这个暑期，冰杯火了。

“刚进回来的货半天就卖完了，通常到中午就得开始补货。”北京某便利店店员告诉记者。“买的大部分都是年轻人。”

外卖平台上，冰杯销量也持续走高。据饿了么联合尼尔森IQ共同发布的《2024夏季即时零售冰品酒饮消费洞察报告》显示，大暑前后冰杯外卖量同比去年增长350%。

仅是冰块+塑料杯的组合，为何能如此火爆？

爆火的冰杯

在北京市西城区一家便利店内，存放冰杯的冰柜一角。 新华社 图

谁在买冰杯？

“一杯4元，比饮料还贵。”自冰杯走红后，有关冰杯是不是便利店新晋“刺客”的讨论一直颇受网友关注。看似制作简单的冰块卖出这个价钱，是哪些消费者在购买呢？

目前，市面上售卖的冰杯大致可分为两种：一种是纯净水冰杯，配料表里只有水；另一种则是带口味的冰杯，有咖啡口味冰杯、水果口味冰杯等。

便利店中售卖的纯净水冰杯，售价大多在4元左右，带口味的冰杯价格高些，但通常不超过10元。

有人进行过对比，农夫山泉的冰杯160g，售价4元。而一杯550ml的农夫山泉矿泉水，只要2元。

乍一对比，似乎并不划算。但事实上，在万物皆可“冰杯+”的概念下，冰杯对标的已经不再是普通软饮，而是咖啡店、奶茶店甚至小酒馆里的商品。

以小红书平台为例，输入关键词#冰杯#出现了1万+篇笔记。这些笔记大多是教授如何DIY心仪的饮料。有资深“玩家”整理出了相关公式：

冰杯+咖啡+椰汁=生椰拿铁

冰杯+橙汁+咖啡=橙C美式

冰杯+水溶C+养乐多=柠檬点点

“各种搭配算下来大概也就十几元，轻松实现‘冰饮自由’。”冰杯爱好者李先生告诉记者。在他看来，冰杯非但不是“刺客”，反倒成了夏日冰饮“平替”。

强社交属性受追捧

与此同时，冰杯带来的强社交属性，也在吸引着大量年轻人。

“冰杯足够‘百搭’，够好玩。一千个人可以调配出一千种配方。我不是在‘种草’别人，就在被别人‘种草’的路上。”李先生说，为了尝试新配搭，除冰杯外，还会再买些不同饮品进行调配。“帖子收到好评，这让我很有成就感。”

“冰杯激活了年轻人对新鲜事物的追逐与分享欲。”中国食品产业分析师朱丹蓬表示，由于冰杯足够“百搭”，能够满足年轻人对于新奇、个性化、仪式感的追求。有着强社交属性、高话题度等特性，走红也在情理之中。

在“冰杯+”理念带动下，与冰杯高度关联商品（指可与冰杯搭售的产品）的销量也被拉动。

据饿了么6月数据显示，“酒+冰块+饮料”搭配的外卖量同比增长211%，显著高于酒本身订单增幅。“饮料+冰块”的外卖搭配订单量同比增长142%。

但也有人说，在家冻冰块不“香”吗，为什么非要买冰杯？虽然都是冰块，但实际上满足的并非是同种需求。

“冰杯更类似共享充电宝，解决的是当下即刻的需求。就好比下班路上，想喝一杯冰饮，临时冻冰块肯定来不及了，但冰杯却能解救我。”今年刚毕业的陈女士有着自己的看法，“这是自制冰块无法替代的消费场景。”

“连锁便利店里的冰杯，能够满足消费者的即时需求。”朱丹蓬称，冰杯的消费人群，往往对价格并不特别敏感。他们更在意的是自己当下的需求是否得到满足，价格并非首要考虑因素。

“相较于家庭制冰，便利店往往采用大量采购和集中配送的模式，冰品的新鲜度及品质也相对有保障。”朱丹蓬表示。

走红并非偶然

事实上，冰杯并非今年才有。据朱丹蓬介绍，2019年左右，冰杯就已经进入中国市场。

那么，为何偏偏在今年爆火？冰杯为何能在执着“喝热水”的中国市场走红？

从客观因素来说，今年夏天多地温度突破历史极值，开启“烧烤模式”“桑拿模式”。何以解热？冰饮是不少人的选择。

从主观层面来看，消费者对于冰饮的态度正在发生变化。

“冰品冰饮的消费受到时代、市场原因的驱动，比如生活压力加大的情况下，伴随经济复苏，消费欲望快速提升，消费者对于‘冰’的诉求越来越强烈。”奥纬咨询副董事合伙人谢楠介绍。

据奥纬咨询和美团闪购共同发布的《2023即时零售冰品冰饮消费趋势白皮书》显示，超40%的消费者希望酒水、饮料、乳制品能在冰镇状态下食用。冰淇淋、冰品冰饮等消费金额与消费频次，较疫情前均有11%-15%的增长。

此外，“买冰”变得更容易了。

据了解，目前市面上冰杯主要来自冰力达、冰极限、冰趣味等几家可食用冰公司，所涉产品除冰杯外，还有冰球、冰袋等。此前，这类制冰公司多面向企业端。

但如今，面向大众的消费品冰杯出货量一路走高。据媒体报道，2022年以前，食用冰品牌冰力达的冰杯年销量稳定在100万～200万杯，到2023年已经增长至5000万杯。

除了可食用冰公司外，自去年开始，农夫山泉也着手布局冰杯市场；今年，蜜雪冰城推出了“1元冰杯”；此外大桥道、奥雪等冰淇淋品牌也纷纷入局，推出冰杯产品。

投射到消费端的结果是，冰杯已成了便利店标配，商超、仓店着手布局卖冰，买冰已变得唾手可得。

是一门好生意吗？

此前，有关“冰杯实际成本不足1元”的话题上了热搜，一时间有关商家暴利“割韭菜”的话题，受到关注。

冰杯真的如此挣钱吗？

“冰本身不贵，贵的是运费、人工费、渠道费等开销。”朱丹蓬解释，一个冰杯从生产出来到消费者手中，中间涉及各个层级经销、分销等，反映到终端售卖时，价格自然不会太低。但如果构建自营渠道，利润相对较高。

尽管冰杯本身利润有限，但其背后国内冰杯消费市场增长空间很大。

据预测，我国冰杯行业市场规模有望在2026年达到630亿元。据智研瞻产业研究院相关数据，日本便利店一次性冰杯的年消费量高达25.7亿杯，超过瓶装水销量。在韩国，冰杯同样是便利店销冠产品。

但也有业内人士认为，该领域天花板较低，未来可持续性存疑。由于年轻人喜好瞬息万变，建立在新鲜感之上的商业模式，用户忠诚度低，存在不确定性。

“随着农夫山泉此类大企业的入局，冰杯领域的竞争也将愈发激烈。”朱丹蓬认为，后续冰杯的价格或下降，“我们预估后续平均价格在2.8元至3元之间（160g左右冰杯）。”

朱丹蓬同时提示，由于食用冰的生产门槛相对较低，目前尚无统一的国家标准，这可能会影响冰杯产品质量，带来食品安全风险。

据了解，当前市面上冰杯采用的标准不一。纯净水冰杯多数执行的是《冷冻饮品 食用冰行业标准》（SB/T 10017—2008），而带风味的冰杯执行的则是《食品安全国家标准 冷冻饮品和制作料》（GB 2759-2015）。

“冰杯产业想要走得更远，相关行业规范和质量控制必不可少。”朱丹蓬表示，当冰杯市场达到一定规模时，也将倒逼行业进一步规范发展。 **据新华社电**

四部门明确：彩票中奖缴纳个税如何计算

为进一步完善福利彩票和体育彩票兑奖与适用税法有关口径，促进彩票事业健康发展，财政部、国家税务总局、民政部、国家体育总局16日联合公布公告，明确、细化了多项规定，便于购彩者进一步了解彩票中奖收入如何计算缴纳个人所得税。

自上世纪九十年代以来，为支持我国彩票事业发展，国家对福利彩票、体育彩票一次中奖收入不超过10000元的暂免征收个人所得税。根据四部门此次发布的公告，将继续执行对彩票一次中奖收入不超过10000元暂免征收个人所得税的优惠政策。

彩票具有筹集公益资金的作用，为福利、体育公益事业发展提供了重要支撑。“此次发布的公告延续了此前优惠政策，继续对不超过1万元的中奖收入给予免税，有助于支持彩票事业发展；继续对超过1万元的中奖收入全额征收个税，避免鼓励个人投机。”中国政法大学财税法研究中心主任施正文说。

按照个人所得税法及其实施条例的相关规定，彩票中奖收入属于偶然所得，适用比例税率，税率为20%；以每次收入额为应纳税所得额，计算缴纳个人所得税。

如何界定彩票一次中奖收入？四部门此次发布的公告称，电脑彩票以同一人在同一期同一游戏中获得的全部奖金为一次中奖收入，即开型彩票以一张彩票奖金为一次中奖收入。

“对于一次中奖收入如何具体界定，公告进一步进行了明确，使得彩票中奖个税优惠政策更加细化、可操作，增强了个税税法规则的确定性。”施正文说。

公告还明确了中奖人登记信息、彩票机构为中奖人办理申报等规定。

根据公告，彩票机构和销售网点兑付电脑彩票时，兑奖金额超过3000元的，应登记中奖人相关实名信息和兑奖信息，中奖人应主动配合做好登记工作。按照个人所得税法规定，彩票机构负责代扣代缴个人所得税，为电脑彩票一次中奖收入超过3000元至10000元（含）的个人办理免税申报，为电脑彩票和即开型彩票一次中奖收入超过10000元的个人办理纳税申报。

“综合考虑购彩者兑奖便利性、彩票机构开展登记信息工作需要等因素，彩票机构和销售网点兑付电脑彩票时，兑奖金额超过3000元的，登记中奖人相关实名信息和兑奖信息。”四部门有关司局负责人说。

“这些规定有助于加强彩票规范管理，对于彩票中奖人来说，并没有增加税负。”施正文说。 **据新华社电**

公告专栏

川剑化工（上海）有限公司遗失合同章一枚，现声明作废。

尹韬于2024年7月5日不慎遗失身份证，证号：220802199601100911，本人已申领新证，此证已失效，特此声明。

章俊于2024年08月15日不慎遗失身份证，证号：310108197908134414，本人已申领新证，此证已失效，特此声明。

上海新恩贸易有限公司遗失公章一枚，声明作废

李舰遗失身份证，身份证号码321002199****224，特此声明。

上海市杨浦区施实餐饮店（个体工商户）遗失食品经营许可证副本，编号：JY23101100132240，声明作废。

上海佩素企业管理咨询中心（统一社会信用代码91310118MA1JP3R455）遗失财务章、李玲法人章，均声明作废。

上海捷梅机械制造有限公司诚顺分公司，注册号310225200035760002，经股东会决议即日起注销，特此公告。

注销公告：上海誉达医疗设备科技有限公司注册号310110200806206经股东决定解散，并已成立清算组，请债权人自本公告刊登之日起45日内向本公司清算组申报债权，特此公告。

遗失声明：上海展钰物流有限公司遗失公章，声明作废。

上海橘嘉贸易有限公司遗失财务章，法人章各一枚，现声明作废。

上海微鑫商贸有限公司遗失预留银行印鉴财务章，声明作废

上海职东食品有限公司31011500211 8558经股东会决议即日起注销，特告。

遗失上海雅致广告有限公司营业执照正副本，注册号310101200384O，声明作废

上海南雁通讯设备有限公司（注册号310114202449719）经股东会决议即日起注销

上海博望信息科技有限公司310110120007 82475，经股东会决议即日起注销，特告。

上海亿鉴信息技术有限公司注册号31011 4206071为注册地址，上海市嘉定区马陆镇（官立路2585号-1828）经股东会决议拟向公司登记机关申请注销登记，公司已成立清算组，清算组成员由陆晓庆，张锦忠组成，张锦忠为负责人，请债权人自本公告刊登之日起45日内向本公司清算组申报债权，特告。

上海轩鹭教育科技有限公司全体股东，我司将于2024年10月10日10:00召开股东大会，召开地点：上海市宝山区高逸路105号405室，会议室，股东会内容：公司注销等事宜，请各股东准时出席，若无法出席，请提前告知，无故缺席股东视为同意股东会决议和决议。

遗失声明：上海市浦东新区康桥镇张小姐餐饮店经营者陈蒲遗失食品经营许可证副本，编号JY23101155368519，声明作废

上海南谷咖啡店遗失食品经营许可证正副本，签发日期2021年12月6日，许可证编号JY13101155290315，声明作废。

上海茨厂吉餐饮管理有限公司31011400 2161337经股东会决议即日起注销，特告

上海枢文建筑材料有限公司遗失营业执照正副本，注册号310114213220O，声明作废

金茨堡网络科技（上海）有限公司遗失营业执照正副本：310228001246738，作废

上海纳新实业有限公司，注册号：310113679300535，经股东会决议拟向公司登记机关申请注销登记，公司已成立清算组，清算组成员由余爱妹，王春雄组成，余爱妹为负责人，请债权人自本公告刊登之日起45日内向本公司清算组申报债权，特此公告。

上海浩润国际贸易有限公司，注册号：310113001182019，经股东会决议拟向公司登记机关申请注销登记，公司已成立清算组，清算组成员由余养强，黄菁红组成，余养强为负责人，请债权人自本公告刊登之日起45日内向本公司清算组申报债权，特此公告。

上海弘泽创博智能科技有限公司财务专用章遗失，声明作废

上海上屯建材经营部遗失营业执照正副本，注册号：310228001219614，声明作废

上海沱沱河贸易有限公司遗失税务登记证正副本，税号：310115687336052，组织机构代码证正副本：68733605-2，声明作废

股东会决议通知：上海引力建筑装潢有限公司拟进行注销清算，根据执行董事提议，于2024年8月17日召开临时股东会会议讨论成立清算组事宜。请全体股东出席会议，会议地点：松江区银都西路215号，联系人：郑学要，联系电话：13795333825

上海雨翼电脑科技有限公司遗失财务专用章和法人章，声明作废

上海宝琼餐饮有限公司遗失食品经营许可证正本，编号JY23101050013034作废

上海康顺家庭服务有限公司遗失财务章，法人章，声明作废

上海历头科技有限公司遗失公章，作废

遗失（上海）实业有限公司310120000207513B因决议解散拟向公司登记机关申请注销登记，请债权人自公告之日起45日内向清算组申报债权，债权申报联系人：汤少伟，债权申报联系电话：18629314595，债权申报地址：上海市松江区佘山镇米市路。

上海妍桐联贸易有限公司经股东会决议解散并已成立清算组，请债权人自本公告刊登之日起45日内向本公司清算组申报债权，特告。

上海谷西食品有限公司遗失营业执照正副本，注册号：310107000583611，声明作废！

经股东决定即日起注销，特此公告

遗失声明：上海斑木服饰有限公司遗失私章一枚，编号010000020240109O031，声明作废。

上海精核阀门有限公司经股东会决议解散并成立清算组，请债权人即日起45日内向本公司清算组申报债权，特此公告

上海荣毓工贸有限公司遗失营业执照正副本3102292046914，税务登记证正副本：310229743774701，声明作废

上海晟家资产管理中心（有限合伙）遗失公章、财务章、法人章，声明作废

上海纽莱新能源汽车租赁有限公司公章，财务章，法人章（胡洁）遗失，声明作废 广告