

中式养生水、无糖茶饮料成夏季爆品

“新中式养生”折射健康消费趋势

7月盛夏以来,饮用水、饮料、乳品等多类水饮产品销量快速增长,其中中式养生水、无糖茶饮料等产品在低糖低脂、健康饮食等消费理念的驱动下脱颖而出,成为今夏水饮消费市场的爆品。

中式养生水热销

“三伏天”已来,与之息息相关的养生习俗成了盛夏时节典型的消费方向。自古代以来食补就是养生重要的一环,茯苓、赤小豆、薏米、玉米须、芡实、红枣等均是公认适合夏日进补的食材。当这些食材被纳入配料表中,普通普通的饮料就变成了养生水。

京东消费及产业发展研究院日前发布的《夏日水饮消费观察》显示,中式养生水在这个夏天热度攀升迅速,其中,薏米水销量同比增长117%,山药水增长101%,桂圆水增长98%,红豆水、陈皮水、人参水、红枣水等也均有亮眼的增幅。

调研数据显示,65.5%的消费者因减肥祛湿、补血等功效购买中式养生水,无糖健康和配料干净也是消费者购买中式养生水的主要原因。

以某品牌的红豆薏米水为例,配料表中仅有水、红小豆、薏米、赤藓糖醇,并通过传统的熬煮工艺,在还原家常口味的同时更好地保留营养成分。另一品牌采用了萃取工艺,在去除糖分、脂肪、蛋白质,实现0糖0脂0卡的健康特性的同时,更多地保留多酚、

钾、铁、维生素等微量元素,保证产品的营养价值和功效。数据显示,这两个品牌的养生水“种草”人群近期飙升。

从购买中式养生水的消费者性别来看,女性与男性比例大致为6比4。女性消费者更偏爱选购红豆水和山楂水,购买量占比达62%;男性消费者则更偏爱选购枸杞水和陈皮水,购买量占比均达55%。

从消费偏好上看,16—25岁的消费者更偏好带有微甜口感的红枣水、枸杞水。26—35岁的消费者工作和生活动压力大,有“熬夜水”之称的人参水和具有安神助眠功效的山楂水更受该年龄段消费者喜爱。具有排毒减肥、美容养颜功效的红豆水、薏米水则是36—45岁中年消费者更青睐的养生水。46岁以上中老年人消费者更看重山药水的益气养血、健脾开胃功效。

从消费地域来看,青海、宁夏、西藏、广东、北京五地的消费者对中式养生水的消费热情增长最快,销量同比增幅位居前五。广东和西藏消费者最爱选购红枣水,新疆和湖南消费者钟情山药水,北京和天津消费者是红豆水的忠实拥趸。

无糖茶受追捧

“夏天天热就会想吃点冰饮,但是那些含糖饮料热量高,买无糖茶就是因为比较健康,喝起来没什么负担,相比水来说又有点茶味。”杭州消费者赵女士对记者说。

无糖茶饮料“无糖”“零卡”“健康”等标签,契合了现代人的生活方式和健康诉求。《夏日水饮消费观察》报告显示,在选择茶饮料的消费者中有七成会选择“无糖”,无糖茶饮料销量增速排名TOP10的省份增速均超过100%,其中浙江、安徽、福建、山东的增速更是超过200%。

数据显示,超半数消费者在购买包装茶饮时关注的因素为产品的口味,含糖卡路里和健康功效也是消费者购买包装茶饮时关注较多的因素,分别占比40.3%、39.5%。有三成以上消费者还关注价格、配料、品牌以及营养成分等因素。艾媒分析师认为,随着健康饮食观念逐渐深入人心,不少消费者开始关注饮料的含糖卡路里,因此无糖茶饮逐渐占据茶饮消费市场的重要地位。

中国食品产业分析师朱丹蓬也表示,在健康管理、营养管理、体重管理、颜值管理等消费需求下,无糖饮料及功能性饮料市场得到进一步释放。

艾媒数据显示,去年中国新式茶饮市场规模达3333.8亿元;养生茶饮市场规模为411.6亿元;无糖饮料市场规模增速明显,达401.6亿元。随着健康消费趋势凸显,养生茶饮、无糖茶饮需求持续增加,新式茶饮也随之推出众多低糖、无糖产品,茶饮相关产品市场规模将进一步扩大,预计

明年新式茶饮市场规模达3749.3亿元,2028年养生茶饮市场规模将突破千亿级。

折射健康消费需求

专家认为,中式养生饮品在市场上的火热并非偶然现象,随着消费者对健康饮食的关注日益深入,传统中医的“药食同源”理念逐渐深入人心。红豆、薏米、桂圆、陈皮、红枣、枸杞等既是传统食材,又具备一定药用价值,在我国有着庞大的食用基础,这些食材被应用于饮品中,满足了消费者对健康、养生、天然的需求。无论是八段锦的爆火,还是“药食同源”概念的流行,都折射出“新中式养生”的觉醒和更多消费者对健康生活方式的追求。

随着经济的不断发展与健康消费理念深入人心,消费者对茶饮的需求逐渐从传统调味包装茶转向无糖茶、养生茶等。消费者对产品附加值及健康化的需求,以及茶饮市场产品结构变革等要素,共同促进了茶饮行业的发展。艾媒咨询近日发布的《2024—2025年中国茶饮行业发展及消费洞察报告》数据显示,2023年我国新式茶饮市场规模达3333.8亿元,同比增长13.5%。随着健康消费趋势凸显,茶饮相关产品市场规模将进一步扩大,无糖低糖产品将进一步扩充市场容量,为茶饮行业提供新增量。

(综合)

声音

茶饮扩张更需注重差异化

近年来,我国茶饮市场呈现快速扩张趋势。通过梳理发现,一方面,老牌无糖茶品牌如三得利、东方树叶等新品频出;另一方面,非茶饮品牌也陆续布局无糖茶市场,康师傅、可口可乐、统一、元气森林、娃哈哈等均加入这一赛道。随着越来越多的饮料品牌加入,茶饮市场竞争愈发激烈。如何在激烈的市场竞争中脱颖而出,成为每个茶饮品牌都需要思考的问题。

在茶饮市场中,差异化竞争是品牌生存的关键。品牌需要通过差异化竞争来打造自身的核心竞争力,从而赢得消费者的信任。

首先,茶饮企业需要明确自身的定位和目标消费者。在茶饮市场中,不同品牌之间有着明显的差异。有些品牌注重口感和品质,有些品牌则更注重文化和社交属性。品牌需要根据自身的特点和优势,明确自身的定位和目标消费者,以便精准地满足消费者的需求。比如,有些无糖茶饮主打养生、有些主打提神,企业需要把这样的差异化定位清晰地“灌输”给消费者,就好比一提提神功能饮料,消费者往往就能想到红牛,说明企业的宣传已经比较成功地植根于消费者的意识中。

其次,企业需要注重产品创新和品质提升。在茶饮市场中,消费者对产品的口感和品质有着较高的要求。为此品牌需要不断推出新产品,满足消费者的尝鲜需求;同时,还需要注重产品的品质提升,确保其口感和品质符合消费者的期望。

此外,企业还需要深入洞察市场趋势和消费者需求,制定有效的营销策略和拓展计划。比如,通过与其他饮料品牌进行合作、开展线上线下营销活动等方式,提升品牌知名度和市场占有率,甚至可以通过与不同行业企业进行跨界融合,拓展市场边界,从而进一步凸显品牌的独特性。

总之,无糖茶饮作为符合年轻人追求零脂、健康的细分赛道,毫无疑问具有巨大的发展潜力,但同样也面临品牌无序扩张、低价竞争等挑战。对于企业而言,只要能够注重寻求差异化竞争策略,从品牌建设、产品品质、营销策略和拓展计划等方面入手,就能够在激烈的市场竞争中脱颖而出,实现可持续发展。

(每经)

加快建设国际消费中心城市 湖北武汉打造咖啡茶饮之都

今年以来,为抓好消费新业态培育,激活“青年+消费”潜力,湖北省武汉市商务局对全市咖啡、茶饮行业发展情况进行了专题调研,制定了《关于促进武汉市咖啡和茶饮行业高质量发展的工作方案》(以下简称《工作方案》)和《2024年国际消费中心城市建设工作方案》(以下简称《工作方案》),持续推动武汉咖啡和茶饮行业高质量发展,满足市民时尚品质消费需求,促进武汉国际消费中心城市培育建设。

咖啡和茶饮是当下年轻人的热门消费之一,城市中各个品牌的咖啡店、茶饮店随处可见。武汉市商务局相关负责人表示,“目前,咖啡、茶饮在消费板块中分别占比60%和30%。随着相关支持政策的发布,星巴克、瑞幸等咖啡品牌、奈雪、茶颜悦色等茶饮品牌有望在重要商圈里被越来越多的市民看到,我们的目标是到2026年全市每年新增品牌咖啡、茶饮门店100家。”

《工作方案》显示,为推动咖啡、茶饮行业高质量发展,武汉将实施“4+2”政策举措体系,开展网点“增量”、门店“提质”、品牌“培优”、企业“赋能”等四

大行动,并在营造良好消费氛围、优化企业经营环境两个方面持续发力。

武汉市商务局相关负责人表示,为充分发挥财政资金对行业发展的引导和带动作用,武汉市商务局印发的《实施细则》明确了申报专项资金的企业和门店应该具备的条件以及资金支持标准。

据介绍,在申报周期内,企业每新开一家面积不超过100平方米的门店支持5000元;每新开一家面积大于100平方米且小于200平方米的门店支持1万元;每新开一家面积大于或等于200平方米的门店支持2万元。企业每新开一家入驻武汉“四站一场”的门店,门店开设于检票口以内的最高支持10万元;开设于检票口以外的支持2万元。企业每新开一家入驻武汉5A级景区的门店支持2万元;每新开一家入驻4A级景区的门店支持1万元。企业每新开一家入驻三级甲等及以上医院的门店支持2万元。

该负责人提醒,由于以上奖励资金可叠加申报,这也意味着,企业每新开一家符合条件的门店最高可获12万元资金支持。原则上单个资金申报主体最高奖励金额不超过50万元,具体申报细节可关注武汉市商务局官网。(楚文)

走进云南省保山市隆阳区潞江镇新寨村,村口大榕树下的免费咖啡摊吸引了众人的目光。不少到新寨村游玩的游客会品尝上一杯“咖啡第一村”原生种植的保山小粒咖啡。

新寨村西倚世界自然遗产高黎贡山,东临怒江,属亚热带干热河谷气候,生态环境优良,自然资源丰富,2012年被认定为“全国一村一品”示范村,被誉为“中国咖啡第一村”。新寨村依托其独特的地理优势和丰富的咖啡资源,通过一系列创新举措和转型升级,成功走出了一条以咖啡产业为主导的乡村振兴之路。

抓好种质端 种好一颗豆

如何保持新寨村的金字招牌——咖啡,新寨村从种质端入手。新寨村党总支书记王加维介绍,新寨村的咖农从前因为咖啡收购价格低迷多次想要放弃咖啡产业,甚至一度要砍除咖啡树改种其他经济作物。转机在2017年,那时在老村委建了1号庄园,咖农们按照企业的要求高标准来采摘、晾晒、加工咖啡豆,最后企业以60元一公斤的价格收购咖农们尝到了做精品咖啡的甜头。

从那之后,咖农们思想发生了转

新寨村:云南保山的“咖啡第一村”

变,在村委的带领下从种植、采收、加工上下功夫,以高标准种植培育精品咖啡,有效提升了咖啡精品率。此外,近年来新寨村在品种选育、种苗培育等方面获得了云南省农科院技术支撑,稳定推广种植铁皮卡、波旁等优质品种,新寨村划定咖啡核心产区面积1.36万亩,大力推广化肥一体化、智慧农业种植技术,引导村民树立“多中不如管好”的精细化种植理念,村民种植水平大幅提高,咖啡产量也有了明显变化。

农文旅融合 打造文化体验园

在做好种植的同时,新寨村还积极融入新趋势。新寨村按照“全链条重塑咖啡产业”模式,以产业融合发展方向,积极探索“村委+企业+合作社+基地+农户”的“庄园”经营发展新模式,推动咖啡一二三产业融合发展。

乎壳咖啡庄园是新寨村已建成的4座精品咖啡庄园之一,坐落于怒江西岸,高黎贡山之上,是全区一家较为成熟的高端半山酒店。庄园由企业流转村集体土地建设,采取“村集体+公司”

的运营模式壮大村集体经济。每年产生村集体经济收入20余万元,辐射带动周边480多农户发展,并为周边农户提供了近60个就业岗位和200个季节性用工岗位,促进人均增收3600元。据介绍,乎壳咖啡庄园定位于精品化、高端化,实施“庄园+基地、庄园+文旅、庄园+研学、庄园+咖啡店”经营模式,补齐咖啡全产业链最后一环,实现从“一颗豆子到一杯咖啡”无缝衔接。

为更好地推动咖啡一二三产业融合发展,新寨村支持鼓励群众以上地和房屋入股方式,把公共用房、地方农居建成集咖啡加工体验、咖啡文化展示、咖啡旅游观光、咖啡产品销售为一体的咖啡文化体验馆、文化体验馆,扮靓小村寨。同时,每年以咖啡庄园为平台,在村内举办咖啡旅游文化节、咖啡冲煮赛、国际专家论坛等活动,为游客提供“前店后厂”“从种子到杯子”的“一站式”咖啡文化体验服务。此外,新寨村还不断完善游客服务中心、咖啡体验馆、交通环线等旅游配套基础设施,建设集房车营地、帐篷酒店等多种新业态融合的咖啡庄园,打造“咖啡+研学”“咖啡+文创”“咖啡+运动”“咖

啡+休闲度假”多元发展的旅游体验模式。

目前,新寨村已经建成精品咖啡庄园4座,入驻咖啡企业10家,年接待游客10余万人,被评为3A级旅游景区、云南省旅游名村,已初步发展成为集文化体验、旅游康养于一体的旅游目的地。

多元发展 助力村民增收

在咖啡产业的基础上,新寨村还积极探索多元发展路径。根据不同海拔条件,村里规划了“三个产业化”的发展蓝图,即1000米以上海拔种植小粒咖啡,1000米到800米海拔种植冬季蔬菜,800米到600米海拔种植火龙果、芒果等热带水果。这一规划不仅充分发挥了土地的最大效益,还让村民在每个季节都有稳定的收入来源。此外,村里还注重培养新型职业农民,通过技能培训等方式提升村民的就业能力,为乡村振兴提供人才支撑。

新寨村的转型之路是乡村振兴的生动实践,也是产业兴旺、生态宜居、乡风文明、治理有效、生活富裕的乡村振兴战略的生动体现。

(央广)

东方富星(北京)资产管理有限公司 盐城宝田钢材贸易有限公司等4户不良资产组包处置公告

浙江省浙商资产管理股份有限公司与厦门裕霖诚诚信科技合伙企业(有限合伙) 债权转让通知暨债务催收联合公告

债权转让通知暨债务催收联合公告

江苏苏州农村商业银行股份有限公司与高永景债权转让暨债务催收公告

广东粤财资产管理有限公司与广东晟昕资产投资有限公司 资产转让暨债权催收联合公告

陆书桂与江阴市亿发宏博港口发展有限公司 债权转让暨债务催收联合公告

债权转让公告

债权转让公告

江苏苏州农村商业银行股份有限公司与高永景债权转让暨债务催收公告

广东惠东农村商业银行股份有限公司与惠州京通亿投资咨询有限公司 债权转让通知暨债务催收联合公告