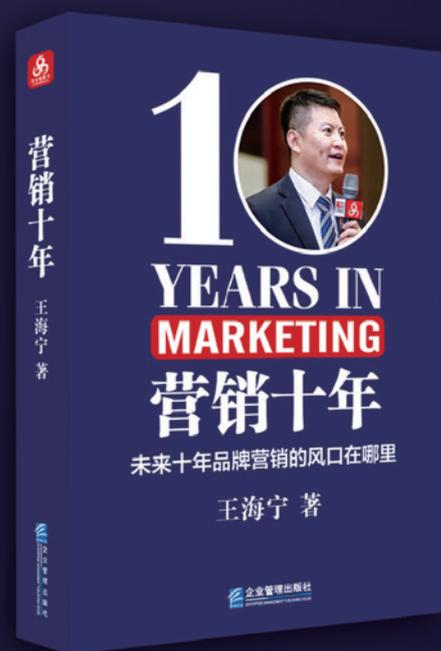
渠道一体化是新零售的 主要特点

作为一名经销商，我深知渠道布局的重要性，除去传统的线下渠道，线上的渠道我也有涉及，但如何合理布局线上线下渠道是让我一度苦恼的问题。这期糖果杂志的对话栏目正好给了我很大的收获。渠道一体化是大势所趋，要充分发挥线上的用户运营、订单效率、订单转化等优势，同时充分利用线下的用户体验、市场覆盖、商品交付等优势，线上线下深度融合，才能将各自价值最大化的发挥。切忌将线上线下两个渠道分割开来，搞成各自为战。线上和线下应该是鱼与水而非水与火！

(安徽 刘庆方)

免费试吃

是最好的促销方式



《营销十年》微信公众号

王海宁Allan

著名营销专家、《营销十年》畅销书作者
龙品锡中国传媒总经理、食品资本创始人



编辑之选

迪妮司雪绒冰淇淋布丁 冻吃搭吃都好吃



入选理由：

果冻作为较早出现的休闲食品之一，向来在儿童市场大受欢迎。如今历经多年的发展，果冻这一品类已然成为覆盖各年龄段消费群体的休闲零食。近两年，果冻品类开始向高端化、休闲化、趣味化、健康化方向转变，赢得了一大批主流消费群体的青睐。据悉，专注于果冻布丁品类的知名品牌迪妮司，前不久推出了一款跨品类产品——雪绒冰淇淋布丁，一经推出便引得了众多经销商争相代理。

据了解，迪妮司雪绒冰淇淋布丁，采用高剪切乳化工艺，选择新西兰进口奶源，口感更加细腻爽滑，入口即化；同时解决了冷藏与常温状态下的口感切换，一品三吃，常温下是奶昔布丁，冷藏后是甜品，冷冻后变冰淇淋，不同风味融为一体；实现超国标2.4倍蛋白质的概念，且创造性地添加果汁原浆和优质奶源，吃下去的每一口都是百分之百的营养健康。

编辑评析：

近年来随着果冻行业步入成熟期，产品品类趋于固定化，市场发展较为缓慢，行业亟需创新。迪妮司此次将果冻布丁与千亿的冰淇淋市场完美结合，推出跨品类产品——雪绒冰淇淋布丁，对于果冻布丁行业来说无疑是一次突破性的创新。据悉，迪妮司雪绒冰淇淋布丁主要有三大创新点。首先，该产品实现了2.4倍蛋

白质的含量，这是一个行业的创新；其次，该产品常温是布丁、冷藏是甜品、冷冻6个小时是冰淇淋风味，打造了一品三吃的创新吃法；其三，该产品让高蛋白和天然果酸达到了最佳平衡点，这是工艺技术的突破和创新。可以说，迪妮司雪绒冰淇淋布丁在很大程度上拓宽了果冻布丁产品的发展渠道，打开了果冻布丁市场未来新的增长点。据品牌方介绍，迪妮司雪绒冰淇淋布丁一上市便迅速获得了国内外消费者和经销商的青睐，迄今为止雪绒冰淇淋布丁已销售超过1亿杯，市场表现惊艳；产品也于2021年3月被迪拜世博会中华文化馆选中成为常温冰淇淋的指定供应商。

与此同时，伴随着消费升级趋势，当代消费者对于果冻的需求也发生了改变，不满足于“尝鲜”，而是追求更高品质的质量保证与享受。据悉，迪妮司始终坚持进口奶源及使用高品质奶酪、魔芋粉（蒟蒻）、卡拉胶等优质原料，秉持对营养和品质高标准的追求，致力于让布丁成为一种美味盛宴。不难发现，创新是品牌发展的原动力。迪妮司的成功离不开其始终将创新作为第一生产力，不断优化生产线，迭代升级产品。当然这也离不开迪妮司始终与消费者一起，洞悉消费需求的密码。据品牌方表示，未来迪妮司希望带领消费者探索更多“布丁+”美味的可能性，让我们共同期待！

编辑之选 Editor's Choice

本着公平、公正、公开的原则，通过深度市场调研，每期评选最具影响力和发展潜力的产品。“《中国糖果-零食快报》编辑之选 EDITOR'S CHOICE”字样及标识允许获选产品用于新闻宣传。但若将以上字样及标识用于商业传播，则需本刊书面授权。

8.24-26

选好冻品 到深圳中冰展



Z
Shen
e
n

2022

 龙品锡展览
LANDPEACE EXPO

 ufi
Member

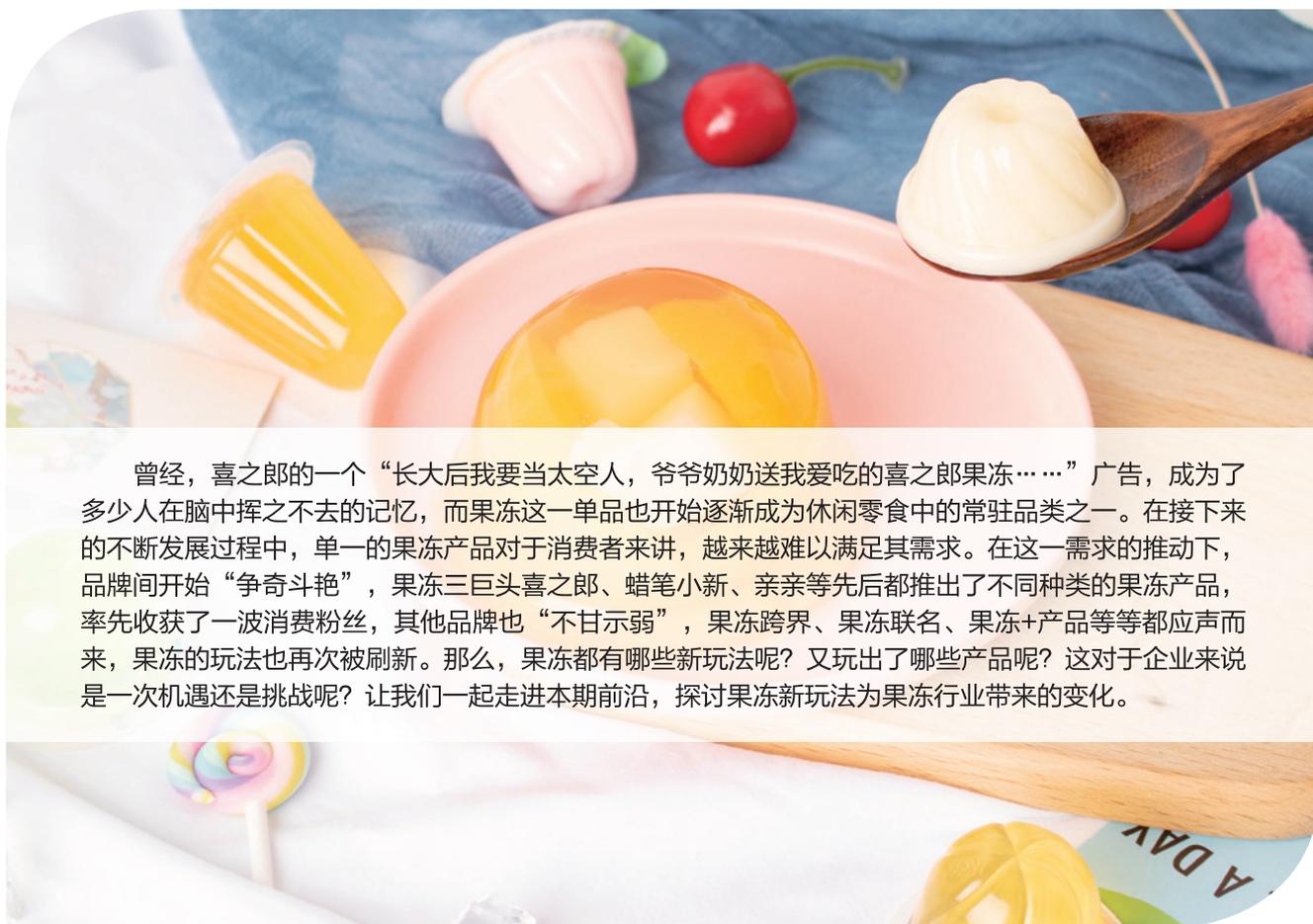
ICEFFEX[®]

FOCUS

中国糖果 前沿
China Candy

果冻新玩潮重磅来袭

□ 策划：《中国糖果》编辑部 执行：石洋 赵里进



曾经，喜之郎的一个“长大后我要当太空人，爷爷奶奶送我爱吃的喜之郎果冻……”广告，成为了多少人在脑中挥之不去的记忆，而果冻这一单品也开始逐渐成为休闲零食中的常驻品类之一。在接下来的不断发展过程中，单一的果冻产品对于消费者来讲，越来越难以满足其需求。在这一需求的推动下，品牌间开始“争奇斗艳”，果冻三巨头喜之郎、蜡笔小新、亲亲等先后都推出了不同种类的果冻产品，率先收获了一波消费粉丝，其他品牌也“不甘示弱”，果冻跨界、果冻联名、果冻+产品等等都应声而来，果冻的玩法也再次被刷新。那么，果冻都有哪些新玩法呢？又玩出了哪些产品呢？这对于企业来说是一次机遇还是挑战呢？让我们一起走进本期前沿，探讨果冻新玩法为果冻行业带来的变化。

新需求催生新产品 果冻市场迎来“流量密码”？

果冻作为休闲零食界的大品类之一，其在不断的发展过程中，安全、创新、突破等成为了发展的关键词。果冻最早诞生于日本，在中国发展并繁盛，尤其是对于儿童来说，可以说是童年中一款必不可少零食，发展至今，果冻的消费人群更是扩展到了全年龄段，产品上更是“五花八门、应有尽有”。同时也正是因为这样，催生出了消费者更多的新需求，简而言之就是单一的果冻已远不能满足消费者的需求了，正所谓有需求就有供给，在这种情况下，果冻摇身十八变，开启了新的“流量密码。”



搭载功能性 果冻“一变”健康属性

在果冻不断发展的这几十年里面，创新可以说是贯穿了所有过程，而当下我国果冻市场约在300亿左右的规模，并且仍然以每年两位数在不断增长。果冻的消费趋势也越来越注重天然、营养、健康。高品质、具有天然健康诉求的“高端”果冻产品份额将逐渐增大。消费者也更加青睐“无香精、无色素、无防腐剂”的“三无”产品。果冻中添加功能性成分一时之间风头无两。

目前市场上的果冻种类已经不胜枚举，从果冻种类上有水果果冻、可吸果冻、果汁果冻、蒟蒻果冻等等，从品牌上更是有亲亲、蜡笔小新、喜之郎、旺旺、樱桃小丸子等等，无论是产品本身还是品牌上都体现出其多元化的特征，同时这也体现出果冻的可塑性及包容性，其有很大的发展空间。

也正是因为如此，果冻率先搭载功能性食品，成为了功能性元素的新载体，在果冻中添加具有特殊营养的食品

和营养强化剂，如蜂蜜、枸杞、红枣、芦荟、微量元素、维生素、膳食纤维、蛋白质等，与药材、补品等相结合以此作为健康果冻“赋能”，也融入了当下健康消费的大背景，功能性果冻受到了各品牌们的青睐。

此前亲亲就曾推出过功能性果冻新品“蕴能可吸冻”。这款果冻以0脂肪、低卡路里、小包装为卖点，能够让追求健康的年轻群体无负担地享受美食、补充能量。除此之外，“蕴能可吸冻”中还添加了人体所需的维生素、矿物质成分，能够快速弥补消费者微量元素摄取不足的问题。其实在推出“蕴能可吸冻”之前，亲亲食品还曾推出过另一款名为“轻美力”的功能性可吸果冻。主打年轻女性白领市场，产品中添加了青梅酵素、蜂蜜柠檬胶原蛋白等大热的瘦身和美容成分，都在不同程度上取得了消费者的青睐。

当代年轻人对果冻的诉求定位早

已不仅仅是休闲零食，懒人经济、代餐补给、排毒养生等都是可以挖掘的机会点。亲亲食品相关负责人表示：“果冻非常适合作为功能型成分的载体，果冻体积小、包装多样化、食用便捷快速的同时也让功能性成分进入人体的门槛变低，让年轻消费群体感受到‘养生’似乎变得更触手可及。”深圳市仙之宝食品有限公司总经理魏艳超也表示非常看好中式滋补果冻：“仙之宝将米酒、银耳等中国传统食材融入果冻中，推出了轻滋养系列果冻。”

对于消费者来说，相比药品和保健品，选择果冻这一类带有功能属性的产品显然更受欢迎，一方面经过调配的食品口感和味道会更好，另一方面食补在国人的心中更易被接受，通过膳食上的调整更好地促进身体营养的吸收。此外，不少年轻女性也将果冻作为减肥时的零食首选，像是蒟蒻果冻，采用魔芋作为原料，在做到好吃的同时又确保了



低热量低脂肪。不久之前专注于青梅类零食的溜溜梅也跨界推出了青梅味蒟蒻果冻，线上旗舰店月销量高达万次。

玩法不断 解锁成人消费市场

果冻在很长一段时间发展过程中，主要的消费人群似乎就被定义为孩童，而今天的果冻却是面向全年龄段的消费人群，相关专家表示在接下来的果冻市场发展过程中，除了无添加和低糖趋势，果冻也开始转场成人零食。这时候黑糖果

冻、酵素果冻、红酒果冻等等品类，开始出现在成人零食市场。包括果冻与冰淇淋的跨界产品也是近几年的流行，比如可吸冰淇淋、果冻雪糕等，给大家更多的选择。

还有针对节日节气推新的果冻，将情感或者健康功能融入，比如三伏天有消暑果冻、腊八节有腊八果冻、七夕节有爱意果冻，母亲节有康乃馨果冻等等，这都为果冻转战成人市场打下了基础。

此外代餐果冻也是一个具有无限潜力的新品类。果冻跨界代餐市场，更是受到了千禧一代消费者的喜爱，市面上

已经出现了多款主打代餐功能的果冻，这些产品有些添加了低聚果糖、低聚木糖、抗性糊精和膳食纤维等可以显著改善肠道内PH值的成分来维持肠道健康，促进有益菌生长、促进肠胃蠕动效果，主打调理肠胃的功效。由上可以看出，果冻转战成年市场，更多的是注重产品本身外所赋能的其他属性，而这也被一众企业所看到，成为产品创新发展的重要一点。

拓宽渠道，突破时节限制

众所周知，果冻的销售是有淡旺季之分的，而这一点恰好和冰淇淋一样，销售旺季都是在每年的3月到9月，而很多冷冻食品经销商，也习惯了将果冻、龟苓膏等产品陈列在冷风柜的上面或旁边。因为，果冻与冷冻冷藏食品面对的是同一类消费者。但对于果冻企业来讲，这部分渠道的销量，可以看做是增量。

市场上越来越多企业选择打通冷链，拓宽果冻布丁的食用和消费场景。满足了丰富口感和储存保鲜的双重要求，也从多方面体现出了果冻跨界冰淇淋的优势。一方面，果冻布丁冰淇淋火了，它在常温和冷链均可销售，冻起来是冰淇淋，常温下就是果冻布丁，带来了双重口感体验。目前，亲亲、蜡笔小新、樱桃小丸子、雅客、迪妮司、巧妈妈、布丁女王、比比赞等知名品牌均有布局。

另一方面，布丁创新更趋近现制甜品。通常采用冷链运输保存，缩短产品保质期。魏艳超表示：“B端的市场非常广阔，研发出更像甜品的果冻布丁，可以直接在烘焙店、餐饮店销售。”

口味口感依然是根本

上文提到的那些果冻产品，不管如何变化，口味口感上的优势都是其非常重要的卖点。即使转场成年人市场，对口味口感的把控也不容忽视。以及功能性产品中的很多原料，例如药食同源的植物提取物等，都有浓重的草药苦涩味

道和植物腥气，一般消费者难以接受。因此平衡功能性和口味口感是功能性食品的一大课题。

像亲亲食品就组建了一支专门的研发团队，研发了调味调香技术，调入

果汁等成分遮盖功能性物质的腥味、苦味等味道。当然，除了口味之外，产品的功能性、方便性、清洁标签等问题也会影响成年人的购买行为。以及不同的消费者对于果冻的认知也是不同的，因

此，在果冻新玩法的产品上，功能性果冻也好，亦或是代餐果冻、果冻冰淇淋等产品上，企业品牌之间需要为果冻投入更多的热情与感情，进一步加深果冻与消费者之间的链接。^④

是果冻又是冰淇淋 果冻的跨界玩法get到了吗？

在几年前，著名营销专家、中国副食流通协会休闲食品专业委员会执行会长王海宁就曾表示过：“未来果冻行业将迎来五大发展趋势，其中很重要的一点就是果冻与冰淇淋跨界产品将迅速流行。一方面，具有果冻的包装，不必受冷藏车、冷库、冷柜等冷链物流储运系统的制约。另一方面，口感不错，尤其是冷冻冷藏后食用味道极佳。吸吸冻及可吸冰淇淋，与果冻雪糕等跨界产品将被越来越多的消费者所接受。”

Jelly
&
Ice-cream



迪妮司雪绒冰淇淋布丁 双品类跨界，擦出新火花

吃过冰淇淋，吃过布丁，那你吃过冰淇淋布丁吗？双重口感、双倍体验。常温时是布丁食用，冷冻后就是冰淇淋食用，多种食用方式的改变，受到了能食用温度过低产品的体弱人群的一致认可，同时也将产品解锁了更多的消费场景。这就是迪妮司雪绒冰淇淋布丁，其提出的“双品类跨界”概念，为消费者提供了“冰淇淋+”亦或是“布丁+”的核心购买理由，不同温度下的不同形态，激活了整个布丁市场的需求。跟着迪妮司，来一场雪绒冰淇淋布丁的全新体验吧！

将跨界混搭做到“极致”

当下休闲食品市场巨大，竞争也异常激烈，想要长足的发展，持续不断地创新成为企业竞争的一大策略。而在果冻布丁行业亦是如此，迪妮司从冰淇淋入手，拓展场景一下子拉动了消费者的认知障碍，快速让消费者认知品类属性。吸引大量消费者的同时，迪妮司还打通了全渠道，在冰批、冷链、商超等渠道全面铺货，成功实现了将产品送给每一个人的目标。

包括基于对消费者的深刻洞察，迪妮





司充分展现出时尚化、年轻化特征，全新打造出“经典版”与“时尚版”迪妮司高端雪绒冰淇淋布丁。有内涵、有颜值、有故事、有趣味，强化了与消费者的互动与沟通。

上海迪妮司食品销售有限公司总经理陈华兵讲到：“为了让消费者能吃到品质感极高的产品，在家、办公室、出差、旅行全场景随时随地可以享受一杯好布丁、一杯好冰淇淋。对此，我们完成了三个创新！首先，实现2.4倍蛋白质的含量，这是一个行业的创新！其次，常温是布丁、冷藏是甜品、冷冻6个小时是冰淇淋风味，一品多吃的创新！其三，让高蛋白和天然果酸达到最佳平衡点的创新！通过这次产品的整体升级，让迪妮司雪绒冰淇淋布丁迅速获得了国内外消费者和经销商的青睐，迄今为止雪绒冰淇淋布丁已销售超过1亿杯；产品也于2021年三月被迪拜世博会中华文化馆选中成为常温冰淇淋的指定供应商。”

健康属性不容忽视

随着大健康时代的到来，“健康”已经逐渐成为消费者关注的话题。迪妮司高端雪绒冰淇淋布丁采用的是“国标含量2.4倍的蛋白质”，一下子拉高了布丁产品的品质，成为高端布丁产品。与此同时，迪妮司高端雪绒冰淇淋布丁适合追求健康食

品的人食用，一方面常温冰淇淋概念对不能食用温度过低产品的体弱人群更友好，另一方面蛋白质含量更高更营养，远超其他同类产品。其始终坚持进口奶源及使用高品质奶酪、魔芋粉（蒟蒻）、卡拉胶等优质原料，秉持对营养和品质高标准追求，致力于让布丁成为一种美味盛宴。

持续多渠道布局 个性化全维度触达营销矩阵

陈华兵表示：“随着不断升级产品工艺，进一步完善自己的品牌和产品矩阵，雪绒冰淇淋布丁在2021年3月深圳全食展爆发。众所周知，全食展是联合冰品和休闲零食的一个综合性平台，雪绒冰淇淋布丁又刚好符合这两个品类的跨界属性，从而让雪绒冰淇淋布丁也获得了很多冰品渠道的经销商。今年迪妮司将为冰品渠道开发更多的新成员，包括掰头棒棒冰、雪绒冰冰沙、雪绒吸吸冰。迪妮司将继续夯实线下渠道，截至目前已完成全国500个品牌授权经销商的开发合作，万元形象门店近2000家，今年目标实现月销万元形象店5000家。同时，迪妮司也大力在线上布局，构建整体的消费者触达矩阵。目前初步的计划是：采取渐进式策略，选择部分电商平台进入，锁定流量所在的社交媒体平台，选择平台做线上种草，并做重点的KOL营销。”

果冻布丁+带来更多的可能性

雪绒冰淇淋布丁，最大的特点在于其能够冻吃和搭吃，不同状态都好吃。从原料甄选，到生产规模化、工艺配方科学化，坚持清洁标签、无添加的理念，迪妮司未来会不断优化生产线，迭代升级产品，始终将创新作为第一生产力，持续不断地进行产品的研发投入。其次，坚持以消费者为核心。每一代人的消费习性都在不断改变，迪妮司也会针对不同的需求进行持续创新。

迪妮司十分注重品牌的塑造，在品牌维度上花了颇多的心思，这在果冻布丁品牌中是不多见的。陈华兵表示：“未来的迪妮司不会只局限在布丁上，我们希望做的是‘以布丁作为一个入口，带领消费者探索美好可能性的一种生活方式’。往外延伸，迪妮司希望带领消费者探索更多‘布丁+’美味可能性。”

作为常温冰淇淋的开创者，基于这个新颖的跨界概念和高颜值的马卡龙色系和高品质的内涵，以及其产品本身“一品多吃”的概念进行传播，精准定位消费人群，其实一个新品类的推出，你首先是做不到去满足所有人群的，这时候你要先满足部分消费人群，后续才会被更多的人接受。迪妮司显然就是看到了这一点，稳扎稳打，不急不缓，相信在接下来的发展中其会有更好的表现。

果冻潮品矩阵，一镜到底come on

乐 SO 棒益生菌果冻

修护焕活细胞，高活性因子，增值有益菌，调节肠道菌群平衡，养胃健脾，改善口气，让你口气更清晰。



壮康嘿波珍珠奶茶、杨枝甘露吸吸果冻

杨枝甘露、嘿波珍珠奶茶味果冻每一款都香甜可口，Q弹爽滑、多汁，一口下去丝丝水果的味道充满整个口腔，让人胃口大开。采用开袋即食小袋包装，方便携带。老少皆宜的食品，深受大众喜爱，追剧的好搭档小零食。

樱桃小丸子乳酸菌果冻条

常温吃嫩滑、爽口，冷冻后是棒冰享受夏日冰爽，含有7种乳酸菌发酵，乳酸菌能有效调节肠胃菌群，抑制肠道内腐败菌生长，提高机体免疫力等。产品采用独立包装，筛选20000粘度以上的魔芋原料，不含明胶，也弹爽嫩滑。



亲亲乳益悠悠乳酸菌果冻

“乳益悠悠”以挤挤袋包装取代小杯装果冻，添加乳酸菌原液，主打健康、美味、便捷的果味果冻。“乳益悠悠”有原味、柠檬味和百香果味三种口味。系列果冻“小芯意”果味浓郁，有荔枝味、葡萄味，有望成为蒟蒻果冻之后的又一款明星大单品。



雅客 V9 多维果汁果冻

以9种维生素果冻为基础，桔子、草莓、蓝莓、青柠这四种水果口味与胶原蛋白、牛磺酸、鱼油、钙、膳食纤维等营养成分相结合，主打健康轻补给。



巧妈妈雪芙冰淇淋

精选新西兰进口奶源，常温是布丁，搅拌是酸奶状，冷冻是冰淇淋，打造一品三吃，“布丁+冰淇淋”的口感新体验。



溜溜梅梅冻

梅冻具有0脂含量、0防腐剂、0人工色素的特点，产品融入高于20%的青梅原浆，目前有原味、百香果、芒果、草莓等多种口味。

生和堂元气果弹

以龟苓膏起家的生和堂，在创新产品形式的同时，近年来也在不断拓宽产品线，并推出多款果冻新品，凭借传统养生优势，结合山楂、油柑、陈皮、红枣等中式食材开发出元气果弹果冻，果汁含量 $\geq 35\%$ 。



zuo 一下蒟蒻果冻

主打0蔗糖、0人工色素、0防腐剂，在产品中添加蒟蒻和白芸豆提取物，高饱腹感并阻断碳水吸收，超30%的果汁添加，是借助屁桃君IP推出的一款低卡零食产品。在产品口味上多有创新，如山楂陈皮、油柑、梅陇蜜瓜等。



果不离椰子冻

添加赤藓糖醇、海藻糖、魔芋粉的布丁甜品，生榨椰浆为主原料，辅以红豆点缀，做出现制口感，无防腐剂。

