

现制茶饮进入“控糖时代”

新茶饮正成为年轻人下午茶的选择之一。新鲜的水果、浓郁的鲜奶、传统的中国茶将新茶饮打造成年轻人独一无二的社交新方式。除了好喝，年轻人也开始关注健康问题，控糖的饮食方式在年轻群体中流行，对新茶饮也提出了同样的要求。

上海推行“营养选择”标识

历时半年，上海再度推进含糖饮料设立健康提示工作。由上海卫健委组织的营养健康指导项目建设，首批试点企业已经亮相。从2024年2月29日起，霸王茶姬上海地区门店全面推行“营养选择”标识，成为使用营养分级系统的新茶饮品牌。

实际上，自2023年8月起，上海市相关部门就开始了“饮料分级”提示的有关工作，并在2023年底启动“营养健康指导试点项目”。霸王茶姬率先申报，于2024年初，通过该项目评定，入选上海市首批试点单位。这也标志着上海对含糖饮料设立健康提示工作已拓展到现制现售领域的新茶饮行业。对新茶饮企业而言，这是品牌主动探索消费者需求的结果。对于消费者而言，实现“控糖”有了更便捷的途径。

食品健康指导标识因传递营养信息简明易懂，是指导居民选择更健康食物的重要手段。此次试行的“营养选择”标识，由上海市疾病预防控制中心制定，参考国内外标准、考虑饮料营养成分分布及人群饮料摄入情况，根据饮料中非乳源性糖、非糖甜味剂、饱和脂肪、反式脂肪的含量

对饮料进行综合分级，分级从A到D级，推荐程度递减。“营养选择”标识有助于消费者快速了解饮料综合营养信息并选择低负担饮品，满足“清爽低负担，控糖更健康”的茶饮消费需求。

多一种选择

新茶饮的糖度一直是消费者关心的问题，不少人在购买时会选择少糖或者不加糖。“营养选择”标识的出现，恰好满足消费者在这一方面的需求，有助于快速了解饮料综合营养信息并选择低负担饮品。业内预计，未来会有越来越多的企业推行“营养选择”标识。

为了能够让消费者低负担地饮用产品，霸王茶姬在项目前期提供了调研支撑，落实试点相关要求。新京报记者注意到，目前上海霸王茶姬门店都在吧台台卡上注明了“营养选择”标识的推行背景、市售饮料含糖量等科普信息。线上小程序产品详情页也进行了标识功能的全新适配，帮助消费者更好地实现控糖管理。

消费者在产品详情页选择不同杯型、温度、糖度后，系统会在右上角实时生成所选产品的具体分级。例如，一杯中杯、不另外加糖的“酌红袍”显示为A

级；一杯中杯、少糖的“伯牙绝弦”，被评为B级。

除了提升控糖意识之外，“营养选择”标识也对消费者的点单选择具有实质性的引导作用。霸王茶姬试点门店近一个月的数据显示，A、B两类分级饮品的销量占比出现持续上涨，近七成消费者在了解到“营养选择”标识的指引意义后，主动选择了A、B级饮品。

营养向上控糖成趋势

新茶饮行业发展迅速，随着门店数量越来越多，品牌触达的消费者数量正在不断攀升。行业要实现可持续发展，在于喝更健康的新茶饮、喝可以复购的新茶饮，从而做到良性循环。在此背景下，新茶饮采取积极措施，不仅是要减糖，还要倡导合理控糖。

新茶饮企业掀起“控糖”风的背后，是消费者对糖认知的觉醒。中国连锁经营协会发布的《2022新茶饮研究报告》显示，新茶饮的产品大多有“少糖”“半糖”“不额外加糖”“0卡糖”等选项。来自美团外卖的数据，北上广深客群选择正常糖的仅占四成左右，不同程度的少糖或半糖，成为新茶饮用户群体的常态化选择。



国茶实验室创始人罗军对新京报记者表示，新茶饮的发展从好喝、便利性开始，目前已全面进入到追求营养阶段。上海启用“营养选择”标识，有利于消费者一目了然产品营养信息。霸王茶姬的行动，在新茶饮品牌中起到带头作用，让行业发展迈进了一大步。未来新茶饮的趋势是能量向下、营养向上，这不是讲究追求更多能量的时代，而是讲究全面营养、健康控糖的时代。“新营养革命时代来临，行业需要适应新趋势而变革，推动行业健康化发展。”

(王子扬)



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


