

饮料企业纷纷推出大包装饮品建立差异化优势

500毫升的饮品售价为3元,如果多加1.5元,就能拥有双倍容量,这样的大包装饮品你会买吗?

当休闲零食们都在通过缩小包装来吸引消费者,饮料行业却反向操作,纷纷推出大包装饮品,且更具性价比。大包装饮品的吸引力如何?企业为何频频推出大包装饮品?

大包装饮品渐多

笔者走访了北京多家商超发现,在饮料区货架上除了常见的可乐等碳酸饮料有大包装容量外,还有很多品牌也推出了不同规格的大包装饮料,容量为900毫升至几升不等,受到不少消费者的喜爱。

笔者看到,元气森林、福兰农庄、三得利、华洋1982等多个品牌推出了1升至2升不等的大瓶装饮料。除了饮料品牌,饮用水企业也纷纷推出了大包装产品。1.5升至12升规格不等,大包装饮用水的销量也比较可观,除了日常饮用,产品还宣传适合户外运动、露营等多种消费场景。超市工作人员告诉笔者,现在很多茶馆、火锅店都开始使用大包装饮用水。

不管是大包装还是小包装,价格始终都是影响消费者购买决策的关键因素。在北京市朝阳区常营附近一家超市内,笔者看到农夫山泉推出了900毫升大瓶装的茶饮,其中900毫升的产品售价为7元,而500毫升的售价为4.8元;康师傅冰红茶500毫升装的售价为3元,而1升装促销价则为4.5元。

电商平台上,各大品牌的大包装饮品也呈现出扎堆上线的趋势。笔者看到,汇源果汁、旺仔牛奶、娃哈哈AD钙奶、东鹏饮料等企业都推出了不同规格的大包装产品,而且还有愈来愈大的趋势。比如,东鹏饮料推出的1升装规格电解质饮料“东鹏补水啦”,汇源果汁首次推出了2升大桶装,旺仔牛奶推出1升利乐装,AD钙奶推出了750毫升盒装以及1.5升餐饮装。

对大包装的追求也逐渐蔓延至奶茶、咖啡市场,不少茶饮品牌还推出了以“升”“桶”为单位的产品。喜茶推出高人气饮品小奶茱的超大杯版本;茶百道推出了1升容量的“超级杯水果茶”;奈雪的茶推出2.2升限定超大桶装等。此外,还有知名咖啡馆上新“一升”冰美式,定价大多在25元至30元。

高性价比满足需求

笔者了解到,企业积极推出大包装饮品,背后有着多重原因。

中国企业资本联盟副理事长柏文喜对笔者表示,目前随着消费者社交活动的增加,大包装饮料通常具有更高的性价比,适合家庭、聚会、户外运动等多种消费场景。企业为了迎合市场,推出大包装产品以满足消费者的需求,这吸引了许多追求经济实惠的消费者。香颂资本董事沈萌也认为,大包装相比普通装更加划算,对于收入有限的消费群体具有吸引力。

贝恩公司与凯度消费者指数发布的分析报告显示,高端化、中端化、大包装

囤货和追求高性价比将会成为新的消费趋势。

尼尔森发布的《2023年中国消费者洞察暨2024年展望》显示,理性消费观念延续,受访者认为,在选择品牌时会更青睐实惠、性价比高的品牌,43%的受访者表示将严格把控整体花费金额,37%表示将改变消费方式寻求最优价格或更低价产品。

中国食品产业分析师朱丹蓬从市场竞争方面分析认为,大包装饮品的推出,可以看作是企业在成熟期采取的一种市场渗透和价格策略,基本上是头部企业挤压中小型企业,建立差异化优势,提供给消费者高性价比产品的一个重要举措。“例如,曾经以500毫升产品打入市场的东鹏特饮进入高增红利期,也让这个细分规格市场有了良好发展。此外,市面上2升、3升、4升等不同规格饮用水的推出,也是基于这样的底层逻辑。”

清华大学品牌营销顾问、爆点战略专家孙巍认为,企业推出大包装产品主要有两方面原因:一方面,大瓶装饮料是商家的一个爆点营销,随着夏季来临,大包装饮料主攻餐桌消费场景;另一方面,瓶装市场竞争激烈,市场饱和度高,守正出奇、另辟蹊径,打造家庭爆款是错位竞争的不错选择。

口感品质是根本

大包装饮品的流行是否会一直持续下去呢?如何看待看待大包装饮料

的前景?

朱丹蓬表示,大包装产品能增加销量和市场份额,但要确保大包装产品的便携性和消费体验。此外,企业还需要密切关注市场动态和消费者需求的变化,以便灵活调整其营销策略。他表示,在消费诉求更为简单明确的饮品行业,企业随时会被倒逼创新升级,以适应不断变化的市场需求。而“多元”代表了未来的趋势,在整个消费端需求不断多元化的背景下,大包装以及不同规格、不同包装的产品匹配着不同的市场、不同的渠道和不同的消费人群,这是整个快消品未来发展的一个重要趋势。

孙巍表示,相对于户外瓶装消费市场竞争饱和,餐桌大瓶消费的竞争目前并不激烈,大包装产品适合多人聚餐,未来复合增长率高于瓶装。

沈萌认为,未来大包装饮料消费与国内经济形势及消费结构密切相关。

柏文喜表示,鉴于消费者对健康、经济实惠的饮品的需求不断增长,大包装饮料市场有着广阔的发展空间。虽然大包装饮料有其独特的市场优势,但企业还需面对激烈的市场竞争和不断变化的消费者偏好,这要求企业持续进行市场调研和产品创新,通过不断的产品创新和包装升级,满足消费者对多样化消费场景的需求。例如,通过增加新口味、健康成分等方式来吸引消费者。此外,企业还需要在产品的口感、品质等方面下功夫,以满足消费者对高品质生活的追求。

(孟刚)

广告



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