

# 餐饮业掀起“健康潮” 零食营养新需求增强

伴随着社会的发展,人们对于“吃好”的定义也在不断发生着新的改变,越来越注重食品安全,越来越关注食品添加成分,越来越讲究吃得健康养生。总之健康早已成为餐饮行业的消费潮流趋势。

面对新的2020年,我们从各大餐饮行业专家的预测中,不难发现整个餐饮行业的发展中,健康理念正在不断加强,并逐渐扩散到更加细分的品类中去。

## 乳制品

### “鲜、新、多”成三大关键词

“乳制品2020年发展趋势的三个关键词鲜、新、多,即产品更新鲜、新的品牌新的玩法、品类的样式开始多样多元。”食品饮料行业专家、华糖云商梁剑在2020年餐饮行业发展趋势的分享中如此表示。

他表示从2019年的市场情况看,2020年可以预测的增长动力有三个方面,一个是乳业的新势力。在伊利、蒙牛这些行业大佬领袖品牌之外,随着消费的升级、碎片化、裂变化,有一些新势力的企业发展也不错,比如推出了一些差异化产品的君乐宝、新希望乳业、天润乳业,以及从线上成长起来的一头牛、简爱、裸酸奶,还有来自于草原的蓝格格以及一些区域性的企业,像深圳的卡士等。他们独具特色的品牌,推出来的差异化产品,追求了更高的价格带,也赢得了一部分消费者青睐,成为增长新动力。

第二个动力是鲜奶。鲜奶是在常温奶崛起之前,中国市场主要是巴氏奶。从这两年来看,在常温奶发展达到这么大的体量之后,几个乳业巨头又开始重新聚焦和关注鲜奶。

第三个乳品的动力是奶酪。大家可以看到像伊利、蒙牛



都成立了奶酪事业部,一些乳业新势力比如认养一头牛,最近也推出来奶酪产品。奶酪本身就是迎合了乳品消费升级,满足年轻人、儿童的消费需求。

此外大家也看好的就是奶酪的产品特点,是让乳品在休闲领域进行延伸。

## 白酒

### 名优企业将发展得更好

回顾过去一年白酒行业的发展,不难发现“酒价普涨”是大家最为关注的焦点。在过去一年里,以五粮液、洋河、汾酒、郎酒、泸州老窖等为代表的品牌白酒“涨声四起”,不断推高了中高端白酒的市场价格。

然而与此同时,白酒行业竞争格局愈发清晰,寡头化趋势趋于明显,名酒渠道下沉,也使得区域酒企感受到空前的压力,高端白酒强者恒强,中小酒企市场则受到大酒企的挤压越发严重,面临生死考验。统计数据显示,2019年1月至10月全国白酒产业实现利润1122亿元,其中排名前50的酒企占据行业利润90%以上。对此不少业内人士

表示,2020年白酒市场预计总体仍会比较平稳,一线名优白酒企业将取得更好的业绩,占领更大的市场。但是相当多的规模以上企业会面对更加残酷的生存环境,因为会被一线企业挤压,部分企业将减产、停产,甚至亏损、被兼并重组。

此外也有专家指出,随着可视化溯源技术的发展,未来生产能力大、管理好、注重质量的企业(或原酒企业)都会获得较大的发展空间,而之前过多渲染文化而没有过硬质量的企业,就会比较艰难。值得注意的是,随着消费的多元化,一款产品“通吃”的情况也会逐渐消失,小众化和定制化产品会越来越多。可以预见的是,伴随着中国酒类消费量与频次的下降,中国酒类市场将会进一步品类多元化与消费碎片化,同时转型过程中以体验式场景效应为主要的酒庄模式、新零售模式迎来新的发展机遇。

## 饮料

### 新式茶饮崛起 瓶装水发展迅猛

梁剑认为从2019年来看,

饮料行业没有更多的新门类强势崛起,但是每个门类都在升级变化。比如说茶饮的典型发展趋势,就是新式茶饮的崛起。

“新式茶饮没有一个特别准确的定义,实际上就是外观更时尚、颜值更高、品质更升级,实现了混搭的一些产品。比如茶饮料和果汁的混搭,过去常用的是茶饮料+果汁。2019年我们看到果汁茶发展非常快,成为茶饮料的一个重要代表。而从果汁和果汁饮料看,相对其他的饮品并没有做成代表时尚生活方式的大品类,这其中确实跟过去的行业老大引导不足有一定的关系。在2019年农夫山泉的NFC果汁有不错的市场表现。2020年我觉得会更关注小品种果汁的发展,比如像芒果汁,也包括像NFC、HBP采用的一些技术创新的果汁。当然果汁也要在生活方式推广方面多下一些功夫。”梁剑表示。

值得注意的是,瓶装水作为目前整个饮料行业最大的一个门类,2020年的发展仍然被业内持续看好。相关数据显示,2013-2018年我国瓶装水销售规模逐年增长,由2013年1069.2亿元增长至2018年的1830.9亿元。2020年,我国瓶装水行业市场规模有望突破2000亿元,其市场前景十分广阔。如此广阔的市场,也吸引了众多品牌跨界卖水。例如,去年10月乳业巨头伊利宣布推出自己的矿泉水品牌inikin伊刻活泉,正式跨界瓶装水行业。业内人士指出,在成熟的瓶装水市场中,除矿泉水占比高、高端水市场相对发达外,另一个特点是细分产品丰富,差异化、功能化特点日益凸显。例如,可推出母婴水、气泡水、儿童水等功能性产品以迎合不同的消费需求。此外,目前中国市场瓶装水种类相对单一,

以满足消费者解渴需求为主,功能性瓶装水市场相对空白。

## 零食

### 功能性、营养新需求增强

在健康养生意识的驱动下,大家对于日常食用的零食也提出了更高的要求,即功能性、营养健康。

近几年来,零食市场蓬勃发展,据英敏特2019年英国消费者零食调查报告显示,有66%的成年人每天至少要吃一次零食。而近几年来,消费者对于零食的需求正朝着具有功能性且更健康的方向发展。

其中膨化零食是零食类别中健康化趋势更为明显的品类,不少品牌从业者甚至将膨化零食列为2020年的特定趋势。此外,蛋白质零食的选择也显著增多不少品牌发布的植物蛋白棒等产品正在不断受到消费者的追捧。

值得注意的是,我国的零食行业发展同样异常迅猛,有数据预测,我国2020年整个休闲零食市场规模将会达到3万亿元。在大健康背景下,不少零食企业都会在配方成分、生产工艺等方面下功夫,例如,配方成分上做减肥减糖减盐,生产工艺上,之前的膨化零食都以油炸居多,而现在,轻烘焙技术、脱油技术、冻干技术等出现,能让零食在保留原本风味及营养的情况下,将健康化提升。

此外值得注意的是,随着互联网的不断发展,新兴零售渠道快速兴起,依托线上渠道的传播与销售,一批诸如脏脏包、山药脆片、每日坚果、火鸡面等爆款零食凭借着高颜值、健康化、个性化、趣味性等特点异军突起,成为了零食界的“网红”。

(《北京晚报》)

# 国内首个《红枣制品》团体标准发布

本报讯 近年来,河北省沧州市县委、县政府高度重视红枣产业的规范和发展,扶持力度不断加大,2019年沧州市崔尔庄红枣市场年交易额超350亿元,成为全国最大的红枣交易集散地。依托地域性资源优势,沧州市乃至河北省的主要特色食品产业之一,沧县一跃成为年产值超过300亿元的全国最大枣制品生产加工基地,发展潜力巨大。

沧县枣制品的主要品种有香酥脆枣、夹心枣、蜜枣、枣干、枣片、枣品饮料、枣粉、枣泥等,

由于许多枣加工制品没有统一的标准规范,红枣加工企业和监管部门都面临着巨大困扰。为统一规范红枣制品的原料、加工工艺、质量指标、安全指标、检验方法、标志、包装、运输和贮存等过程,充分发挥标准引领和技术支撑作用,解决沧县红枣制品产品缺乏标准监管和约束的窘境,2019年初,沧州市市场监督管理局积极牵头组织辖区沧州思宏枣业有限公司、沧州全鑫食品有限公司、河北华聚食品有限公司等10余家红枣龙头企业联合黄骅、承德等地的枣加

工企业共同发起了《红枣制品》团体标准的起草制定工作。

2019年4月22日,红枣制品省级团体标准立项申请正式被河北省食品工业协会批准。之后,沧州市市场监督管理局多方沟通协调,组织多名长期从事红枣制品加工、质量安全研究、生产和检验工作以及经过相关标准化培训,具有制定、修订和审查相关标准经验及能力的专业技术人员组成了标准起草工作组,负责红枣制品团体标准的起草、调研等工作。2019年9月,沧州市市场监管局、

标准起草工作组邀请10余家红枣制品生产企业和相关专家,召开《红枣制品团体标准》草稿研讨会,集中对红枣制品的定义、加工工艺要求等进行讨论并达成共识,初步确立了《红枣制品》团体标准(征求意见稿)。2019年10月,《红枣制品》团体标准(征求意见稿)在全国团体标准信息平台正式发布,公开征求社会意见。2019年12月29日河北省食品工业协会团体标准审定会议召开,《红枣制品》团体标准终于顺利通过专家审定。

《红枣制品》团体标准是国内首个红枣制品团体标准,其审定通过标志着沧县乃至河北省红枣制品产业正式进入新的发展阶段。沧县作为国内红枣的主产区之一,发起起草并成功推动《红枣制品》团体标准通过审定,为进一步维护消费者的合法权益并为市场监督管理及监管提供了重要技术支撑,对推动区域枣制品生产企业同标、同质、同发展,大力节约企业成本,破除企业发展瓶颈具有里程碑意义。

(据河北省市场监督管理局官网)