

饮品市场多样化 苏打水、果醋成新宠

安卿超 马帅/文

生活水平的提高,人们物质水平也随之提高。从单一的奶制品饮料、碳酸饮料、纯净水、功能性饮料等饮用水,逐渐增加至苏打水、小分子水等饮用水,人们的消费理念发生转变,消费追求越来越多样化、丰富化,对健康的认识越来越深入。

新城区某商超的导购员这样说道:“原来消费者买饮用水,都是以自己的偏好和对品牌的认知购买,自己想选择哪一款就买哪一款,近两年,消费者在选择饮品时,都会先看看包装上的配料及卡路里表,有些人还会专门要低脂、不含反式脂肪酸或者弱碱性水。可见,消费者不再是只凭品牌、口感来选择,而是对健康的理性认识去选择合适的产品。”

市民刘先生说道:“现在人们对生活质量的追求越来越高,以前在健身之后,我随便买瓶水就喝了,现在,我会多对比,多留意,看哪一款卡路里低,脂肪含量低,虽然这样的水比普通的水或者是饮料贵,但是为了健康我愿意买单。”

一位年轻的姑娘也说道:“以前我喜欢喝碳酸饮料,因为口感好,而现在我会选择对身体有益的品种,不关乎口感,我身边的女孩子们也和我一样,对卡路里、脂肪等控



制的非常严格,把持住嘴,才能保持住身材,才能留住健康,我是这么认为的。”

记者采访了多位市民,他们对选择饮用水都有不同的认知,但是对健康的理念都是相同的。在超市货架上看到,除了以往大家熟知的饮料外,现在又出现了众多弱碱性苏打水、果醋等品牌。

一导购员说道,苏打水是近两年卖得比较好的,品牌也较多,有国外进口的,也有国内生产的,价格比普通的矿泉水高1倍或者是N倍,从4元到15元不等,但是为了健康消费者愿意选择它。

据了解,目前市场上出售的苏打水大致分两种:一种是自然环境造就的天然苏打

水,含多种矿物质与微量元素,另一种是人工合成的苏打汽水。天然苏打水本质就是含碳酸氢钠的弱碱性水,而苏打汽水是在纯净水中压入二氧化碳,并添加甜味剂和香料的一种人工合成饮料。

有营养专家分析说,喝天然苏打水对改善人体酸碱体质平衡的说法没有科学依据,但还是有一定的保健作用。而添加了甜味剂等人工添加剂的苏打水或者是苏打汽水,对身体并没有好处,不建议多喝。对于市面上的果醋,专家也表示,果醋兼有水果和食醋的营养保健功能,是集营养、保健、食疗等功能为一体的新型饮品,具有多种功能,近几年,新兴的果醋饮料成为大众的新宠,但是醋饮料行业还存在诸多问题,如:品牌混杂,价格体系混杂、行业标准缺失等问题,希望消费者购买时多留心。

业内人士也表示,有些品牌饮品确实有一定的保健作用,但是有一些品牌却是概念之谈。近几年,健康理念深入人心,商家也开始以“健康”为卖点,宣扬商品的保健功能,但并非所有的苏打水、果醋都值得信赖,品牌繁多、鱼龙混杂是行业的现状,消费者在购买时要多留心,再者,饮品市场确实需要整治。

“理性饮酒”席卷全国 300多个城市展开联动

10月16日,由中国酒业协会发起并主办的,以“理性文明、拒绝酒驾”为主题的,我国第一个“全国理性饮酒日活动”,在全国盛大启幕。该活动除北京为主会场外,上海、重庆、广州三个城市也设立了分会场,此外,成都、武汉、贵阳等全国范围内300多个城市和地区也同期展开联动,举办面向消费者的普及宣传活动。中酒协战略合作伙伴滴滴代驾则为“全国理性饮酒日”线上活动投入亿元级别的资金。10月16日,消费者可以在滴滴代驾开通服务的城市和地区,通过滴滴出行客户端下单,享受免费代驾服务。

在北京主会场,中国酒业协会理事长王延才在致辞时表示,希望通过这次活动对理性饮酒、文明饮酒的倡导,通过提供科学有效的干预措施和解决方案,能够让广大消费者对酒驾等不正确、非理性饮酒的严重危害性引起高度重视,最大限度地杜绝酒驾,让未成年人远离酒精危害,让理性饮酒、健康饮酒、文明饮酒成为全社会的共识,让酒真正成为文明的使者,让酒的魅力与价值重新绽放。酒类企业积极响应中国酒业协会的倡导,全力参与到理性饮酒、拒绝酒驾、预防未成年人饮酒的公益活动中来,展现出酒类行业良好的素质和形象,为社会和谐发展聚集了“正能量”。

中国酒业协会秘书长宋书玉也在采访中表示,理性饮酒就是科学、安全、健康地适量饮酒。它主要包含三方面内容:第一,适度饮酒,不暴饮;第二,不在驾驶机动车、操作机器、怀孕时、疾病状态等情况下饮酒;第三,未成年人不饮酒。“消费者要从个人健康和推动社会和谐文明的角度,积极参与、支持理性饮酒活动,逐步改变我们的饮酒习俗和不良酒风,用理性、健康、文明的饮酒方式和文化,助推全社会精神文明建设的不断提升与进步。”宋书玉说。

国家卫生和计划生育委员会宣传司巡视员王华宁发表致辞,她在致辞中指出,随着社会的进步和经济的发展,我国饮酒人群数量大幅上升,而由过量饮酒而引发的健康问题等现象越来越多,人们越来越意识到“理性饮酒”的重要性。如何培养消费者正确的消费习惯,引导消费者正确、科学、合理地消费,使消费者能够更成熟和文明地进行消费,还需要政府连同行业协会一起努力,科学引导健康型消费,使社会各界和广大消费者能够越来越重视“理性饮酒”。

中国酒业协会酒与社会责任促进联盟首任轮值主席、四川宜宾五粮液集团董事长唐桥发表致辞,唐桥认为,近年来,酒行业负面新闻较多,给酒类产业发展蒙上了

乌云,在社会公众中也产生了一些误解和曲解,酒界同仁应结合自身实际情况,切实履行社会责任,助推经济转型升级,实现酒业与社会的和谐发展。唐桥号召酒类企业主动担起“理性饮酒、文明饮酒、健康饮酒、拒绝酒驾”这份社会责任,强化食品安全,为消费者提供更多更好的优质产品。

各分会场中,重庆分会场利用新媒体平台,推出微信互动游戏“理性饮酒日‘点’出大礼包”活动,消费者完成拼图游戏,承诺支持理性饮酒日活动,并转发朋友圈,即有机会获得包括2015重庆草莓音乐节门票在内的大礼包一份。上海分会场还设立了专门的游戏区,让消费者戴上眩晕眼镜模拟醉酒状态来告诉人们酒驾的危害。

据了解,中国酒业协会长期以来在行业内开展大量公益活动,2014年启动了“中国酒业公益战略行动计划”,今年7月成立了“中国酒业协会酒与社会责任促进联盟”等,旨在倡导酒类企业积极参与、开展食品安全、拒绝酒驾、理性饮酒、预防未成年人饮酒、环境保护和社会慈善等各类公益活动,承担起更多的社会及相关责任,展示中国酒行业的形象,向社会传递“正能量”。从今年开始,每年10月第三个周五,将被定为“全国理性饮酒日”,开展相应的公益活动。

酒水维权服务站

携手共治·畅享消费

“酒里乾坤大,杯中日月明”

在这里,

让我们倾听您对酒的看法;

在这里,

分享您与酒的故事。

新闻·维权·举报

所有您遇到的有关酒水的问题,我们将为您解答。欢迎广大消费者提供酒水行业相关线索。

热线电话:0632-3310553
邮箱:zzrbjs@126.com
QQ:2358263807
来信:枣庄市市中区文化中路61号酒水部



白酒行业渠道特性正逐步向快消品转变



白酒在我国目前还属于限制发展的产业,尽管白酒行业的销售收入和净利润每年以超过30%的速度递增,在税收、解决就业方面给国家和社会带来了很好的效益,但是仍然缺乏政策层面的认可。与国外相比,洋酒之所以能够不断进军中国市场,这跟外国政府对本国酒水的支持密不可分。

分析师指出:白酒是地域生态资源的特色产业、以生物技术为依托的生物制造业、农业产业化的龙头产业,这三个定位决定了白酒产业在国民经济,特别是区域经济发展中的重要性不可替代性。实际上这三个定位就是在重新认识白酒,不要老是认为白酒是一个很落后很古老的传统产业。

由于白酒是地域生态资源的特色产业,采用自然发酵,对于生态环境有很大的依赖性,白酒企业需要建设和保护好生态环境,才能得到持续发展。因此,从环境保护的角度来说,如今很多白酒企业不仅不存在高污染的问题,反而为当地的生态环境保护做出了很多贡献。比如,四川省的沱牌舍得等企业在生态环境保护、废水处理等方面都已经形成了综合配套体系。除此之外,随着近年来白酒产业集群的发展,白酒产业在解决就业、带动相关产业发展、解决三农问题和促进区域经济发展等方面都发挥了重要的作用,已成为农业产业化龙头产业。

根据《中国酿酒业“十二五”发展规划》,到2015年,全行业将实现酿酒总产量8120万千升,其中白酒行业预计产量将达到960万千升,销售收入达到4300亿元。但在“十二五”开局年的2011年,中国的白酒产量就高达1025.6万千升,提前4年,超额完成了2015年的规划目标。

随着行业发展动力与品牌定位的转变,厂商关系也在重新构建。一方面以团购渠道为主的投机性业外资本被清洗出局,厂商加强合作成为趋势;另一方面,电商作为新型销售渠道的代表正在异军突起,深刻改变行业格局。不仅如此,过去十年厂家强势,

主导了从生产到销售的整个过程,厂家往往有能力进行压货,而未来厂商将分工合作,厂家负责品牌建设,经销商负责渠道管控和终端销售。在渠道扁平化,厂家加强对终端掌控的同时,厂商之间将更多的是深化合作的关系,各司其职,提升效率。

据《2015-2020年中国中高端白酒行业深度研究及前景预测报告》显示,白酒行业的渠道特性也会逐步向快消品转变。从渠道上来看,终端为王会逐步替代渠道为王:大众消费需要更高的便捷性和更广泛的终端分布,餐饮、超市、专卖店、名烟名酒店、便利店、夜店以及近年来风生水起的电子商务等不断涌现。而农村市场也将告别过去消费市场封闭与割裂,渠道驱动占主流的局面,终端驱动会逐步取代渠道驱动,各种现代终端逐步渗透,消费者会更加看重品牌的认知与体验,而非来自渠道的营销与推介。

2015年各家企业可能会继续推出新产品以更好地适应目前消费人群的变化。泸州老窖董秘曾颖近期在与投资者交流时表示,随着白酒行业整体调整,中档酒正成为竞争的主战场,未来中档酒的竞争将越来越激烈,中档酒的净利率将下滑,目前中档酒这一块并没有绝对优势的全国性品牌。