

电解质饮品成新风口 功能饮品市场迎来新“鲑鱼”

□ 孙吉正

长久以来,固体电解质饮品一直是以外资品牌为主且较为小众的。伴随着大健康产业的不断发展,很多快消品牌将电解质饮料视为新的风口,试图将电解质饮料扩张成一个全新的品类。

快消行业专家路胜贞认为,长期以来,电解质饮品作为功能饮料与高强度运动高度捆绑而存在。此轮众多品牌方相继加入,有望使得电解质饮品在功能饮品市场掀起“鲑鱼效应”,促使功能饮品市场加速发展。

同时,中国食品产业分析师朱丹蓬指出,电解质饮品的功效在已被国内外普遍认可的前提下,确有很大的发展前景,但作为功能性饮料的一种,电解质饮品与传统能量饮料仍存在差异,如果品牌方要将电解质饮品这一细分领域做大,就必须对电解质饮品的独特功能性做长足的消费者培育。

健康牌下的潜力股。据中国饮料工业协会资料,2019年中国饮料产量达到了17763万吨,维生素、运动、能量等功能饮料得到了较快的发展,2013年—2019年其

年均增长率高于同期饮料总体年均增长率。其中,电解质饮料作为功能性饮料的一种,开始走入大众视野。

值得注意的是,根据《中国软饮料分类标准》,功能饮料是指通过调整饮料中营养素的成分和含量比例,以适应某些特殊人群营养需要的饮品。根据其功能大致可分为运动饮料、维生素饮料、能量饮料、电解质饮料和其他特殊用途饮料。

值得注意的是,虽然国内功能饮料发展较快,但长期以来国内的功能饮料主要是由维生素饮料、能量饮料占据市场。

欧睿国际数据显示,2019年我国能量饮料市场排名前四大的企业合计实现销售金额377.81亿元,市场占有率为88%。从整个功能饮料市场来看,电解质饮品市场规模有限,各大数据库仍被作为其他统计选项而存在。

路胜贞说,从当时的市场层面来看,消费者端对于该品类的认知始终没有拓宽。

近年来,在大健康风潮的加持下,低糖低碳席卷了饮料行业,电解质饮料因自身特性优势开始

向大众延伸。

“对这些传统巨头来说,他们只需要观察消费市场对电解质饮品的态度,如果确实迎来新一轮热潮,他们可以迅速调动资源,利用现有的品牌和产品抢夺新一轮的风潮。”路胜贞说。

功能性待普及。对电解质饮料的功效,近年来国内均有较为权威的认证。电解质饮料作为功能性饮品,其饮用的场景和状态是受到一定限制的,并不能取代普通的饮料产品。

同时,大量的数据文献显示,腹泻、汗蒸、密室等会流汗与消耗体力的场景下,电解质饮料仍然可以起到补充人体机能的作用。

朱丹蓬说,目前低糖、低口感仍是饮料行业的风潮。电解质饮料目前备受关注,是因为符合大众消费者的口感,而并非其功效。从市场的更替来看,如果单纯靠口感很难固定住一批坚定的消费者。

路胜贞表示,未来电解质饮品想要获得长足的发展,需要一个甚至多个头部品牌对电解质饮料饮品进行长期的消费者培育,使其功能性被大众接受和认可,这样才能逐步发展成一个新的品类分支。

国内啤酒行业高端化发展进入新时期

本报讯 王丽新 袁传玺
3月25日,国产啤酒行业老大华润啤酒交出了一份营收微增,净利润翻倍增长的成绩单。

如果把啤酒行业的发展分为上半场和下半场的话,目前来看,啤酒行业上半场已经完成了优化产能关厂阶段,下半场的优化产能是增加优质产能结构,包括搭建一些超级工厂。而这些动作的背后,则是基于啤酒行业的高端化时代已经来临,啤酒企业为高端化发展谋篇布局。

事实上,啤酒行业过去很长一段时间处于微利状态。低价低质也一度成为国产啤酒的代名词,而高端啤酒领域则被外资品牌垄断。为了改变国产啤酒的颓势,作为行业龙头的华润啤酒率先拿起了“手术刀”,去产能关工厂一度成为啤酒企业的主要动作。虽然现在关闭旧厂房的动作还在持续,但已经不再是主旋律。

中国酒业协会秘书长兼啤酒分会理事长何勇表示,2021年是中国啤酒高端化的元年。从当下国内企

业的整体表现来看,国内啤酒行业高端化发展进入了一个新的繁荣时代。

根据中国酒业协会发布的2021年全国酿酒行业总产量相关数据显示,国内啤酒产量达到3562.43万千升,同比增长5.6%。这是啤酒行业2013年见顶、连续8年负增长下,首次出现恢复性增长。

除了华润啤酒扩建大型厂房外,包括青岛啤酒、重庆啤酒在内多家啤酒都在积极的扩产能。对此,啤酒行业专家方刚在接受采访时则表示,这是啤酒企业产能优化的具体表现。

在白酒行业,千元酒价位的竞争一直是热点话题,而啤酒行业在告别“低质低价”后,布局高端及超高端产品,也成为行业龙头的必选动作。

去年,华润啤酒推出天花板产品醴酒上市,百威、青岛啤酒紧随其后也推出了千元啤酒上市,而啤酒企业的这些动作,在侯孝海看来,是三大啤酒企业在共同促进行业高端化发展,不断推进啤酒产业升级和科技进步。



贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960

