

无糖少糖饮料成今年行业标配



熬夜加班、压力山大，失眠成了现代人的通病。除了保健品，如今的饮料也开始瞄准这一痛点，推出功能化、健康化的新品。随着消费者健康意识的觉醒和生活节奏的加速，饮品市场正在迎来一场以“功能”“养生”“无糖”为关键词的创新变革。

功能饮料越来越细分

你对功能饮料的印象，是否还停留在“累了来了来一瓶”、体力劳动者对抗高强度工作“提神法宝”的传统印象？

事实上，近年来，随着消费者健康意识的提升和生活节奏的加快，功能饮料的细分趋势愈发明显：比如说，战马饮品通过赞助体育、电竞的热门赛事，已经与“Z世代”深度绑定，在熬夜游戏、健身恢复等场景中成为年轻消费者的“能量外挂”；来自上海的功能饮料品牌日加满则另辟蹊径，旗下的甜睡系列以γ-氨基丁酸为核心成分，具有改善睡眠等作用，主打“睡前半小时饮用”的助眠场景，成为高压白领、失眠患者的“天然安眠剂”；蒙牛推出的优益C益生菌柠檬茶，通过将益生菌的健康属性与传统柠檬茶结合，主打“清爽解腻+肠道健康”双

重功效。

中式养生水大爆发

有人觉得味道怪，有人“真香”，但不可否认的是，如今无论是走进街头便利店还是超市，以红豆薏米水、桂圆枸杞水等为代表的，在瓶身上标注主要成分的中式养生水，已经占据了其中一席之地，被很多年轻消费者看作“水替”，2025年前后更是迎来了大爆发式发展。

越来越多的企业正在涌入这一赛道：2024年后，伊利集团旗下高端水产品牌伊刻活泉正式推出“人参枸杞养生水”季节限定新品。该产品以“人参5倍萃取”作为卖点。特别的是，因每瓶还原人参成品约1.75g，该产品还在包装上提示“每天限饮1瓶”。今年年初，三得利发布中式养生饮品牌“三得利焕方”，推出红枣、红小豆、枸杞、山楂、红米五种养生食材的五红饮以及玫瑰、黄芪、枸杞三种食材的玫瑰黄芪饮两个饮品，口味灵感均来自传统食补配方。同时，其他品牌也在继续加码中式养生水饮品，好望水在今年3月又推出了柠檬薏米水和茉莉薏米水，元气森林旗下品牌“好自在”在今年不仅推出了陈皮山楂水、金银花雪梨水等新口味，还推出了红豆薏米水的900ml大瓶装……

无糖、少糖已成2025年的市场标配

消费者对健康的日益重视推动了

饮品市场的变革。无论是功能饮料的推陈出新，还是“中式养生水”的走红，都印证了这一趋势。而无糖饮料作为其中代表，市场需求持续攀升。据笔者了解，中国无糖饮料市场从2014年的16.6亿元增长至2025年的227.4亿元，远超饮料行业整体增速。

在此背景下，无糖、少糖饮料，已然成为了2025年的市场标配，各大企业正在加码布局：农夫山泉旗下东方树叶作为无糖茶领域的佼佼者，2025年推出新品——陈皮白茶；统一旗下阿萨姆，在2025年推出了低糖版本的茉莉奶绿；维他2025年全新推出了鸭屎香柠檬茶，在柠檬茶赛道中开辟无糖新品类。

不止是传统饮料，无糖、少糖已经渗透到了咖啡、酒水以及冷饮领域。

雀巢咖啡今年推出了全新的无糖美式咖啡，以“0糖0脂0能量”为标签；青岛啤酒推出“轻干”系列，采用特殊发酵工艺降低残糖量，打破了传统啤酒高糖高热量的刻板印象；伊利冷饮2025年推出的巧乐兹绮炫“炫玲珑”采取了糖分减半的新配方；八喜2025年的新品水果雪芭则主打天然水果风味，以新鲜水果为原料，采取了零脂肪、低糖的清爽配方。

现制饮品品牌也正在将健康作为卖点，包括瑞幸咖啡、霸王茶姬、CoCo等品牌都在近年推出了以“减糖”“轻负担”为卖点的新产品。（崔逸星）



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

