

超高压加工果汁催生饮品新蓝海

HPP技术如何实现“冷压锁鲜”

目前,市面上的100%纯果汁根据加工工艺可分为浓缩还原(FC)果汁、非浓缩还原(NFC)果汁、超高压灭菌(HPP)果汁。其中,HPP果汁为鲜果冷压榨汁,罐装后进行超高压冷杀菌,运输需冷链保鲜。经此工艺处理的食物即为超高压食品(HPP食品),而HPP果汁是其中最具代表性的品类之一。

中国农业科学院农产品加工研究所研究员刘璇接受采访时表示,超高压加工处理使微生物细胞结构破裂、遗传物质受损、代谢系统失活,达到杀菌和抑菌的作用;同时,在适宜的压力条件下实现对与品质劣变相关的酶的活性抑制,延长食品的货架期;还能对淀粉、蛋白质、多糖等大分子实现分子结构调控和改性,改善食品口感。

与传统热杀菌(比如巴氏杀菌、超高温瞬时灭菌)相比,超高压加工过程中原辅料、加工周转和暂存环境温度要求分别不超过10℃和15℃,冷藏和冷冻HPP食品温度应分别为0℃至10℃和不超过-18℃。“这有利于果汁中热敏性呈色、风味和营养功能物质保留,饮用口感新鲜度较高,更接近新鲜水果风味。”刘璇说。

从“果汁界的爱马仕”到冰箱的“常客”

HPP果汁有“果汁界的爱马仕”之称,售价明显高于其他品类。以苹果汁为例,对比四个品牌的HPP苹果汁,售价在2.7

今年的饮料市场再添新赛道。随着HPP(超高压加工)技术在果汁生产中的应用日趋成熟,越来越多的企业加快布局HPP果汁领域。在多个生鲜电商平台上,HPP果汁收获诸多好评,“冷压锁鲜”“配料干净”成为高频词汇。公开数据显示,我国HPP果汁市场规模已从2022年不足千万元跃升至2024年的12亿元。在健康消费趋势的影响下,一场以物理冷压杀菌技术为核心的食品工业升级正驶入快车道。



元/100毫升~3.5元/100毫升,同品牌的NFC苹果汁售价在1.29元/100毫升~1.99元/100毫升,FC苹果汁售价则约为1元/100毫升。

百联咨询创始人庄帅表示,HPP果汁售价较高主要源于生产和流通过程中涉及高昂的设备投入、全程冷链成本、短保质期带来的供应链损耗。刘璇进一步补充道,HPP设备购的成本远高于传统巴氏杀菌和超高温瞬时杀菌,且无法实现高速连续生产的高效率。

调查发现,HPP果汁并非新鲜事物。2012年,上海源于意食品科技有限公司旗下品牌“维果清”推出HPP羽衣甘蓝果蔬汁,受限于高昂的物流成本,该品牌早期主要通过五星级酒店等高端渠道销售,定价较高。直至2020年与盒马合作,该饮品才走向大众零售市场。

刘璇分析,现制新茶饮产业所需的高新鲜度、短保质期和标准化的果汁、果浆、果粒基料,与HPP果汁产品特性高度契合。新茶饮品牌入局HPP果汁赛道,有望带动工艺技术、成本控制、设备改进和供应链效能等方面的整体提升。

目前,盒马、京东七鲜、叮咚买菜等生鲜电商平台,小象超市、朴朴超市等即时零售平台,以及Ole等精品超市,已成立零售网络,HPP果汁正从高端小众走向大众冰箱。

叮咚买菜乳品酒饮事业部开发专家陈佳琪表示,平台目前在售的11款HPP饮品中,有2款自营品牌月销售额均超百

万元。今年6月,平台HPP果汁的商品交易总额同比增长300%,用户数同比增长2.5倍,商品价格同比下降。趋势表明,该品类正加速从尝鲜消费走向日常复购。

品类集中与产地背书下的新蓝海

目前,市面上常见的HPP饮品根据原料不同可分为HPP果汁、HPP果肉果汁、HPP复合果蔬汁、HPP果茶、HPP冷萃茶。受时令和消费者偏好影响,各品牌推出的HPP饮品品类集中于西瓜汁、苹果汁、羽衣甘蓝复合果蔬汁、牛油果复合果蔬汁、茉莉花茶、乌龙茶等,少数品牌推出HPP姜黄生姜果蔬汁、HPP枸杞人参黄精果蔬汁等药食同源系列产品。刘璇表示,HPP果汁顺应消费升级,呈现出“风味口感”需求与“健康功能”品质并重的趋势。

各品牌推出的HPP果汁往往会突出原果的产地。比如,江苏东台的麒麟西瓜、陕西洛川的苹果、广西武鸣的沃柑、浙江常山的胡柚等。

从消费端反馈来看,HPP果汁受到注重健康营养和清洁标签消费群体的青睐。在各大生鲜电商平台上,“配料干净”“零添加”“有果肉纤维感”等评价关键词频繁出现。业内人士认为,随着企业加速入局,产线技术不断成熟、冷链物流和零售创新协同,HPP技术有望拓展至高附加值特色水果、冷萃茶、咖啡、功能性饮品及调味品等品类,市场空间值得期待。

(舒晓婷)

广告



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

