

新鲜水果反超饼干成零食首选

消费者口味和习惯发生变化,健康食品更受欢迎

近日,奥利奥的母公司亿滋在中国遇到了麻烦事,在对销售人员进行变相裁员之后,又计划关闭上海的生产工厂。由于消费习惯和口味的变化,新鲜水果成了消费者的最爱,因而亿滋的饼干主业正在遭遇前所未有的困境。

青年报 沈旖旎



周培骏 制图

上海工厂面临转移优化

有消息称,亿滋在华调整已从销售端蔓延到了生产端,其国内7个生产基地之一的上海工厂正面临关闭。据了解,亿滋上海工厂高峰时期有4条生产线,超过400名员工,而如今生产线只剩下一条,且隔很长时间才开工一次,几乎处于停工状态。

亿滋中国公开表示:“为进一步优化公司供应链,亿滋中国正在着手将上海工厂部分产能转移至苏州工厂,随着这条生产线的转移和优化,所需要的劳动力将会相应减少。”

在此回复中,亿滋中国并未提及转移后其产量是否发生变化。但在业内人士看来,亿滋生产线的调整在预料之内。“先是精简销售队伍,现在又轮到生产线,下一步可能会轮到产品线。”

当主业持续不振时,企业就会开始考虑产品的转型升级,而亿滋在中国市场也已有了这样的行动,例如将咖啡产品剥离出去的同时引进了国外畅销的口香糖品牌清至。

中国消费者对零食的偏好变化非常快,前几年很受欢迎的品类,现在就走下坡路了,各大

品牌都很难适应。“不只是亿滋,雀巢、达能等这些国际巨头,从前在中国市场成长很快的,现在都在适应这种快速的消费变化。”雀巢执行长也曾坦言,“中国消费者的变化速度之快以及如此彻底,可谓史无前例。我们脱节了,正在制定计划与市场重新接轨。”

健康有机水果成首选

“以前饼干的销量都非常好,但是现在大家都不喜欢吃饼干了。”王先生在饼干工厂工作多年,对这种消费习惯的转变感到很茫然。

根据近期尼尔森分析报告显示,20%的中国消费者现在将新鲜水果列为了他们零食的首选,之后是巧克力和坚果类。爱喝酸奶的比例也很高,而在饼干、面包、芝士、薯条薯片这些食物上,中国人的热情相对于全球标准要低得多。

这种结果与2013年的预测差异较大,当时研究机构都看重的糖果和饼干行业,当年有20%以上的增长幅度。由于中国的人均消费量很低,所有人都认为这个市场大有可为。但是市场变化太快,当初上马的生产线如今便出现了产能过剩。经济放

缓,本土品牌竞争和劳动力成本上升的因素正影响着这些外资企业在国内的生存,加上国内消费者对健康食品的需求与日俱增,这让一些西方企业措手不及。

尼尔森报告同时显示,现在中国消费者除了偏爱具有颗粒感、新鲜和松脆的零食,更把是否为有机食品作为重要的参考因素。时下人们对健康生活方式的推崇,让有机水果尤为受到青睐。

以奇异果闻名的佳沛近年也开始力推有机水果,于去年8月将有机绿奇异果引入了中国。据了解,绿奇异果中的膳食纤维含量相当于同重量下柑橘的1.5倍、菠萝的2倍,其中的奇异酵素(蛋白酶)能加速肠道排毒,缓解肠胃油腻感,很适合餐前餐后当作零食。

此外,新西兰苹果kiku也开始走俏申城水果市场。据介绍,Kiku在欧洲和美国非常畅销,目前在亚洲市场还处于试水阶段。有业内人士表示,Kiku含糖量高,糖度高于14.7,比中国消费者熟悉的富士苹果口感更甜,很符合中国人的口味,尤其受到上海地区消费者的喜爱。

■资讯

婴幼儿辅食“小皮”进入中国

青年报 王娟

本报讯 近日,婴幼儿辅食新品 Little Freddie (小皮)宣布将正式进入中国内地市场,并在京东首发。据了解,该品牌计划将上线包括果蔬泥、谷物泥和肉泥在内的11款产品。

据介绍,该品牌所用的蓝莓、苹果、草莓、谷物等食材均来自

欧盟有机认证的农场,加工全程采用无氧锁鲜工艺,从打泥到灌装均不接触氧气,因此不添加防腐剂也能保持食物新鲜。小皮品牌首席寻味官兼创始人 Piers Buck 表示,京东在中国 B2C 母婴品类市场交易的份额达 17.4%,能有力地帮助我们真正把有机、零添加、安全的婴幼儿辅食带给更多的妈妈和宝宝。”

可口可乐在华增资 40 亿美元

青年报 王娟

本报讯 8月21日,可口可乐公司董事长兼首席执行官穆泰康宣布,2015-2017三年在华40亿美元增资计划全面启动。据悉,此计划是可口可乐及其装瓶合作伙伴在过去35年累计投资90亿美元基础上,对中国市场未来几年作出的一项新的承诺。

“中国是可口可乐全球销量

第三大市场,对可口可乐全球的增长举足轻重。”穆泰康说,“我们承诺在中国市场持续不断的投资是确保中国业务可持续发展的基石。”穆泰康表示,未来三年内,可口可乐将携手三大装瓶合作伙伴中粮可口可乐、太古饮料和可口可乐装瓶投资集团中国,继续完善系统基础设施建设,提升系统能力,通过深化市场分销渠道和加强营销创新,来推动业务的可持续发展。

阿里妈妈营销活动落地上海

青年报 王霞

本报讯 近日,2015“电商营销中国行”系列活动继首站北京后落地上海,主办方阿里妈妈表示,作为阿里巴巴集团旗下成员,未来将依托阿里大数据,持续开展针对电商的全国巡回营销活动。

“互联网营销必须走出唯流量论的误区,利用大数据工具深度挖掘客户数据的真正价值。”

阿里妈妈电商事业部资深专家云雀现场分享道,“特别是作为细分类目的商家,要完成从流量型卖家向客户服务型卖家的模式转移,才能在日趋激烈的市场竞争中脱颖而出。”业内认为,大数据在营销上的真正应用,需要电商企业将之前导流量的方式和理念加以转变,从而专注于“客户运营”,将反馈效果最好的消费受众,形成自己的消费者画像,从而建立竞争优势。

实体商业平台云猫智管启动

青年报 王霞

本报讯 近年来,互联网企业与实体商业的融合速度正逐步加速。8月27日,实体商业互联网运营平台云猫智管在沪启动,该平台将面向全国逾2000

家已运营和即将投入使用的商业地产项目,挖掘实体商业的数据价值,成为实体商业的智慧运营服务商。云猫智管CEO邢军表示,云猫智管希望改变传统商业以场所和商品为中心的模式,回归以人为中心。

SPI 绿能宝推“绿电通”

青年报 王霞

本报讯 近日,以“绿电打折”为卖点的创新互联网产品“绿电通”正式发布,通过该产品,消费者可足不出户缴纳家庭电费,并参与绿色能源的投资、收益和消费,而使用SPI绿能宝全球太

阳能电站产生的绿电还可获折扣优惠。为号召更多公众参与到环保事业,SPI绿能宝董事长彭小峰在新品发布之际宣布“将以红包的形式免费派发9亿度绿电”,并表示,未来SPI绿能宝将构建一个发电、储电、售电和用电的绿色能源互联网商业生态系统。

上海国际艺术品保税服务中心认证启动

本报讯 近日上海自贸区国际文化投资发展有限公司与美国UL认证体系举行了上海国际艺术品保税服务中心认证启动

仪式。该中心计划于2017年上半年建成。将是全球面积最大、设施最先进、服务最专业的艺术品综合保税服务中心。

【小贴士】

五大“抗晒增白”水果

奇异果:富含多种天然营养素,金色果肉中每百克富含维生素C160mg,是日推荐摄入量的1.6倍,营养密度高达18.7,是同重量下苹果的10倍。同时富含亮氨酸、苯丙氨酸等十多种氨基酸,还含有丰富的矿物质,对防晒有一定帮助。

番茄:富含抗氧化剂番茄红素,每天摄入16毫克番茄红素可

将晒伤的危险系数下降40%。番茄煮熟后比生吃效果更好。

西瓜:含有多钟有益健康和美容的化学成分,如能促进皮肤生理活性的氨基酸,这些成分易被皮肤吸收,对面部皮肤的滋润、营养、防晒、增白效果较好。

柠檬:含有丰富的维生素C,能促进新陈代谢、延缓衰老、美白淡斑、收细毛孔、软化角质

层,对皮肤有很强的护理作用,同时还能增强皮肤的抗晒能力。

橙子:含有大量维生素C和胡萝卜素,可以抑制致癌物质的形成,还能软化和保护血管,促进血液循环,降低胆固醇和血脂。研究显示,每天喝3杯橙汁可以增加体内高密度脂蛋白(HDL)的含量,从而降低患心脏病的可能。