

饮料企业多方响应饮料“营养选择”分级制度

日前,全国首个“营养选择”分级标识在上海试行,引发全网广泛热议。据悉,第二批评审结果将于5月公布。分级标识通过考量饮料在非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪等方面的含量和使用情况,基于综合判定将饮料分为ABCD四个评级,有效提高消费者选择的便利性。

根据营养等级划分,不含任何代糖,以及含有适量代糖但整体非乳源性糖分每100ml处于0.5~5g的饮料重点被划分在AB两个阵营。从消费认知及政府推荐标准来看,AB阵营的产品是健康程度更高的饮品,属于优等生,将成为消费市场最具竞争力的饮品类别。

专家认为,作为城市管理新模式的探索者和时代的先行者,上海在饮料分级领域的探索一方面印证了饮料健康化趋势的不可逆转,另一方面则将对市场上的饮料品牌企业产生重大影响,重新思考自身产品定位和发展战略或将成为很多饮料品牌接下来必须要重视的课题。

饮料“营养选择”分级标准落地 AB阵营将成企业竞争焦点

据悉,中国饮料市场的现状是C类产品居多,在上海饮料分级政策引导下,业内认为虽是试行,但是也让消费者的选择成本变低,未来饮料市场AB级别的产品或将持续增加,这会鼓励企业持续创新,寻找优质原料,让消费者受益。

数据显示,中国无糖饮料行业市场规模已从2015年的22.6亿元增长至2022年的199.6亿元,预计2027年市场规模或将

达到7489亿元。无糖饮料市场规模的指数级增长更加毫无悬念的印证了饮料健康化战略正在国内市场“长驱直入”,在这样的行业背景下,传统饮料企业、新势力品牌、跨界玩家纷纷入局健康赛道已屡见不鲜。

目前百事、可口可乐等传统饮料企业都在含糖饮料之外开辟无糖赛道,饮品新势力元气森林从品牌创立之初就开始布局无糖赛道,在行业内占据了先发优势,目前其无糖产品在整个产品矩阵中占比已达70%以上,无糖饮品更覆盖无糖茶、无糖气泡水、无糖功能性饮料等细分赛道。

“企业在饮料健康化转型方面的自觉,为此次上海饮料营养分级政策落地提供了土壤”,一位不具姓名的业内人士指出,“不过我们也看到,事实上尽管低糖、无糖饮料引起了很多企业的注意,但对很多传统饮料企业来说依然发力不足,高糖饮料依然占据其产品矩阵的核心地位”。

“赛道转型依然任重道远”,该分析人士指出,“这其中的阻力除了重新制定产品战略、打出品牌口碑、更新销售渠道等带来的巨大成本之外,产品的研发成本同样不容小觑。”以代糖“赤藓糖醇”为例,这是一种可应用于食品饮料加工领域,对人

体安全系数更高的天然代糖,但同时其成本相比此前饮料企业习惯使用的安赛蜜、阿斯巴甜、三氯蔗糖等都更加昂贵。据了解,在以元气森林为代表的饮品企业将该代糖应用到饮料添加之后,正在有更多追随者将其作为饮料增甜的更优方案。

“这肯定会带来饮料行业转型的阵痛,但赛道一旦转换完成将会是一片新的天地”,对于此次饮料分级举措,该分析人士依然表示乐观。

更多企业参与 第二批评审结果或将于5月份出炉

目前,很多上海市民已经可以在一些饮品的售卖页面、产品包装、货柜等场景看到饮料“营养选择”分级标识。据了解,首批参与分级的饮料企业目前已经评审完毕并公布,第二批评审结果或将于5月份出炉。

上海市疾控中心危害监控所营养健康科主任臧嘉捷表示,从现阶段的提报情况来看,第二轮参与评审的饮料企业很多,有意者可以提交产品资料进行申请,在营养分级标准进行更新完善之前,所有的分级依然参照现行标准。

据知情人士透露,作为无糖健康化饮

料的主要参与者,元气森林也在积极准备提请产品资料,加入到这次饮料分级行动中。元气森林相关负责人称,饮料分级制度将为消费者提供更加具象的消费参考,元气森林将积极参与并以此为契机,继续强化产品创新。

臧嘉捷表示,目前官方还在持续收集来自饮料企业的多元化建议和意见,后续将在综合考虑行业建议的基础上持续完善“营养”分级标识标准,力求兼顾真实的企业状况和市场需求,找到有助于饮料行业健康发展的平衡点。

另据了解,目前广东省也在积极完善健康促进与教育活动的政府规章,近日披露的《广州市健康促进与教育规定》已被列为2024年度广州市政府规章制定计划年内审议项目,为全社会形成健康生活理念提供规范指引。

一位独立茶饮分析师表示,尽管此次饮料分级政策的落地让传统饮料行业“几家欢喜几家忧”,但不可否认的是,这个政策的推行符合民意,“建议全国推广”是很多消费者的一致心声。在这种趋势下,对企业来说,拒绝迟疑、奋起直追,努力将产品打入AB阵营或许才能使企业更快“回血”,赢得市场主动权。

(邹奕奕)



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

