

控糖热度不减 糖果生意不降反升?

近年来,控糖、无糖成为新的消费趋势,一度冲击了传统糖果行业的增长。不过记者采访了解到,在控糖热度不减的情况下,2023年头部企业的糖果生意不降反升。在业内看来,近年来创新糖果产品的不断迭代,特别是减糖、功能化糖果的出现让糖果行业找到了新增长点。

变好的糖果生意

在过往很长一段时间里,美味的糖果正在变得越来越不受欢迎。一方面这来自于消费者对健康的关注,一条50克巧克力的热量在270卡左右,相当于一碗大米饭;另一方面,人口结构的变化带来了喜糖等需求萎缩。

糖果专家丁忠卫曾告诉记者,近年来对过度摄入糖分的危害的宣传改变了消费者对糖的认识,甚至一些“80后”和“90后”的父母也排斥让子女食用高糖的产品。

根据中国食品工业协会数据,从2015年以来,我国糖果行业规模以上企业糖果总产量呈现出震荡下行的发展态势。2020年到2022年,全国规模以上糖果生产企业总产量分别为311.7万吨,304.3万吨和280万吨。

但值得注意的是,2023年头部糖果企业的生意却有不错的增长。

中国旺旺公布的自2023年4月1日至2023年9月30日的中期业绩报告显示,报告期内公司实现收入112.7亿元,



图为超市糖果货架一角。

同比增长4.1%;实现净利润17.3亿元,同比增长8.5%。在具体业务中,其业务的增长一方面来自于乳品及饮料业务上涨了7.1%,另一方面则是米果和糖果业务创下半年收益新高带动。

凯度研究发现2023年消费者重返家外消费场景是糖果品类销售恢复的主要驱动因素。相比较之下,糖果成为了对比2022年同期恢复最快的品类之一。

近期多位淘宝糖果销售企业的工作人也证实,2023年糖果生意比往年同期“好不少”。

不过记者注意到,目前国内糖果行业的增长与以往已经有了较大的区别,特别是2023年,传统糖果的增长反馈平平,创新糖果产品正在成为拉动行业增长的主力。

中国旺旺表示,糖果属于物美价优的消费品,本身不受经济周期的影响,

的市场需求,徐福记也转而瞄准符合消费者口味和健康需求的糖果。目前徐福记产品线中已有多种不同口味和类型的糖果,包括了低糖和“0糖”的糖果,并与华南理工大学建立健康零食联合研究中心开发创新糖果等产品。

广东省食品安全保障促进会副会长朱丹蓬表示,2023年国内人员流动的快速恢复,也加快了糖果礼品等需求的恢复,此外糖果企业在创新产品、创新营销上也采取了包括联名等一系列措施,整体拉动了生意的增长。

功能化糖果品类喜忧参半

糖果市场已从过去硬糖、奶糖一统天下的局面发展成了多个细分市场,其中尤以巧克力、功能糖的发展最为迅速,研究报告显示,两者销售额加起来已经占据了糖果市场总销售额的50%以上。

北京中关村科学院南路一家便利店的工作人员告诉记者,2023年糖果销售比往年要好,特别是一些润喉、助消化等功能化糖果卖得不错。

中国食品工业协会党委副书记、副会长王琪在2023年中国糖果论坛上透露,我国糖果行业面临着企业转型升级这一发展趋势,特别是在国民健康意识不断提升的驱动下,消费者早已不满足单纯的甜食、新口味、新功能化的糖果市场正在进一步地扩大。

在本轮糖果行业增长中,功能化糖果扮演了重要的角色,其顺应了市场“保健品零食化”的新趋势,热度正在快速增长。在一些电商平台上,出现了一大批各色功能化糖果品牌,其通过添加益生

菌、营养素等成分,针对消费者细分健康领域的需求。

不过记者注意到,目前功能化糖果发展也喜忧参半。

比如从2021年开始,国家市场监督管理总局将软糖纳入保健食品备案剂型,也就是说企业可以通过备案制,推动功能化软糖以“蓝帽子”的形式上市销售,也引来了大量的保健品和药企正规军布局。

此前,健合集团在旗下营养品业务Swisse旗下已推出了多个蓝帽子软糖产品,包括益生菌、叶黄素、胶原蛋白等,同期包括江中、仁和、哈药集团等药企也推出系列功能软糖产品。

健合集团表示,国家《保健食品备案产品剂型及技术要求》公告发布,凝胶糖果纳入保健食品备案产品剂型,进一步推动软糖新剂型应用。

在电商平台上,也有不少的糖果品牌不愿意错过这个风口,部分品牌的软糖、压片糖果等产品也主打功能概念,有的在宣传语中宣称或暗示具备一定的功能。但根据《食品安全法》,普通食品并不能宣称功能,而且部分产品是否真正具备相关功能和效果也无从验证。

朱丹蓬告诉记者,功能化糖果是未来中国糖果增长中很重要的一个细分赛道,糖果属性外又具备功能性,满足了新生代消费者“朋克养生”的核心需求,未来应用场景和范围,以及针对的人群和功能都会有继续放大的趋势。但目前取得蓝帽子的功能糖果还比较少,宣称功能、超范围宣传甚至虚假宣传的乱象也屡屡发生,但这一问题短期内较难解决。

(综合)

消费提示

专家·未标营养素含量 基本可忽略不计

尽管发展迅速,但功能性软糖所带来的效果又是如何呢?在社交平台上,记者见到有部分消费者提出此类疑惑,“吃了半个月没有特别大的感受,买个安心也好。”一位消费者在小红书上这么说。

南医大二附院主管营养师梁婷婷表示,功能性软糖中的营养素如果未在配料表中标明含量多少,其含量基本可以忽略不计,并且将营养元素添加进软糖中,包裹着“甜蜜的外壳”,容易多食,尤其是对于儿童来说,有糖分摄入过量的风险。

对于叶黄素酯软糖是否真能护眼,梁婷婷表示,叶黄素确实对保护视网膜或预防青光眼有一定的作用,但没有治疗作用。“把叶黄素加入软糖中食用,可以加强孩子对其的兴趣。但即使软糖中没有蔗糖成分,用的是代糖,对于我们身体的血糖也会有影响。”梁婷婷告诉记者,如果想要预防眼部疾病,可以从食品入手。“日常生活中的很多蔬菜水果都富含叶黄素成分,比如常见的西红柿、胡萝卜、橙子等等,相比较靠软糖来补充,不如从饮食上加强重视。”(宗文)

消费趋势

巧克力呈现高端化等五大趋势

超四成消费者爱黑巧 礼赠为主要场景

近日,京东超市发布《巧克力消费趋势洞察报告》(以下简称《报告》),洞察到巧克力消费的健康化、手工制作、礼赠场景、口味跨界、高端发展等五大趋势。

有超四成消费者选择更具有健康属性的黑巧,手工巧克力搜索量提升近一倍,56%的消费者对于礼盒包装巧克力感兴趣。

同时,对于各种新口味的推出,消费者的接受度也在提升,酒心巧克力更是销售额、用户数和搜索量同时提升。

另外,55.5%的消费者对巧克力原料有较高追求,京东超市百元以上巧克力销售同比增长超30%,而且有88.5%的消费者期望巧克力包装能创新。

超四成消费者热衷黑巧 口味跨界流行

《报告》总结了巧克力消费出现的五大趋势。健康属性被广泛认知,有超四成消费者对黑巧克力感兴趣。近一年来,歌帝梵90%黑巧销售额同比增长超50倍,费列罗黑巧销售额同比增长125%。

颜值与口味并存的手工制作巧克力备受欢迎,尤其是得到女性和年轻家庭用户的青睐。近一年来,京东超市“手工巧克力”搜索量同比增长94%,倍乐思、歌斐颂等品牌手工巧克力礼盒热销。

礼盒装巧克力在京东超市销售额增长较快,56%的消费者对“巧克力礼盒”感兴趣。巧克力是人们购买圣诞礼物、年货、情人节礼物、生日礼物的热门选择。

近年来,跨界口味的巧克力受到

吃播「新宠」蜡瓶糖·解馋零食还是智商税?

近期,蜡瓶糖成为网络吃播们的“新宠”,其鲜艳的颜色和独特的造型为主播们增加了不少流量。蜡瓶糖到底由什么制成?它是否存在食品安全隐患?记者就此进行了调查。

价格堪比中高端糖果

记者在抖音、小红书等平台搜索“蜡瓶糖”,立即出现许多试吃、测评及宣传视频。日前,记者随机进入一位蜡瓶糖吃播的直播间,只见该主播面前的桌上摆满了造型五花八门的“艺术品”:皮卡丘、哆啦A梦、城堡、玫瑰花……而这些都是“可食用”的糖果。只见主播将一个蜡瓶糖放入口中咀嚼,并给观众展示其中的心夹果酱。“直播间的宝宝们记得嚼完一定不能咽下去哦。”该名主播反复提醒道。

点开主播推荐的链接,记者看到售卖的蜡瓶糖多为长棍、瓶子、花朵及水果造型,价格29.9—39.9元不等,折合单颗糖果价格约为1—1.5元。对比阿尔卑斯、悠哈等知名品牌同等大小的糖果,蜡瓶糖的价格堪比市面上较高端的糖果价格。记者在淘宝上搜索“蜡瓶糖”,造型更独特、体积更大的,定价会更高,如一款“键盘”形状的蜡瓶糖,定价达到了119.9元。

蜡瓶糖由什么材料制成?为什么不能咽?记者咨询了一名抖音店铺卖家。对方称,蜡瓶糖是用可食用蜂蜡制成,里面添加了木瓜、香芋、凤梨等各种口味的果酱夹心。

“因为主要原料是蜂蜡,所以只能嚼不能咽,不消化。”卖家表示,蜡瓶糖本身是没有味道的,但在刚开始咀嚼时会有淡淡的蜂蜡味道。

蜡瓶糖究竟有着什么魅力?记者在采访中发现,对于蜡瓶糖的评价呈两极分化。“我是蜡瓶糖的忠实粉丝,正在减肥,有时候很想吃甜食,蜡瓶糖刚好只能嚼不能咽,我就把它当作解馋的小零食。”消费者叶子说,空口嚼糖还会给大脑带来一些吃了很东西的错觉,饭量也会由此变小。

林女士则说,本以为这个东西和口香糖没区别,结果尝了后才知道什么叫“味同嚼蜡”。“蜡是一点味道都没有的,在嘴里咬开后,果汁的甜味一下就没了,接下来就是满口的蜡,没有味道,嚼起来还硌得慌。”



图为各色的蜡瓶糖。

蜡瓶糖店铺多为自制小作坊

随后,记者走访了多家线下商超,均未见到有蜡瓶糖售卖。在网购平台上出售的蜡瓶糖,几乎没有明确的品牌标识。在淘宝搜索“蜡瓶糖”,即可看到许多包装相同的商品,然而查看商品详情,每一个链接所显示的生产厂家和产地都不同;在小红书、抖音等平台搜索“蜡瓶糖”,多为标注“自制”的商品,基本为透明或者白色包装袋。

消费者小紫告诉记者,自己在社交媒体上刷到后觉得好奇,就在网购平台上下单了一份价格较便宜的,结果吃完后感觉满嘴蜡味,忍不住想干呕。“外面的蜂蜡是一种化学物质的味道,里面的果酱也是一股浓浓的香精味。”随后,她向卖家询问是否有生产许可证号、生产商信息,结果客服顾左右而言他,不针对问题作回答。

消费者西西的蜂蜡初体验也“踩了雷”。根据西西提供的图片,蜡瓶糖边缘出现疑似蚂蚁的不明黑色物体。聊天记录显

示,西西向卖家询问情况,卖家回应称,“这是果酱里的虫子,果酱是向果酱厂家买的成品。”卖家拒绝了西西提出的出示果酱品质及质检报告的要求。西西说,再也不会购买三无小作坊生产的食品了。

记者发现,有许多卖家在产品名称上就写明“自制蜡瓶糖”,网上也有售卖自制工具。自制的过程是怎么样的呢?一名网友分享了自己在家做蜡瓶糖的教程:先将可食用蜂蜡隔水融化,再倒入硅胶模具中,晾一会儿再倒出来,再倒进去,重复几次,形成蜡瓶糖的一层外壳;随后往里加入果酱,最后再倒入蜂蜡,等待其晾干成型即可。

在视频下方评论区,多名网友表示:“制作蜡瓶糖的硅胶模具都是很普通的做滴胶的材料,真的可以用来制作食品吗?”还有网友说,大部分商家所谓的“蜂蜡”可能不是蜂蜡,搜索“蜂蜡”也可能买到石蜡,因为蜂蜡产量较少,且价格较贵。

蜡瓶糖存在食品安全隐患

在药企工作的郭女士告诉记者,如果是因为了解压,那这种咀嚼方式会给咬机和牙带来很大的压力;其次,空腹咀嚼时胃会自动分泌胃液来消化即将到来的食物,胃酸多了但胃里没有食物,就会腐蚀胃壁;最后如果制作材料不是蜂蜡而是其他材料,那么长期食用也会产生健康隐患。

蜡瓶糖真的会造成食品安全隐患吗?对此,记者咨询了福建省第三人民医院营养科医生陈慧云。陈慧云说,蜡瓶糖的主要配料是蜂蜡,蜂蜡的主要化学成分有酯类、游离酸类、游离醇类和烃类,还有微量的挥发油、色素,主要用于工业、化妆品等,如做唇膏等,食品业中会做添加剂使用。“嚼完了吐掉,吃到的就是一些果酱、糖浆,

这样的食品是没有什么营养价值的,长期大量食用可能影响健康。”

陈慧云提醒说,如果不慎买到“三无产品”的蜡瓶糖,会给人体带来危害。“若蜡瓶糖原料为工业蜡,工业蜡中含有汞、铅等,可能会对人体带来危害。”陈慧云说,食用蜡对人体无害,但好的食用蜡多为进口,“三无产品”为降低成本多不会使用。最后,陈慧云表示,“三无产品”多存在安全隐患,营养价值低、欺诈行为多的特点,建议大家在购买食物的时候注意查看食品标签,看是否有生产日期、保质期、配料表、生产厂商、许可证等信息,避免购买和食用“三无产品”。

(福建日报)

行业观察

消费者愿为功能性零食买单

艾瑞咨询的《功能性零食产品创新趋势洞察》报告显示,年轻人喜欢边玩边养生,对于“好玩”有很高的期待。这类消费者也愿意为功能性零食服用方便,效果好,便携等优点买单。因此,在消费需求的驱动下,营养保健食品朝着轻养生、剂型零食化的方向发展。

在发展的过程中,同质化问题愈发