

饮料行业的2020年：

无糖化成风口 品牌不断拓展产品线

2020年,受新冠肺炎疫情影响,消费端对“健康”产品的需求提升,无糖饮料成为2020年的消费热词。

作为带动无糖饮料发展的品牌,元气森林不断拓展产品矩阵,推出了奶茶、茶饮料、果汁饮品、维生素能量饮料等多种产品。而元气森林的动作也是饮料行业的缩影,在2020年,不少饮料品牌推出新品,涉足新品类,打造自身的品牌护城河。

无糖饮料盛行

纵观2020年饮料市场,无糖饮料可谓是主流。在代表品牌元气森林走红后,越来越多的品牌推出了无糖产品。如健力宝先后推出了“0糖0脂”的“微泡”无糖气泡水和“健力宝纤维+运动饮料”;雀巢也推出了主打“0糖、0脂、0能量”且特别添加维生素B6、叶酸等成分的优活气泡水。除了常规的饮料企业,茶饮企业也想分一杯羹,如新式茶饮品牌喜茶就推出了主打“0糖”的“喜小茶”气泡水。

而在业绩方面,无糖饮料

也为企业带去了较大助力。农夫山泉在2020年半年报中表示,在无糖黑咖、低糖奶咖以及低糖椰咖等无糖主义新产物的推动下,新产品的收益增幅较2019年同期同比上升210.3%。

实际上,无糖饮料并不新鲜。早在1982年,可口可乐就推出了无糖健怡可乐(Diet Coke),2005年又推出了无糖但更接近原味的零度可乐,后来还出现了主打绿色健康概念的绿罐可口可乐生活(Life)。而可口可乐的老对手百事可乐在1964年就推出了轻怡百事,主打无糖概念。1993年,百事极度可乐在英国推出,并于2009年进入中国市场。

走访市场发现,从代糖原料来看,可口可乐旗下的可口可乐纤维+、雪碧纤维+,百事可乐旗下的百事可乐无糖产品,以及一款名为“afi无糖可乐汽水”的产品,主要采用阿斯巴甜作为代糖。而元气森林旗下的无糖产品、健力宝纤维+橙蜜味运动饮料、怪兽Monster无糖能量饮料等采用的代糖是赤藓糖醇。此外,维他奶在2019年4月推出的豆奶产品“青亲地

球”,则采用了甜叶菊糖苷。

资料显示,赤藓糖醇的口感与白糖最接近,但不参与人体糖代谢,能量系数为0 kJ/g,而甜叶菊糖苷则提取自天然甜叶菊叶,具有低热量、高甜度的特点。

经济学家宋清辉表示,在人们日益注重健康、天然饮品的大环境下,无糖已经成为一种主流趋势。在此背景下,饮料行业纷纷发力无糖饮料,迎合消费潮流。饮料行业在去年的发展过程中有许多共同点,注重安全、注重健康以及无糖、低糖是其最大的共性。

消费品行业投资人辛伟东表示,在供给端方面,饮料行业天然具有休闲属性,满足即饮需求,产品迭代速度本身相较于其他计划性、基础性品类更快。通过品类创新、包装创新、内容物创新、渠道创新等,企业能够向消费者准确输出品牌内涵,形成牢固的品牌心智。

企业产品线不断拓展

2020年,不少品牌开始不再依赖单一产品,尝试拓展自

身产品线,打造品牌矩阵。

以元气森林为例,经过多年发展,除了消费者最熟知的气泡水,元气森林还覆盖奶茶、茶饮料、果汁饮品、维生素能量饮料等多个品类。2020年下半年,元气森林推出了迪士尼乳茶好运盲盒、迪士尼限定版乳茶、外星人电解质水、满分果汁微气泡、mini款小乳茶、夏黑葡萄味气泡水、满分夏黑葡萄果汁、0蔗糖北海牧场酸奶等多款产品。

而这些并非元气森林的全部产品,2020年12月,元气森林创始人唐彬森向媒体透露,元气森林还有95%的产品没有推出,并称2021年的研发费用和研发人员都将是2020年的3倍。

与此同时,老牌汽水品牌北冰洋也在2020年推出了不少新品。2020年11月底,北冰洋在品牌85周年新品发布会上,一口气推出了13款新品。包括5款纪念版新包装产品,“杞橙、天生桂杞、敲核、打麦”4款热饮产品,“萄气儿、熊劲儿、莓招儿”三款新口味果汁汽水以及一款低糖汽水。产品涉及果汁饮料、谷类饮料、

茶饮料等品类。

据北冰洋负责人当时透露:“果汁饮料、谷类饮料、茶饮料等健康品类将逐渐成为饮料业的主力军。北冰洋也在不断适应当下消费业态中迭代升级,推陈出新。”

辛伟东将2020年饮料行业的特点总结为:“渠道丰富、场景拓展、年轻化创新。”其中,渠道丰富,更多体现在线上线下、到家到店全渠道,产业渠道一体化。在场景拓展方面,企业将常温饮品拓宽到冰饮和暖饮,场景更多元,渗透率提升。此外,饮料行业也开始重新定义和细分新人群,侧重年轻人,人货场匹配和重构。

辛伟东表示,2020年的饮料消费市场,需求端更加多元,基于主流消费人群对于健康、功能、颜值、个性、潮流、细节的追求,通过创新赋予产品新价值,购买者会觉得物有所值。此外,新冠肺炎疫情对居民生活方式带来了巨大影响,比如倡导健康生活、重构社交方式、渠道网络迭代、消费回归家庭等,也在一定程度上推进了行业创新的步伐。

(中国网)

北大荒完达山乳业与江南大学签署战略合作协议

本报讯 日前,北大荒完达山乳业股份有限公司与江南大学战略合作签约仪式在无锡举行。北大荒农垦集团有限公司党委委员、副总经理,北大荒完达山乳业股份有限公司党委书记、董事长王贵,江南大学校长助理张光生出席签约仪式。北大荒完达山乳业副总经理王利代表完达山与江南大学及教授团队签署战略合作协议。江南大学产业研究院院长刘龙、食品学院院长刘元法出席签约仪式。

此次战略合作,北大荒完达山乳业将与江南大学共同建立协同创新实验室。该实验室将以江南大学食品学科为核心,整合汇聚校企多方优势力量,在中国母乳研究、乳脂深加工和功能脂质开发等领域开展全方位的长期研究合作。

王贵表示,北大荒完达山乳业始终坚持以科技创新驱动企业发展,希望借助此次

签约,进一步与江南大学建立全方位、多维度的战略合作伙伴关系。未来,北大荒完达山乳业将在前瞻性技术研究、产业关键共性技术攻关、战略性目标产品开发、高层次人才引进与培养等方面与江南大学持续开展深度合作,实现校企双赢。

张光生表示,江南大学是教育部直属、国家“211工程”重点建设高校和一流学科建设高校。学校食品科学与工程专业入选“双一流”建设学科名单。在软科世界一流学科排名中,学校食品科学与工程专业蝉联世界排名第1名。此次与北大荒完达山乳业建立合作关系,共同开展高水平学术合作,一方面,为“完达山”系列产品开发提供科学理论依据和技术指导,另一方面,将开展重点项目合作研究,助力高校与企业人才培养交流,共同促进健康科学与技术的创新发展。

白酒股该醒醒了

□ 周子黄

曾经“无坚不摧”的白酒股近来已连续多日下挫,持有贵州茅台股份数量最多的基金也开始减持。

1月19日,白酒股下跌。金融数据和分析工具服务商万得(Wind)数据显示,白酒指数下滑1.58%,18只白酒股中有14家出现下跌。其中,龙头酒企贵州茅台下跌2.6%,单日市值蒸发约670亿元。据悉,自2020年以来,贵州茅台股价上涨了74%,市值也从1.46万亿元攀升至2.6万亿元。

有意思的事,当日上午10时42分,曾高呼“贵州茅台一万年不会崩盘”的贵州茅台“铁粉”但斌发微博称:“体检,医生建议我不要喝酒了。”这被网友解读为但斌“戒酒”了。此外,消息显示,全球持有茅台股份数量最多的基金早在2020年第四季度就已减持贵州茅台,累计套现超8亿元。

实际上,自今年1月8日

以来,白酒股便开启了下行走势,1月11日-1月15日的一周,白酒股更是出现了“五天四跌”的行情。

白酒股的“不同寻常”引来舆论热议,并多次登上微博热搜。近日,微博上关于白酒股的话题包括#白酒股还能涨多久# #白酒股还能买吗# #白酒下跌# #白酒板块还能涨吗#等。

有关白酒股的段子更是刷遍各大社交平台,有“年少不知白酒香,错把诺安加满仓;年老追着白酒跑,输光方知诺安好”“年少不知白酒香,错把港股加满仓;如今港股满花香,悔恨现在酒满仓”等说法。

对此,研究机构看法不一。开源证券报告显示,2021年白酒市场乐观,一是在新冠肺炎疫情整体可控的背景下,民众春节消费需求仍然迫切;二是商务市场影响较小,家庭消费需求仍然旺盛。在低基数背景下,2021年需求同比增长仍可期待。

民生证券报告也显示,从

历史经验来看,一月份白酒板块跑赢市场的概率,一直是全年最低的。民生证券认为,白酒牛市的存在基于贵州茅台价格牛市,贵州茅台上周批价的强势表现,也使得其股价仅有微幅调整。因此,考虑到板块前期绝对涨幅较大的背景,再结合近期疫情多点散发带来的情绪影响,短期回调实属正常。

不过,也有机构表示悲观。例如,中金公司近日指出,目前部分小酒企炒作已经脱离了基本面或对业绩增长有较大透支,资金推动上涨,需警惕短期情绪回落带来的冲击。下一步监管层可能会更加关注白酒股走势。

华创证券报告也显示,有两点可说明当前白酒板块估值偏高,一是当前白酒板块估值已达到历史高点;二是小酒企市值远远脱离基本面,有资本泡沫推动的因素。市场近期对疫情反复的担忧成为估值高位回调的导火索,短期过热情绪开始消化。