

产品更新让饮食习惯多样化

现象1:口味多元化让市场呈现多需求发展

随着经济水平的不断发展,居民消费观念转变,各式各样的饮品随处可见,饮料业已从最初的汽水发展成为包括碳酸饮料、果汁饮料、功能饮料、饮用水等在内的各种饮料体系,乳制品的品种种类也日趋繁多。健康意识迅速得到重视,各种功能的保健饮品频现,人们的饮食习惯也在悄悄发生着改变。

郑州晚报记者 熊维维



讲述人:娃哈哈郑州市区域
经理戚晓铭

中国饮料业作为一个高速发展的行业,已经从最初的汽水发展成为包括碳酸饮料、果汁饮料、功能饮料、饮用水等在内的各种饮料体系,生产量和消费量不断攀升,不断吸引国内

外各大企业的目光。5年来,软饮料行业年销售收入保持较快的增长态势,而未来5年,不少市场人士预测,我国饮料总产量将继续保持12%~15%的年均增速,市场规模不断扩大。伴随而来的是各大企业纷纷扩大产能以便抢占更大的市场份额。

中国饮料业经过长时间的发展,已诞生出众多饮料品牌,并都有各自比较稳定的产品消费群体。但国内消费者对饮料产品的品牌忠诚度较低,更注重口味的新鲜感和多元化,这造成了中国饮料市场呈现不同层次,不同需求的特点。近年来,肥胖等亚健康词汇经常出现在人们耳旁,人们注重健康的消费意识逐渐增强,这无形中会对可乐等碳酸饮料和含糖量较高的饮品市场进行冲击;奶粉的质量问题,会影响消费者是否购买含乳饮料;吃火锅时要喝凉茶;提神保健选功能饮料等。

娃哈哈创建于1987年,26年来,已发展成为一家集产品研发、生产、销售为一体的大型食品饮料企业集团,产品涉及含乳饮料、瓶装水、碳酸饮料、茶饮料、果汁饮料、罐装食品、医药保健品、休闲食品、婴儿奶粉、童装等十大类150多个品种,其中瓶装水、含乳饮料、八宝粥罐头多年来产销量一直位居全国第一。截至2012年,各项经济指标连续第14年登上中国饮料行业榜首。在2012中国民营企业500强,中娃哈哈营业收入居第16位,利润第8位,纳税第9位,是目前中国规模最大、最有发展潜力的饮料企业。娃哈哈河南市场2011年、2012年已连续成为全国前茅市场;销售额增长5亿多元,成为全国增量第二高的市场;人均消费超过40元,名列全国前列,仅从2008年至今销售额翻了一番。2013年,娃哈哈力争实现成为人口第一大省全国销售第一大市场。(下转B3)

郑晚情缘

从我阅读到第一份郑州晚报至今已经7个年头了,《郑州晚报》作为郑州乃至全省受众较多,影响力较大并很“接地气”的报纸,为百姓全方位提供各类信息和交流平台,属于老百姓的报纸。同时,娃哈哈作为国内规模最大的饮料企业,旨在为老百姓提供健康美味的大众化饮品。选择与晚报合作,一方面能够将娃哈哈宣传给广大群众,另一方面,我们相信《郑州晚报》的实力与魅力,希望在长久的合作中实现共赢。
——娃哈哈郑州市区域经理 戚晓铭

真正接触晚报是两年前,我来到光明乳业郑州分公司工作,每天都会浏览晚报新闻。《郑州晚报》定位于都市生活类报纸,把握正确舆论导向,关注百姓生活,侧重报道社会生活中的知识性、趣味性、服务性新闻,突出新闻性、可读性、实用性。这种办报理念迎合现代消费者需求,也正是为我们所想要的。光明乳业会一如既往借助郑州晚报这个平台与消费者作互动交流。
——光明乳业总经理 罗刚

2007年7月,我来到郑州,开始和晚报结下了深厚的情缘。作为一个初到郑州的外地人,是晚报让我休息日有了丰富的生活,也让我更加了解郑州这座美丽的城市。渐渐地,每天看晚报便成了一种习惯。现在,工作繁忙,经常出差,我便订了手机报,让我身在外地也能了解郑州发生着什么。于工作而言,由于晚报的受众面广,有着多年的创办经验,是一个很好的推广平台,在晚报上做相关的推广,总是能收到意想不到的收获。晚报已经是我生活中的一部分了。
——豪客来河南区域经理邓丽珍



「雪碧」清凉派对

暨「雪碧」2013篮球赛太古区域总决赛
透心凉 心飞扬



6月1日起关注新浪微博
@郑州太古可口可乐
或扫描画面中二维码
即有机会获得入场券!



张靓颖
郑州行
2013年6月23日
与你一起相约奥帕拉拉水公园



“雪碧”及“Sprite”是可口可乐公司的商标。

广告主: 郑州太古可口可乐饮料有限公司 地址: 高新技术开发区科学大道68号 电话: 4008096868