

高温来临 饮料市场争夺战开启

近日,可口可乐公司旗下的果汁品牌“美汁源”宣布推出两款全新“果粒”产品——美汁源果粒·苹果与美汁源果粒·雪梨。而就在上个月,本土品牌汇源果汁联手中国工商银行,在电商平台展开跨界合作,以拓展线上经销渠道。几大饮料巨头纷纷出手,今夏饮料市场争夺战的大幕,正徐徐拉开。

青年报 王娟



周培骏 制图

果汁市场需差异化竞争

记者在采访中了解到,目前,市场上集中了娃哈哈、汇源、农夫果园、统一鲜橙多、美汁源果粒橙、酷儿、露露等众多一线饮料品牌。由于大品牌的激烈竞争,果汁饮料的价格日益透明化,厂家和经销商的利润在不断变薄。寻找新的利润增长点,成为企业的当务之急。

而要想在竞争激烈的果汁市场取得领先地位,适合市场需要的差异化经营则是关键。比如,统一企业2014年开发了柠檬口味新品“海之言”,清爽的口感使其迅速飙升为集团第三大品牌。汇源将聚焦100%果汁以及中浓度果蔬汁,通过深

度分销的方式,加速产品覆盖提高铺货率。

同时,产品的竞争越来越趋向于品质品牌的竞争。由于外资饮料巨头原有品牌效应强,品牌效应有利于其产品迅速打开国内市场,而国内那些品牌建设乏力且品牌维护不强的企业,则会在激烈的市场中淘汰出局。

另外,果汁饮料产品对于原料的依赖性强,企业竞争力正逐步由产品的竞争转移到产业链的竞争,国内具有前瞻眼光的果汁生产企业,已经意识到这个问题并且在积极布局。但是,随着外资企业对国内产业环境以

及市场熟悉程度的加深,中外企业在原料和下游经销渠道方面的竞争,也不可避免。

另有资料显示,随着我国消费者消费意识升级和购买能力的提高,果汁消费呈高速发展态势。果汁市场的迅速崛起与消费者的健康意识增强密不可分。因此,健康美味成为果汁吸引消费者的主因。与此同时,中国虽人口众多,果汁饮料的平均消费量却较低,人均年消费量还不到1公斤,是世界平均水平的1/10,发达国家平均水平的1/40。这表明,果汁饮料在中国仍有巨大的发展空间。

新品抢滩与跨界合作

据介绍,在2005年,美汁源果粒橙首度进入中国市场,创新性的在果汁中加入果肉成分,丰富果粒给消费者带来了新的口感体验。此次全新上市的果粒雪梨与果粒苹果水果饮料,有450ml和260ml两大包装。450ml沿用美汁源专有的瓶型,而260ml水果瓶形将以自然逼真的水果形象,传递真实水果体验的产品概念。

全球饮料权威调研机构英国佳纳地亚的调研数据显示,在2014年果汁饮料市场中,橙汁以35%的市场份额位列榜首;而梨汁、苹果汁品类增长迅速,蕴藏巨大的市场潜能和发展空间。可口可乐中国果

汁和奶类副总裁兼总经理表示,“创新是美汁源保持稳健增长、赢取行业领导地位的动力源泉和坚实基础。从最初的美汁源果粒橙到热带果粒、爽粒葡萄、爽粒红葡萄、到果粒芒果,新口味的不断加入进一步丰富了美汁源品牌的产品线。美汁源已完成了内地饮料市场的多元覆盖。”

与此同时,就在上个月,北京汇源食品饮料有限公司和中国工商银行开展跨界合作,双方在融e购电商平台开展业务合作,实现“强强联合”和优势资源互补。根据协议,汇源果汁以汇源旗舰店(官方直营)的方式进驻融e购平台,有力丰富、拓展

企业线上经营渠道的同时,加强融e购平台供应链体系,拉升平台客户流量、活跃度,实现双方互惠共赢。

据悉,目前中国果汁饮料竞争日趋激烈,市场上存在三股主要的竞争力量:一支是统一和康师傅,一支是包括汇源、娃哈哈等国内知名企业;还有一支就是大型跨国公司如可口可乐、百事可乐等。三者的市场占有率比例也随着消费者不同阶段的需求此消彼长。此次美汁源率先推出新品,汇源在渠道拓展方面寻求合作,今夏果汁饮品市场的争夺战悄然开始,而其他几家饮料巨头是否有后发制人的对策,尚需等待。

■ 资讯

素加奶粉发力多屏营销

青年报 王娟

本报讯 近日,由影星古天乐代言的奶粉品牌——素加的奶粉广告新片正式发布。

据了解,今年4月,素加宣布正式携手代言人古天乐拍摄广告,该广告映射出80后、90后的新潮父母的新型亲子关系,呼吁父母们勇敢放手,帮助孩子建立自身的防御力,让孩子跑出自己的“人生马拉松”。目前该广告片已上线,同时,素加“人生马

拉松”活动也正式起跑,该活动的11739个小脚印照片正在征集中,而古天乐也亲临月子中心,为新手妈妈与初生宝宝打气加油。

借古天乐代言的全新广告片的发布契机,素加奶粉除了入驻全国商超、母婴店等渠道外,还将通过“电视屏+电脑屏+手机屏”的立体营销进行市场推广,在电视屏方面,素加全新广告片将投放近年来较火的综艺亲子节目《爸爸去哪儿》。

海尔冰吧新品上海首发

青年报 姜卓

本报讯 6月6日,倡导“生活新态度,客厅新主张——167我要周末”的海尔新品冰吧在上海首发。海尔酒柜冰吧设计总监慕志光介绍说,海尔新品LC-167J以离子杀菌、水果SPA保湿抽屉、风机循环制冷、Low-E Plus智感除雾科技以及智能温控等核心技术,全方位调控储存环境,确保每一样需要储存的食物都得到最好的呵护。

海尔冰吧产品研发工程师表示,夏季饮食温度有讲究,多数

水果的最佳存储温度是5℃,清爽可口,食用正合适,即使是宝宝娇弱的肠胃也不会产生不适感。同样,夏季啤酒以6℃-8℃最为清口宜人,果汁在8℃-10℃时最具天然风味,而海尔冰吧采用0℃-18℃宽温度范围的多温区设计,使珍贵酒品、茶叶、水果等各类食品都能在最适宜的温度下保存,满足了全家人的存储需求。另外,如果家里潮湿阴冷,冰吧不仅可以让水果、饮料新鲜不串味,还能将名贵红酒、高档茶叶和香烟等进行长期保存,不会出现受潮发霉的情况。



首届“东方香韵”奇楠沉香展在沪开幕

青年报 王娟

本报讯 由上海奇楠沉香投资管理有限公司、海南沉香收藏协会、唐山文化研究会、沈阳沉香文化研究会共同主办的首届“东方香韵”大型奇楠沉香展于本月开幕。

据了解,人类关注沉香已有3000多年,而在中国也有2000多年的历史,我国最早始见于梁代陶弘景《名医别录》(公元502-566年),被列为“上品”,在隋唐史料中有丰富的沉香记载,到晚唐及五代则又有了更高层次的提升发展。到了宋代,香文化发展到顶峰,开始完全融入当时社会,此后,用香风气长行,直至



明清。主办方表示,本次奇楠沉香展欲以传承传统文化、扩大对外影响为宗旨,为该领域投资人及爱好者搭建一个集行业交流、作品展示、贸易洽谈于一体的交流平台,为喜爱沉香和沉香文化的收藏者们提供学习交流的机会,同时,对于弘扬优秀的传统文化起到积极的意义。