

# 将东方风物融入产品表达

## 冰淇淋品牌野人先生全球旗舰店落地徐汇

文/图 记者 杨宜修 张悦千



山椒腰果的辛香、咸奶茶奶皮子的醇厚、五常大米的清甜……当这些刻着东方印记的风味，遇上意式手工冰淇淋的绵密，一场味觉革新悄然启幕。4月8日，野人先生于上海发布品牌升级，并在徐汇区东湖路同步启幕全球旗舰店。此次升级围绕品牌视觉、产品体系、文化叙事与空间体验展开系统焕新，正式提出“东方 GELATO”这一全新主张，标志着品牌从产品经营进一步走向更完整的表达体系构建。

GELATO 在意大利语中特指冰淇淋，是起源于意大利的传统手工冰淇淋，以浓郁厚重的口感和高乳脂结构著称。而野人先生自创立伊始，便紧密围绕中国消费者的味觉偏好与日常饮食习惯，积极探索适合东方饮食语境的 GELATO 表达。相较于传统意式 GELATO，野人先生更注重清爽、克制、耐吃的口感，以及与日常生活的更高频适配性。

深耕行业 15 年，野人先生以天然食材构建风味，秉持“所有颜色来自食材本身”的理念，让冰淇淋的风味、颜色与质地回归自然。截至 2026 年 3 月，野人先生在营门店数量已突破 1300 家，在国内高端冰淇淋连锁品牌中稳居前列。

全球旗舰店的选址，堪称“天作之合”。野人先生创始人崔渐为告诉记者，团队花了半年多时间选址，初见东湖路便一见钟情：“这里梧桐洋房与烟火气完美结合，周边聚集了众多奢侈品牌与特色主理人门店，既有高端调性，又充满潮流氛围。”徐汇区作为乐活商业高地，汇聚大量年轻客群、高端写字楼人群及外国友人，是高素质客群的聚集地，也为中国品牌向世界展示实力提供了平台。此次选址，与湖南街道重点打造的“东湖路-延庆路潮玩乐活街区”高度契合，为街区高品质商业生态注入新活力。

此次品牌升级，野人先生正式提出“东方 GELATO”概念。它以 GELATO 工艺为基石，深度融合东方在地食材、对节律的感知以及独特的文化语境，使产品超越口感层面，成为东方风物、自然本味与当代生活方式的综合呈现。发布会上，品牌还发布了《现制冰淇淋企业标准(草案)》，从原料选择、制作工艺、设备配置到终端售卖机制，对“现制冰淇淋”全流程进行细致规范，形成可复制的门店执行体系。

据介绍，野人先生延续并深化“食在地、食应季”的研发思路，将横县茉莉、仙居杨梅、眉县猕猴桃、五常大米等具有鲜明地域特征的东方在地风物巧妙融入产品表达体系。现场不少消费者也分享了自己的体验，正在品尝五常大米口味的消费者王女士感叹道：“没想到大米能做成冰淇淋，口感绵密细腻，能尝到淡淡的米香，不甜不腻，像是把田野的味道吃进了嘴里，特别有新意又不违和。”

据悉，野人先生将继续围绕“东方 GELATO”探索自然、文化与味觉的连接，逐步从品牌表达者成长为行业标准提出者。湖南街道也积极响应徐汇区“国货潮品百品计划”，支持优质品牌首店、旗舰店落地，助力有文化自信与匠心的本土品牌走向全国、迈向世界。

