

众多品牌饮料争抢“无糖”概念背后不添加蔗糖等于无糖?

李振兴 白杨

伴随消费者健康意识的提高,近日,健力宝、元气森林等均推出了无糖饮料,加之可口可乐、百事可乐、农夫山泉等企业提前布局,涉足无糖领域的企业越来越多。不过,无糖饮料真的无糖吗?记者调查发现,部分无糖饮料主要含有赤藓糖醇,而部分无糖产品则含有代糖。虽然无糖饮料迎合了消费者健康化的需求,但仍有部分企业的标注为“不添加蔗糖”,这与标注“无糖”的产品并不是同一概念,无糖饮料市场亟待进一步规范。

争抢无糖概念

在元气森林的无糖气泡水爆红后,健力宝、中沃等均推出了无糖饮料。

以健力宝为例,此前,媒体报道了健力宝为元气森林代工,随后,健力宝推出了“0糖0脂”“含膳食纤维”的“微泡”无糖气泡水。近日,健力宝还推出了“健力宝纤维+运动饮料”,这也是健力宝推出的第二款主打“0糖0脂”的产品。

而作为在无糖饮料领域的“网红”,有消息称,元气森林在2020年1-5月就拿下了6.6亿销量,接近2019年7亿的全年销量,且在上一季度拿到融资后,元气森林的“身价”就已抬高至40亿元。

除了健力宝和元气森林,国际饮料巨头也早已看到无糖饮料的市场潜力。可口可乐、百事可乐分别于1982年和1964年推出了健



怡可乐和轻怡百事。此外,2017年日本知名饮料品牌伊藤园进入国内,推出无糖茶。

面对“两乐”不断发力无糖饮料市场,国内饮料企业也开始加紧布局。2011年,农夫山泉推出了无糖茶饮“东方树叶”;同年,天喔茶庄推出“天喔金”系列3款无糖茶;2018年10月,娃哈哈推出“安化黑茶”饮料;2019年,怡宝推出“佐味茶事”无糖茶。

首都保健营养美食学会秘书长常明表示,企业扎堆推出无糖饮料,主要是迎合消费者的健康心理需求,另一方面,这对业绩也有一定的刺激作用。

数据显示,在2018财年和2019财年,可口可乐碳酸饮料的含糖量分别降低1.7%和

4%,销量相应增长了1.6%和2.2%;2019年财年,0糖可口可乐再度保持两位数的增势。

对于未来将如何布局无糖饮料市场,记者联系采访了雀巢、元气森林,但截至发稿,对方并未予以回复。

市场规模尚小

资料显示,无糖产品的市场份额仍相对较小。目前,中国无糖茶饮市场容量虽然不断扩大,但在全球市场中的占比仅为6%。

一位食品企业负责人对记者表示,目前中国消费者在购买饮料时仍以购买有糖产品为主,所以无糖饮料市场规模仍非常小。

“我可以减少喝饮料的频率,但喝饮料的时候仍选择口感好的有糖产品。”多位消费者向记者表示。

英敏特研究报告指出,尽管消费者都说希望吃得更健康,但在买东西时,真正愿意为天然代糖多花一点钱的人只占16%。这是由于代糖比砂糖价格更高,但在甜味上带来的满足感却又不及后者。

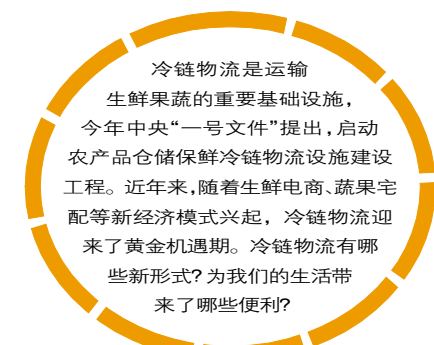
中国食品安全网舆情中心综合根据网络舆情信息、倾向量、热度,对当前“无糖饮料”品牌的舆情口碑环境进行了梳理。其中,好评榜排名前五的品牌分别为康师傅、三得利、东方树叶,统一、立顿。

在茶煮创始人唐壶(北京)文化有限公司合伙人路凡看来,目前,中国市场的无糖饮料主要分为无糖饮料和含有糖替代品的饮料。其中无糖饮料以茶饮为主,包括农夫山泉的东方树叶,消费者以男性为主。含糖替代品饮料,适合大众消费,消费者以女性为主。

数据显示,2019年中国茶饮市场规模为787亿元,其中含糖茶饮零售额占整体茶饮零售额的94.8%;虽然无糖茶饮零售额持续快速增长,但预计到2024年,无糖茶饮的市场份额也只能上升至12.3%。

目前,中国无糖茶饮饮料的主要生产商有统一、农夫山泉、天喔茶庄和王老吉等。新思界产业研究中心发布的研究报告显示,2017年,中国无糖茶饮产品需求量为372.7万吨,预计2021年中国无糖茶饮产品需求量为1085.8万吨。

冷链物流“热”起来



阿尔达克 张艺开 刘晓宇

只需轻轻一点手机,水果蔬菜、肉禽蛋品、海鲜水产等来自全国各地,甚至世界各地的生鲜产品就能第一时间送到家门口。尤其是疫情防控期间,为减少人员聚集,人们网购需求增多,生鲜产品配送量加大。无论是包装、仓储、运输,还是最后一公里的配送环节,哪一部分缺少冷链物流,都会影响产品品质。2020年,冷链物流市场规模有望达4698亿元。冷链物流如何保证从田间到餐桌的新鲜?

气调保鲜

高氮低氧让鲜杏“冬眠”,保鲜期从7天延长至25天。

初夏,杏园内,颗颗杏子已挂满枝头,风中传来香甜的气息。

这里是新疆喀什地区英吉沙县,是新疆10个尚未摘帽的贫困县之一,贫困程度深,脱贫任务艰巨。这里有着400多年的杏树种植历史,几乎家家户户都有杏树。然而保鲜期短、运距长的的问题一直是英吉沙鲜杏“走出去”的拦路虎。

如何打通鲜杏出疆路?气调保鲜技术成为一种选择,通过调节气体比例,实现贮藏保鲜。

2018年,新疆果业集团与英吉沙县合作,开始建立鲜杏生产、包装、销售标准化管理体系。2019年,新疆果业集团在英吉沙建设了1条自动机器分拣生产线,9条充氮包装线。在生产线上自动分拣之后,鲜杏被放入托托式包装盒内充入氮气封装。在高氮低氧的包装箱中,鲜杏开始代谢缓慢的“冬眠”,保鲜期从7天延长至25天。再以冰袋、吸水棉和防震棉保护,杏果经过长距离运输之后,依然能保证新鲜品质。

新疆果业大唐丝路电子商务有限公司执行总裁杨永翔介绍,一种搭载综合保鲜技术、智能网联技术、云平台管理技术的新型智慧多功能冷藏车“智鲜仓”也在助力新疆水果走出去。2019年7月,这款新型冷藏车已成功将30吨英吉沙县鲜杏运到北京销售。

“我们的杏子如今不愁卖了。去年,我家靠杏子挣了将近两万元。”站在自家的杏园内,杏农吾布力信心满满。

冷链专线

在6500公里以上的长距离生鲜运输上,有明显成本优势。

在内蒙古满洲里口岸,一车车果蔬正在快速通关,它们将经俄罗斯后贝加尔斯克转运至莫斯科等地,同时,大量的肉、奶制品、冰凌凌等食品,又随返班列车进口至中国,形成“双向运输”通道。

每年有超过30万吨的国内果蔬经由满洲里口岸出口到俄罗斯,由于铁路冷链运输成本不断下降,不少果蔬出口商开始尝试通过铁路集装箱将果蔬出口至俄罗斯。

“疫情防控期间,从哈尔滨运到莫斯科,同等数量的货物公路比铁路贵1/4以上。”黑龙江龙运集团哈尔滨俄运通科贸股份有限公司总经理张爽介绍,铁路冷链集装箱在6500公里以上的长距离果蔬生鲜运输上,有着比较明显的成本优势。

此外,铁路运输还有不受天气影响、安全快捷、运输能力强等优点。“前些年由于技术尚不成熟,成本较高,几乎没人选择铁路运输果蔬。”张爽说,“现在不同了,随着冷链运输技术的进步和完善,果蔬经过十二三天的运输依旧能够新鲜如初,运输价格也不贵。”

据张爽介绍,俄运通公司的“龙海号”铁路冷链运输集装箱是符合国际联运标准的新造40尺油电一体冷藏箱,可根据不同果蔬生鲜的运输需求,进行温度、湿度自我管理和远程调节,并且配备全球定位导航和新风系统,“客户可以通过俄运通公司的监控平台全程知晓货物状态,冷链运输全程实现数字化、远程可控化。”张爽说。

“铁路运输果蔬具有运量大、价格低、速度快等诸多优势,探索铁路冷链运输果蔬是一次有益的尝试,为疫情防控中果蔬出口注入了很大动力,海关给予充分的支持和帮助。”满洲里车站海关副关长吴庆岩表示,满洲里海关主动优化业务流程,为果蔬出口申报提速,实现果蔬出口申报“零延时”。

据统计,自4月2日首列果蔬班列开通以来,经满洲里铁路口岸运输出境的果蔬已累计发运百余个集装箱,运送出口果蔬4794吨,品种多达30余种。

智能仓储

仓储管理系统自动调节温度,手持终端可远程调控。

“2号库已到货一车,请求卸车。”随着一声汽笛响起,一辆大型制冷运输车在海韵冷链仓储有限公司大型冷库前稳稳停下,指令部经理王惠卿对着对讲机向班组下达了指令。在福建省漳州招商局经济技术开发区招银冷链物流园里,像这样的大型转运车,每天要来来往往20多趟。

1台全自动叉车,4名班组工人,30吨冷冻新鲜薯条,零下18摄氏度恒温仓储……一

整套高效率、严规范的卸车流程,在不到两个小时完成,这些薯条,将在偌大的冷库里度过为期3天到2周不等的“等待期”,随时准备被再次转运到闽西南地区的食品深加工公司,成为市民所熟知的油炸薯条,圆满完成这一次的“冷链之旅”。

“简单来说,我们就是个‘大冰箱’,企业将需要冷藏的货品寄存在我们这儿,仓储并保证安全就是我们的职责。”海韵冷链仓储有限公司董事长陈海照介绍说。3.8亿元的投资规模,500余吨的日吞吐量,4万吨的总设计仓储量,40万吨的年转运量,这家物流园满足着厦门湾区数十家进出口外贸公司的冷链仓储需要。

“202冷藏间,平均温度零下18.3摄氏度,设定温度零下22摄氏度,正常。”王惠卿盯着公司智能化仓储信息页面,30吨新鲜薯条入仓,让冷藏间温度上浮了1摄氏度多,但随着智能化仓储管理系统的自动调节,制冷机重新启动,仓内温度迅速恢复至零下18摄氏度。

“我们采用了二氧化碳和氨复叠制冷系统,在保证制冷效果的同时,大幅降低氨的使用量。另外,园区采用业界先进的智能化仓储管理系统,手持终端就能轻松掌握车辆调度、温度湿度调节、预冷合格率等情况。效率高,生产也更安全,还大大降低生产成本。”海韵冷链仓储有限公司总经理叶劲飞表示。

广告

Advertisement for '天隔高草' (Tiange Gao Cao) featuring '家庭式牛排' (Family Style Steak) and '牛肉干' (Beef Jerky). It includes contact information: 18683622118 and 18682696933.

便民服务 收费标准: (55)元/行/天 (13字1行) 广告热线: 028-66079393 QQ: 769036015 地址: 红星路二段159号成都传媒·红星国际2号楼1702室

Public notices (公告) including company registration changes, liquidation notices, and legal notices. Mentions companies like 成都普星服饰有限公司 and 成都普星服饰有限公司.

Reduction notices (减资公告) for various companies, detailing the reduction of registered capital and the process of creditor notification.

Various notices and advertisements, including recruitment information and company announcements.

Business notices and advertisements, including information about company operations and services.

Legal notices (律师提示) and other public information, including contact details for legal services.

海南健康企业有了评估指标

海南省爱卫会办公室、海南省卫生健康委日前联合印发健康企业建设评估指标(试行)和评估细则,要求全省切实把指标内涵,抓好细化落实,加强监测评估。

《评估指标》共包括4个一级指标、13个二级指标、55个三级指标,涵盖健康企业的组织管理、健康环境、健康管理与服务、健康文化等四大方面内容。其中,设有健康素养水平等5个一票否决项和女职工健康管理服务等4个加分项。评估指标采用百分制量化计分,一票否决项得分率均≥75%,且总分得≥85分的企业,可评价为健康企业。

此前,海南省爱卫会将健康企业建设纳入与市县签订2020年度卫生(健康)创建目标责任书。2020年5月,该省遴选确定了20家企业作为首批健康企业省级重点联系企业。

(刘泽林)

东阿阿胶携手海王星辰启动“夏季清心中国行”活动

6月28日,东阿阿胶携手海王星辰举办的“夏季清心中国行”活动在深圳启动,现场嘉宾共同见证了东阿阿胶与现代生活方式的亲密融合。

启动仪式现场推出了一系列夏日阿胶养生新品,吸引不少来宾争相品尝。有“东阿阿胶清心糕”“东阿阿胶酸奶奶杯”“东阿阿胶+葛根粉”“东阿阿胶奶茶杯”,还有复方阿胶浆冰凉夏日饮等。东阿阿胶此前在公告中强调,公司目前正在全力推进渠道优化,以消费者需求为导向,通过数字化转型,致力实现从渠道运营向消费者运营的转变,并为此围绕大健康产业,进一步强化研发创新,加强科研成果转化,优化丰富产品体系,不断推出方便、即食、满足年轻人需求的阿胶产品。

东阿阿胶与作为“全国医药连锁百强”的海王星辰合作已有18年历史,双方在满足消费者需求方面具有深厚的共识。东阿阿胶副总裁刘广源说,新冠肺炎疫情需求下,东阿阿胶和海王星辰洞察消费者新需求,把握新趋势,携手在全国首站推出“夏季清心中国行”活动,就是力求为夏季养生提供新方法、为增强全民免疫力提供新保障。

海王星辰总裁张英男表示,在与东阿阿胶的高度合作之下,双方实现了销售的持续增长。而此次“夏季清心中国行”则为民众的夏季养生提供了更多的选择。

(吴霞)

四川将发展稻鱼综合种养500万亩以上

记者7月6日从四川省农业农村厅了解到,为进一步推动水产高质量发展,四川计划用3年到5年时间发展稻鱼综合种养500万亩以上,并在今年培育7个现代水产园区。

四川是西部水产大省,稻田养鱼历史悠久。2019年,四川淡水养殖面积19.31万公顷,居全国第十四,淡水养殖产量150万吨,居全国第七位;全社会渔业经济总产值逾500亿元,稻鱼综合种养产量40.10万吨。

据了解,为解决水产区域发展不平衡、产业发展质量不高等问题,四川把建设“鱼米之乡”和建设现代水产园区作为推动水产高质量发展的两个抓手。

据悉,四川还将以实施水产绿色健康养殖“四大行动”为抓手,因地制宜推广健康养殖模式,实现“质量兴渔”。

(高健钧)