

追逐健康打响原料配方“升级战” 国内饮料企业 酝酿市场格局反转

□ 张钦

继这两年来国产奶粉逐步收复失地占据了市场主流之后,随着盛夏消费旺季的到来,国产饮料行业也抱团反攻,大有重塑市场格局之势。从今年夏季的饮品市场看,无论是传统老牌饮料还是刚刚崛起的新锐品牌,都竞相打起原料配方“升级战”,“无糖”“零卡”“无添加”等成为年度新产品的卖点:老字号品牌北冰洋汽水果汁代替香精,新消费品牌奈雪的茶以天然罗汉果汁代替糖,元气森林也宣布全线气泡水产品不再添加苯甲酸钠、山梨酸钾等化学防腐剂。

不过如今,“无糖”“零卡”已经成为流行饮料的标配。“虽然竞争对手多了,但我们却更感欣慰”,元气森林一位产品研发负责人表示。一个不容回避的现实是,饮料配方的健康升级直接带来的是成本的提升。元气森林内部研发人士表示,比如为了不在饮料中添加化学防腐剂,生产线就必须达到更高的无菌标准,企业为此要投入大笔费用。这位人士坦言,企业对此

也进行了反复权衡,最终才坚持了这种高成本的配方选择。“因为我们的研发表明,南海海盐中含有人体所需的钙、镁、钾、锶、硒等多种微量元素,能够较目前的功能饮料更具竞争优势”。他将这种选择成为饮料行业的“卷”。

一位长期跟踪中国饮料行业发展的专业人士在接受采访时表示,国产饮料几十年的变革和发展其实都是通过激烈的市场竞争相互促进前行的。他介绍,我国曾于1982年将饮料列入“国家计划管理产品”,当时的北冰洋、山海关、正广和、崂山可乐等8个国产碳酸饮料品牌占据了各大山头,销售额能占到全国的42%。上世纪90年代,娃哈哈、旭日、汇源、露露等品牌陆续涌现,我国饮料市场越发呈现出蓬勃发展态势。

不过此后随着可口可乐、百事可乐等国际品牌扩大在中国的投资发展,以及来自中国台湾的康师傅、统一日益看中内地市场争相布局,更新颖的配方和口感迅速占据了人们消费的潮流。近年来随着饮料细分市场不断发展,国产饮料品牌正

在一步步抢回市场份额;凉茶饮料则凭借精准的本土文化定位,创造过市场奇迹。近两年来,国货品牌在无糖饮料市场异军突起,无论是元气森林这样的新锐品牌还是很多品牌积淀深厚的老字号品牌也纷纷加入“无糖阵营”,成功实现了对跨国饮料品牌的市场逆袭并在一定程度上建起了护城河。

有行业人士表示,与之前跨国饮料巨头惯用的品牌、营销攻势相比,这一轮以消费者健康意识和需求为核心的变革无疑对行业的推动作用更为明显。而其中一个标志性事件就是,越来越多人们熟悉的洋品牌食品饮料不断被爆出在配方原料上内外有别的“双标”。

“现在信息透明、科普类渠道也多,年轻消费者对配料、原料愈发非常敏感,所以也逼的企业不得不在这上面越来越花心思。”随着消费者对产品需求的变化和对更高品质生活的追求,今年国产饮料配方自我升级的趋势格外明显,这不仅是国潮兴起的大势所趋,背后也是国货品牌与技术创新实力的体现。

含糖饮料不能替代水 专家建议应少喝或不喝

本报讯 近年来,我国含糖饮料的生产和销售在不断增长,儿童饮用饮料,包括含糖饮料的行为越来越普遍。有研究显示,过量饮用含糖饮料能够增加龋齿等一系列疾病的风险,对健康不利。北京大学公共卫生学院教授、中国营养学会副理事长马冠生教授建议,应当少喝或不喝含糖饮料,不能拿含糖饮料替代水。

据了解,含糖饮料指的是在制作饮料的过程中人工添加糖,且含糖量在5%以上的饮料。目前我国饮料市场中超过半数的饮料都是含糖饮料。

世界卫生组织发布的《成人和儿童糖摄入量指南》中建议,整个生命历程中应当减少游离糖摄入量。成人和儿童游离糖摄入量应该减少至总能量的10%以内,如果能进一步控制在5%以内,将对健康带来更多的益处。

《中国居民膳食营养素参考摄入量》(2013版)中,成人和儿童可接受的

游离糖摄入量每天应低于50克。“市面上普通的碳酸饮料含糖量大约为11—12克/100毫升,即每天喝一瓶550毫升装的碳酸饮料摄入的糖就已经超标了。因此,应当少喝或不喝含糖饮料,不能拿含糖饮料替代水。”马冠生指出。

“白水廉价易得,安全卫生,不用担心‘添加糖’带来的健康风险,建议首选白水;包装饮用水如矿泉水等,也可以酌情选用,但不建议经常饮用纯净水。”马冠生说。

针对有些人尤其是儿童不喜欢喝没有味道的白水,马冠生建议,可以在水中加入1—2片新鲜柠檬片、3—4片薄荷叶等增加水的色彩和味道,也可以自制一些传统饮品,如绿豆汤、酸梅汤等,注意不要添加糖。

此外,成人也可以选择喝淡茶水或咖啡,但不宜大量饮用浓茶,也不宜过量喝咖啡。

(《消费日报》)

贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

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

中康一品

QR CODE

广告

