

奶酪市场竞争升级 被消费者认可是关键

本报讯 孟刚 在蒙牛入主妙可蓝多之后,君乐宝乳业近日也首次推出奶酪产品。业内专家表示,奶酪市场前景广阔,乳企的不断入局已导致行业竞争升级,而在竞争的背后,如何推出满足国内消费者需求的产品成为企业角逐的关键。

君乐宝乳业近日首次推出奶酪产品,通过双品牌运营的方式,瞄准儿童即食奶酪市场,推出营养更加均衡全面的涨芝士啦增聪配方奶酪棒,同时对思克奇儿童配方奶酪棒进行了全面升级,满足消费新需求。事实上,百亿规模的奶酪市场竞争早已拉开帷幕。

奶酪素有“奶黄金”之称。通常情况下,每公斤奶酪由约10公斤的牛奶浓缩而成,含有丰富的蛋白质、钙和维生素等营养成分,营养价值突出。智研咨询发布的《2020—2026年中国奶酪行业市场需求前景及竞争策略研究报告》数据显示,2019年我国零售奶酪终端市场规模约65.5亿元,2010—2019年复合增速达到22%;预计2024年终端市场规模将达到112亿元,2020—2024年均复合增速可达到12%。

尽管增速很高,但我国奶酪人均年消费量却很低,如2019年仅有0.1kg,远低于发达国家人均年消费量12.91kg,也低于3.13kg的世界平均水平。对比饮食习惯相近的其他亚洲发达国家,日本和韩国的人均年消费量已分别达到2.66kg和

3.23kg。从奶酪占乳制品消费比例来看,目前我国奶酪消费仅占1.5%,但饮食结构相似的日本和韩国已分别达到18%和47%。

相比之下,我国奶酪消费量提升空间广阔,在看到这一点后众多企业加速布局也不难理解。

此外,企业争相布局奶酪市场还与政策利好有关。在2018年,国务院办公厅印发了《关于推进奶业振兴保障乳品质量安全的意见》,明确提出要优化乳品结构,发展奶酪制品,该政策为奶酪行业的发展带来了机遇。此外,在2019年奶酪发展高峰论坛上,农业农村部副部长于康震也指出,一杯牛奶强壮一个民族,一块奶酪兴盛一个产业,要让消费者从“喝奶”向“吃奶”转变。随着奶酪扶持政策不断出台,我国奶酪行业有望加速发展。

中国食品产业分析师朱丹蓬认为,老牌乳企不断加注奶酪市场,新兴奶酪品牌频频获得融资,当后来者正风风火火入局之时,行业先行者之间的竞争已经升级。

乳业专家宋亮则告诉记者,毫无疑问,奶酪市场竞争日趋激烈,如何被消费者认可成为企业角逐的关键。一方面,奶酪加工企业要创新研发奶酪生产新工艺、新技术,不断丰富奶酪的品类,研发适合中国人饮食习惯的奶酪产品;另一方面,企业可以在海外布局奶源、生产奶酪,然后组织进入国内市场,满足烘焙、餐饮等业务需求。

茶博会4月底将于农展馆举办

汇聚13000款茗茶

本报讯 据中新网消息为进一步助力茶产业发展,第十三届中国(北京)国际茶业及茶艺博览会将于2021年4月23—26日在北京全国农业展览馆1、3、11号馆举办,1300多个标准展位,15000多款茶叶、茶具及相关产品将集体亮相。

近年来,中国茶叶需求量逐渐增大,消费者对茶叶品质要求也逐渐提高。数据显示,2021年1月,接近九成网民是茶叶消费用户,茶叶成为了人们生活的刚需。

北京茶叶年均销售额超过1.2万吨,是我国北方的主要茶叶消费城市。业内人士认为,北京独特的地理位置决定了其在茶叶消费市场中的引领地位。北京茶叶销售及茶叶市场的动态,对我国

茶叶市场起着巨大的影响作用。当下正值春季,正是消费者购买品赏茶叶的最佳时期,北京将迎来茗茶的消费高峰期。

本届茶博会展出面积达26000平米,超过1300个标准展位,超过15000款茶叶、茶具及相关产品将亮相。茶叶涵盖绿茶、黄茶、普洱、黑茶、红茶、白茶、乌龙茶、拼配茶、新茶饮等国内外主要茶产区的品质茶叶,约有13000款茗茶。在茶具方面,宜兴紫砂、景德镇陶瓷、建盏、银壶等及茶工艺品、茶食品、茶服等产品将集中亮相。

本届茶艺博览会由中国农业国际合作促进会主办,中国农业国际合作促进会产业委员会、北京京港环球国际展览有限公司承办。

本报讯 随着限塑令推行,北京市面上大部分茶饮店已经更换了塑料吸管,但替代品纸吸管质量参差不齐,容易泡软、出现纸屑等问题频频被消费者吐槽,部分门店甚至悄悄又换回了普通塑料吸管。小小一根吸管,为何难倒庞大的茶饮行业?

纸吸管遭嫌弃,
环保吸管成本高……

一根吸管 难倒了茶饮行业?

纸吸管体验不佳遭嫌弃

“以前一杯奶茶的快乐能维持俩小时,现在换了纸吸管,半小时之内就得喝完,不然吸管泡软糊住了根本吸不上来。”北京在校大学生小刘说。今年“最强限塑令”实施以来,茶饮企业纷纷摒弃一次性塑料吸管,多数企业选择使用纸吸管进行替代。但自打“上岗”以来,纸吸管遭到各地消费者的“嫌弃”。在社交媒体上,关于“纸吸管”的讨论越来越多,吐槽声逐渐盖过了支持环保的表态。甚至有网友表示,“喝着喝着吸管突然散开了”“用纸吸管喝奶茶时像啃卫生纸芯”“纸吸管让我成功戒掉了奶茶”。

纸吸管饮用体验差甚至让部分奶茶店生意出现小幅下滑,为了迎合消费者的需求,有的奶茶店又悄悄用上了一次性塑料吸管。记者注意到,三里屯一家茶颜观色奶茶店的柜台上,现在还能见到一次性塑料吸管的身影,外卖提供的也是普通一次性塑料吸管。“可降解塑料吸管现在还没到货。”店里工作人员解释说。

除了饮用体验不佳,纸吸管的成本高得多,更换纸吸管对于企业而言显得有些“费力不讨好”,这也让不少奶茶店缺乏更换动力。

可降解塑料吸管成本高

记者从国内一家纸塑包装企业了解到,目前除了纸吸管之外,市面上常见的环保吸管是添加PBS成分的PLA可降解塑料吸管。纯PLA吸管的热变形温度在65℃左右,在其中加入可以耐高温的PBS材料后,使用温度已经能够达到零下10℃至80℃之间,基本能够满足奶茶的饮用需求,口感也比纸吸管更好。

但这种吸管的成本也更高。上述企业负责人介绍,以目前市面上常见的口径1.1厘米、长度23厘米的常规奶茶吸管为例,纸吸管的成本通常在0.1元以内,但添加PBS成分的PLA吸管成本价格则在0.16元左右。且这种石化基塑料的原材料产量本身就非常少,常常处于供不应求的状态。据国内一家大型连锁快餐企业负责人透露,仅更换吸管一项,每年增加的成本预计将达到千万元级别。

可降解产品市场竞争无序和成本居高不下让商家面临选择困难。对此,有专家建议饮品店改变产品包装,改为带吸口的杯盖;或者改变饮品配方,让消费者不用吸管仍然能获得很好的口感。

不锈钢吸管网上悄然走俏

实际上,单纯从产品本身

来看,纸制品确实比一次性塑料制品更环保。但清华大学环境学院教授刘建国介绍,如果从产品全生命周期角度来看,纸制品在生产、消费、废弃过程中带来的水电消耗、环境污染和碳排放可能更多。为了寻找更好的替代品,最近一段时间以来,网购平台上可重复使用的不锈钢吸管逐渐受到消费者的关注。记者注意到,淘宝平台上许多304不锈钢吸管的月销量都超过千笔。“今年以来订单一直上涨,比去年多了好几倍。”一家网店的客服人员说。

除了过去常见的口径较细的吸管,现在许多网上店铺都新上了口径在1.1厘米左右、适合饮用奶茶的不锈钢吸管,并且搭配塑料或不锈钢材质的吸管收纳盒,方便消费者携带。从商品评价来看,许多消费者购买这种吸管是为了代替纸吸管使用,不少人留言表示,购买不锈钢吸管后已经逐渐养成了不使用一次性吸管的习惯。

在刘建国看来,包装企业和茶饮企业理应努力提升替代品的产品质量,但塑料制品使用的核心在于“一次性”,而不是塑料本身。“比起更换其它材质,我们更应该努力摒弃一次性消费文化,做到物尽其用,这更是一种环保的生活方式。”刘建国说。

(据《北京日报》)