



天气刚刚立秋,暑热尚未退去,饮料仍然是夏末秋初的市场宠儿。就像年度流行色一样,饮料市场每年也有自己的流行主打,商家绞尽脑汁揣度市场、推陈出新,努力在激烈的竞争中杀出重围、一骑绝尘。纵观今年琳琅满目的饮品市场,无糖饮料无疑是市场新宠。

当中式茶品代替可乐雪碧 主打健康 无糖茶饮成新宠

无糖饮料成新宠

暑期,口味、包装各不相同的饮料纷纷亮相,开始被商家摆放在醒目位置。如今,首先映入眼帘的已经不是曾经熟悉的可乐、雪碧、红茶、绿茶等,取而代之的是各种纯茶饮料、气泡水、电解质水等,各大超市、便利店的饮料货架区醒目位置,也被这些低糖甚至无糖的饮料占据。事实证明,这类含糖低的饮料虽然口感平淡无奇,却以无糖一招独辟蹊径,完美契合当下消费市场的“健康”诉求,成为以“甜”为主的饮料大军中后来者居上的热销单品。

某家以价低走量为主的仓储式超市内,无糖的乌龙、茉莉乌龙、桂花乌龙,在争奇斗艳的饮料区占据了一个夏天的C位。11元买一送三,相对其他零售店5元一瓶的价

格,也相当实惠。“这几款销量都不错,属于补货比较勤的品类,一般成年人买的比较多。而另一款1L装的低糖饮料,则更受小孩子们欢迎。”据工作人员介绍,当下消费者的健康理念越来越强,购买零食饮料关注配料表几乎成为惯例,配料表简单的往往卖得更好。即便是小孩子,在成人天长日久的引导下也开始关注无糖、低糖的饮品。刚刚参加工作、正在减肥的慧慧,就是无糖饮料的忠实拥趸。“我不喜欢喝白水,既满足味蕾又没有增重负担的,当然首选各种无糖茶饮料。”慧慧表示,自己周边的朋友,也都有各自的饮品爱好,但出于身材管理需要,大家普遍对高糖饮料越来越慎重了。

“健康饮品”越来越多

浏览各家今年主推的饮料新品,从遍布商圈的现场制作茶饮到瓶装饮料,以无糖低糖为代表的“健康饮品”越来越常见。

风靡市场的康师傅冰红茶推出了无糖版,娃哈哈也推出了好几种口味的无糖纯茶饮料。奈雪的茶则早在几年前就推出了零卡糖,作为甜度选择中的替换项。以咖啡起家的瑞幸,别出心裁围绕健康做足茶文章,以0植脂末、0阿巴斯甜、0反式脂肪酸、0氢化植物油为特色的“轻系列”,轻轻茉莉、轻咖柠檬茶等,主打轻口感轻负担,在口味选择上,糖这一项就有少糖、少少糖、无糖几项选择。而少糖或无糖,正成为越来越多饮料消费者的选择。

货架区的摆放,也可以看出无糖饮料的市场地位。随便走进一家便利店,醒目位置摆放的多是东方树叶、乌龙茶等中式茶饮料,以及各种功能饮料、电解质水等,可乐、雪碧

则被挤到了角落。

各大连锁超市的自有品牌瓶装饮料,无糖之风也大有愈吹愈烈之势。胖东来新改造的永辉信万广场店内,除了一直火爆的胖东来果汁外,醒目位置摆放的2L装进口无糖茶饮料,也频频出现在顾客的推车内,该款茶饮料不仅配料表简单,主打就是无糖。以低价风靡郑州的多乐屯,进口的泰象原味苏打水长期占据柜台C位,相比七八元的巴黎水,泰象价格更亲民,备受气泡水消费者的喜爱。工作人员介绍:“这个销量一直不错。”“我原来喜欢可乐,充足的气泡进入胃里,再打嗝出来,舒服。后来有了减糖理念,无糖气泡水就成了不二之选,其实相比糖的甜味,也许我在意的只是充足的二氧化碳带来的那口气感。”刚过35岁的云朵的话,代表了部分同龄人的心声——在健康和爱好间,努力实现两者的平衡。

清淡饮食理念回归

曾经,饮料就是“甜”的代名词,而随着与糖有关的健康问题越来越多,减糖控糖理念逐渐开始深入人心。这背后,是大家对自身健康的关注,以及由此带来的对口腹之欲的理性克制。

每种消费行为的背后,对应的都是一种消费需求。缺吃少穿年代,大家喜欢高油高盐高糖带来的饱足幸福感,当这类食物被过度食用并威胁到健康时,清淡健康自然重回大众的选择项。一位饮品市场的业内人士表示,未来的饮品市场,低糖、无糖饮品将成为潜力巨大的新赛道。

据了解,上海目前正在进行饮料分级试点,根据饮料中非乳源性糖、饱和脂肪、反式脂肪、非糖甜味剂的含量,把饮料分为A、B、C、D四个等级,从A级到D级,推荐程度递减。按照分级标准,那些含糖量高的饮料,将被列为不够健康系列,这也被视作一个信号——无糖饮料正迎来自己的春天。

其实,无糖饮料的市场布局早已进入商家的考量,无论是农夫山泉旗下的东方树叶,还是元气森林的电解质水,均已在无糖赛道上站稳了脚跟。更多商家也正跑步进场,抢占无糖饮料市场的一席之地。

记者 侯爱敏

财知道

企业公示信息抽查启动 信用越差 抽查比例越高

本报讯(记者 李爱琴)8月13日,记者获悉,为加强对企业年报公示的监督检查,强化事中事后监管,按照《企业公示信息抽查暂行办法》的有关规定,市市场监管局遵循公平、公正、公开的原则,采取随机抽取的方式,从已公示2023年度年报的企业中统一抽取产生被检查名单,抽查检查工作已全面实施。

本次企业公示信息双随机抽查主要包括登记事项、公示信息等9个类别、21个检查事项。其中,企业公示信息抽查,主要检查企业通过“国家企业信用信息公示系统”公示的2023年度年报内容和即时公示信息内容是否真实、完整;实地核查,主要对登记事项、广告行为、商标使用行为等内容进行检查,实现“进一次门,查多项事”,最大限度地减少对市场主体的检查频次。

按照企业信用风险分级分类管理的要求,对不同信用风险等级的企业设置不同的抽查比例,如对信用较好的企业仅按1%的比例进行随机抽取,对风险等级高的加大抽查力度,特别是对信用较差的企业将抽查比例提升至最高40%,实现对守法守信者“无事不扰”,对违法失信者“利剑高悬”。因此提醒广大市场主体务必高度重视企业信誉,注重平时的信用积累,做到诚实守信经营。

全市153家 电梯维保单位“迎考”

本报讯(记者 李爱琴)如何切实从本质上提高我市电梯质量安全水平,促进电梯产业高质量发展?近日,市市场监管局在虎克电梯有限公司举办特种设备安全“半月谈”活动,对全市153家电梯维保单位检查考试。

根据要求,各级市场监管部门要加大对电梯维保单位、电梯使用单位的监督检查力度,提高从业人员的安全意识,提升企业的管理水平,同时加强与应急、住房保障等部门的合作,建立协调机制,多元共治、齐抓共管,主动发现问题,协调消除隐患,化解社会矛盾。特种设备安全监察、检验检测和稽查执法要密切合作,建立联动协调机制,提高执法效能,切实提高执法的公信力和威慑力。

当天,根据《特种设备生产单位质量安全总监和质量安全员考试指南》要求,参加活动的153家电梯维保单位安全总监进行了监督抽查考试,进一步查漏补缺,夯实业务能力。

