

去年饮料口碑：

可口可乐和统一领跑但健康度差

近日,新华网联合全国糖酒商品交易会办公室在成都世纪新城国际会展中心金桂厅发布《2015年度食品品牌口碑报告》。旨在传递市场正能量,实现食品品牌的口碑崛起,用“选”好品牌的倒逼作用,向市场传递正确的声音,引导供给企业增加市场的有效供应,以满足国内日益增长的个性化、差异化消费需求。其中,在饮料口碑方面,可口可乐、统一表现优异,引领饮料口碑榜单。

此次饮料口碑报告筛选了包括可口可乐、百事可乐、统一、康师傅、加多宝、王老吉等在内的表现比较活跃的30个品牌作为研究对象。口碑指数主要由品牌知名度、消费者互动度、质量认可度、企业美誉度、产品好评度、品牌健康度六个指标组成。

可口可乐、统一表现突出

在2015年饮料行业网络口碑指数榜单中,可口可乐、统一分列榜单的第一、第二位。其中,在品牌知

名度、消费者互动度、质量认可度、企业美誉度方面,可口可乐与统一都表现突出,二者在市场推广上一年来亮点频出,为饮料界留下了许多经典案例。

值得注意的是,通过营销活动,可口可乐被不断赋予新的内涵,使其成为饮料界长盛不衰的“大单品”。而统一则走“多点开花”的创新路线,在近年来推出的众多产品中,海之言、小茗同学等逐渐脱颖而出,获得了消费者的青睐。

品牌健康度表现较差

但是,可口可乐与统一在品牌健康度方面表现较差,体现出二者网络负面信息较多,对品牌自身口碑指数有所侵蚀。而可乐与茶饮料等品类因为含糖量过高等原因,其健康性也屡遭诟病,并已经在市场中有所反应。如何在知名度与话题量不断成长的同时,维持品牌的健康形象,应是每一个业内企业需要思考的问题。

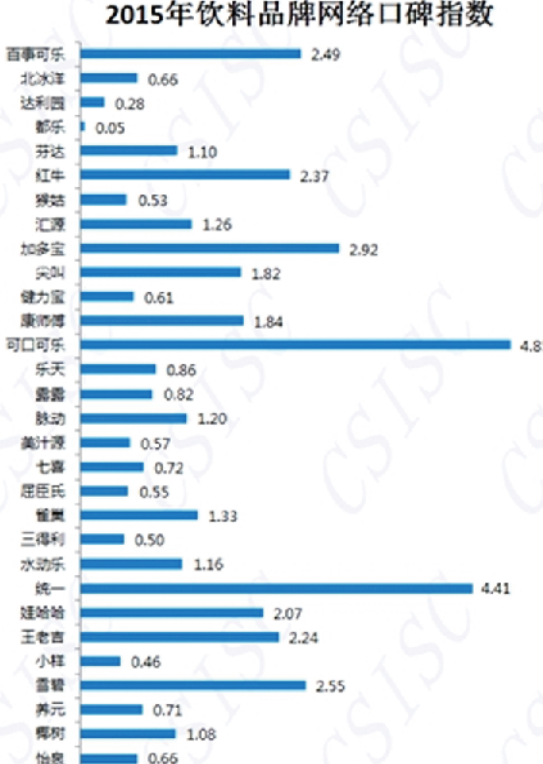
其他饮料品牌口碑

加多宝、雪碧、王老吉、红牛等品牌在一年来口碑比较稳定,长期处于口碑前十名;百事可乐、娃哈哈、康师傅和尖叫等品牌在年终榜单中进入口碑前十名,但从全年的表现来看,在口碑的稳定性方面还有较大提升空间。

凉茶方面,加多宝与王老吉多年的激烈竞争,体现在网络口碑及市场反响方面却更像是“共同进步”。饮料行业的总体增长,主要来源于品类的创新。对于处在同一品类的品牌而言,避免恶性竞争,共同培育消费者习惯与口碑,引领市场的发展应是最重要的议题。

近年来,关于饮料行业已到增长瓶颈的说法屡被业内人士提及。随着互联网的快速发展,消费者对信息的获取更加方便、丰富,消费者越来越“智慧”。如何满足消费者需求,引导品牌互联网口碑,对于各大品牌来说也将越来越重要。

(新华网)



■ 企业资讯

王老吉欲进军植物蛋白饮料市场

本报讯 王晓梦 近日,王老吉母公司白云山发布公告宣布,将与老牌核桃露生产商山西大寨饮品有限公司达成合作,双方成立合资公司共同经营植物蛋白饮料市场,这也是王老吉大健康首次涉足凉茶以外的产业。

据介绍,新公司将由王老吉大健康控股,生产经营“大寨”品牌核桃露及系列产品,不过具体的控股形式还将由双方商谈确定。另有知情人士透露,王老吉开启品类多元化,一方面与增加收入渠道有关,近些年植物蛋白饮料市场增速较快,成为其第一个选

择对象;另一方面母公司20亿元的增资为王老吉提供了底气。

据了解,大寨牌核桃露也曾颇有行业影响,但是近几年由于各种原因,市场份额逐渐下滑,远低于行业龙头六个核桃。在中国品牌研究院研究员朱丹蓬看来,王老吉大健康未来将成为大寨核桃露的救星,该品牌可以通过王老吉成熟的渠道优势和资金实力重回市场,且有望再度被做大;而对于王老吉大健康而言,由于凉茶品类基数已做大,高速增长乏力,因此也亟须通过品类的拓展来增加收入。

五粮液发布2015年财报 低价酒成业绩推手

五粮液日前发布2015年财报。据公告称,2015年公司实现营业总收入216.59亿元,同比增长3.08%;实现归属于上市公司股东的净利润61.76亿元,同比增长5.85%。对此,五粮液表示,营收、净利微增系产品收入、销量增长所致。

据财报数据显示,2015年,五粮液高价位酒(指公司酒类产品500ml/瓶,销售含税价格在120元及以上的主要产品)的营收为155.07亿元,占据公司总营收的比重为71.6%,较上一年下滑了0.76%。与之相反的是,

低价位酒的销售收入为48.39亿元,占据公司总营收的比重为22.34%,同比增长了9.99%。

据了解,高价位酒的营收不仅出现微量下跌,其毛利率也呈现下降趋势。据财报数据显示,高价位酒的毛利率为81.69%,同比下降了2.33%;而低价位酒的毛利率为46.03%,较上一年增长了0.76%。这表明,中低端酒成为五粮液业绩增长的推手。业内人士指出,目前白酒市场竞争激烈,资源向一线酒企聚焦,五粮液的品牌效应使其中低端酒更易打开市场。(人民网)

■ 市场动态

咖啡市场前景好 雀巢咖啡中心落户普洱市

咖啡是当今世界最受欢迎的饮料之一,其全球每天消费量超过15亿杯。为满足全球的咖啡需求,有80多个国家的2500万农民正在从事咖啡种植。目前,中国在咖啡生产链条中正扮演着越来越重要的角色。

近日,全球最大咖啡生产商雀巢公司,投资了5000万人民币建设的现代化雀巢咖啡中心在云南普洱落成,该中心集培训、技术支持、实验和仓储为一体。随着当地咖啡豆产量的不断增长,该中心将为保障咖啡豆采购提供产收加工设施,以及基于国际标准的优质采购和检测基准。

此外,该项目是“雀巢咖啡计划”共享发展战略的组成部分,计划启动于2010年,规划在2020年前投入26亿元人民币在全球各地开展咖啡项目。在增加直接采购量的同时,也为广大咖农提供技术支持,推动当地咖啡产业以高效、现代化的方式生产优质咖啡。雀巢公司首席执行官保罗·薄凯表示,中国市场在雀巢全球的战略发展地位与日俱增,未来有望成为雀巢最大的市场。

数据显示,目前,全球的咖啡年产量超过800万吨,咖



啡因此成为世界上最重要的农产品。巴西是咖啡生豆生产的世界领导者,它的咖啡供应量占世界总量的三分之一。越南和哥伦比亚紧随其后,分别为世界第二和第三大咖啡生产国。

而每年全球800多万吨的咖啡产量中,中国市场销量约占1/20。有分析指出,中国咖啡的消费量将继续以每年15%~20%的幅度增长,未来十年中国将成为全世界咖啡销量最大的国家之一。2030年之前,中国咖啡消费市场预计会达到2万~3万亿元,因此

咖啡产业将成为一片新的投资沃土。

2016年是“十三五”开局之年,绿色生态农业成为发展的重点,大力推进农业现代化,加快转变农业发展方式,已经成为各地积极践行农业现代化发展的共识。

经过近30年的发展,咖啡已逐渐成为云南,尤其是普洱的代表产业之一,普洱市也因此获得了“中国咖啡之都”的称号,雀巢咖啡中心的建设将大大有助于进一步推动当地咖啡产业的发展。

(中国经济网)