

TOP生活 | 改版特刊

New
新生活 新消费

随着饮料品牌逐年增多,饮料市场竞争明显加剧,即使有企业“加量不加价”,但销量也仅仅能够与去年同期持平。为打破销售困局,饮料企业纷纷推出新品,欲在饮料市场多分一杯羹。
郑州晚报记者 王一品

加量不加价,还有新品频繁上市 饮品没有正宗不正宗 只有喜欢不喜欢

加量不加价,销量同比仅持平

在走访各大商超时记者发现,为争夺市场,各大饮料品牌推出各式促销花招,有“体重”增一倍,而价格只是稍微提升了4.5毛钱,更有多饮料品牌直接打出加量不加价的口号。在各大超市的饮料专柜,“500ml变600ml,加量100ml”、“500ml赠100ml”等这些宣传字眼映入眼帘,而销售价格却维持不变。

桐柏路一家超市相关负责人向记者透露,今年以来康师傅、统一等饮料品牌争相推出加量不加价的促销活动,对销售肯定是有了一定的助推作用,也会受一些市民的青睐,但就销量而言与去年同期相比是持平的。

陇海路超市的饮品区负责人也表示,加量不加价,让消费者感受到了实惠。总体来说,消费者对“加量不加价”持肯定的态度,然而就目前销售情况几乎与去年同期持平。

新品争相上市,欲多分一杯羹

在各大商超走访时,记者发现一些超市内的视频广告内频频出现一些新品的广告视频,其中不乏娃哈哈旗下新推出的由麦芽发酵并且改良了口味的格瓦斯。而统一、康师傅、今麦郎等企业的饮品也新品频出,为饮料市场注入了新鲜的血液,也为广大市民提供了更为丰富的选择。

新品的涌入,以及大肆的宣传推广,很快成为市民关注的热点。在走访市场期间,记者了解到,口感独特的麦芽发酵饮料格瓦斯自今年推出以来,获得广大市民的青睐。据娃哈哈河南区域负责人介绍,娃哈哈去年推出的功能饮料启力以及今年推出的格瓦斯在各大商超的销售情况都比较理想,与去年同期相比略有增长。而少有听闻的麦芽发酵饮料格瓦斯,由于改良了口味使之更适合大众需求,因而一经推出便出现暴量增长。

“我们每年都会推出一款新品”。娃哈哈河南区域负责人告诉记者,如今市场竞争如此激烈,只有不断创新,才能赢得更多市场。

产品模仿严重,谁最正宗

随便走进一家超市,在饮料货架上,我们总能看到同一品类的数款包装相似的产品同时呈现于眼前,而且连价格都差不多。

这种“模仿”现象在饮料领域实属正常,是市场竞争的一部分。当一个品牌的某个产品打开市场后,其他品牌就会争相模仿,这是市场本能的反应。

近几年来,从饮料行业的发展规律来看,饮料品类的生命周期越来越短,由之前的3~4年变成2年左右。调查显示,目前饮料的消费人群年龄结构集中在13~30岁,饮料企业竞争加剧,厂商每年推陈出新,营销成本占比越来越高。随着厂家越来越多,品种越来越多,品牌和品类的分配越来越平均。

“我认为正宗也好,不正宗也好,关键是老百姓说了算,消费者说了算。”娃哈哈集团董事长宗庆后说得对,饮料市场没有正宗和不正宗,只有消费者喜欢和不喜欢。

显然,在饮料界,孰好孰坏,一切全凭消费者一句话。

■焦点问答

Q

这些年,饮料经历了怎样的变化?

娃哈哈郑州负责人戚晓铭: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,吸引了国内外各大企业的目光。《2011~2015年中国软饮料行业投资分析及前景预测报告》显示,2006~2010年,我国软饮料产量年平均增长率达到20.6%,5年来软饮料行业年销售收入也保持较快增长态势。

Q

饮料业未来前景如何?

娃哈哈郑州负责人戚晓铭:从整体上看,中国饮料行业仍然处在一个活跃发展的黄金时期,饮料市场仍然大有可为。未来5年,我国饮料总产量将继续保持12%~15%的年均增速,市场规模会继续扩大。

■生活服务站

咖啡、酸奶、蜂蜜、茶 空腹请不要喝这些饮料

咖啡中含有的咖啡因,进入体内后会促使交感神经兴奋,因此能消除睡意、改善血液循环,让身体不觉得疲劳,有“提神”效果。但是,交感神经受到刺激而兴奋,对食欲却有副作用,所以餐前喝咖啡会感觉不想吃东西。另外,咖啡刺激空胃,对胃溃疡等患者不利。总之,咖啡类的饮料最好不要在餐前饮用。

喝酸奶好处多多,但如果在空腹状态下饮用,却很容易刺激胃肠道排空,酸奶中的营养来不及彻底消化吸收就被排出了。一般来说,饭后30分钟到2个小时饮用酸奶效果最佳。

蜂蜜是一种营养丰富的天然滋补品,很多饮料都含有蜂蜜。但蜂蜜的食用时间大有讲究,建议在饭后2小时后喝为宜。空腹喝蜂蜜饮料,容易使体内酸性增加,时间长了就会胃酸过多而得胃溃疡或十二指肠溃疡。

夏天人们比较喜欢喝口感清爽的茶类饮料,最好是在饭后半小时再饮用。因为茶叶中含有咖啡因等生物碱,空腹饮茶会使肠道吸收过多的咖啡碱,容易引起胃肠不适、食欲减退。

