“产品升级+消费升级”让饮料价格上涨
“低糖”“无糖”茶饮受消费者青睐

夏日炎炎，饮料市场迎来了销售旺季，成为大众关注的热点。日前，“5元以下饮料为什么越来越少”的话题冲上微博热搜，引发网友热议。那么，我市饮料价格情况如何？6月9日，记者走进部分小卖部、便利店一探究竟。

顾客挑选饮料

饮料品种多样

新品饮料层出不穷 价格多在5元以上

在位于巴黎商街的德尚超市内，饮料区的货架上摆满了各式各样的饮料，种类多达五六十种。一眼望去，饮料价格集中在4元至7元，大多标价在5元以上，5元以下的品种并不多，以“康师傅”冰红茶、“惠尔康”冬瓜茶等传统饮料以及可乐、雪碧等碳酸饮料为主。

“我们店里5元以上的饮料占绝大多数。”该店店主告诉记者，同款饮料涨价的现象不明显，但现在饮料的更新速度很快，新口味、新系列层出不穷，一般新产品的价格较老产品都会略上涨一点。如店内“元气森林”白桃味苏打水定价5元，而去年出的醇香乌龙茶则定价6元。

在永康农贸城的某饮料批发店内，市民王先生刚购入2箱可口可乐，价格照往常并未上涨，仍是每箱54元。“现在饮料价格还稳定。就算受原材料价格上涨影响，一箱饮料价格上涨两三元，这点成本会内部消化掉，对外售价不会提高，因此对销售终端几乎没有影响。”该店店主说。

记者从当日走访的多家便利店、批发店了解到，当前饮料的单瓶价格确实集中在5元以上，这主要是在消费升级的背景下，饮料品质不断升级的结果。例如，之前很多饮料是用茶粉调制，如今更多的是用茶萃取液加果汁调制。新品研发需要投入较高的研发成本及市场推广费用，所以也在一定程度上导致新品价格相对较高。

“减糖”成为消费共识 低糖饮品乘势崛起

记者走访发现，便利店内标注着“低糖”“无糖”的饮料种类愈发丰富，占据着饮料区的重要位置。很多饮料品牌不约而同地奔向低糖化这个热门赛道，在新品研发上围绕“减糖”做足文章。

在位于巴黎商街的十足便利店内，新品饮料要比一般小卖部多，包含100%纯果汁的统一元气觉醒系列，味全复合果蔬汁等果汁饮料，喜茶、奈雪的茶等新式茶饮品牌的瓶装饮品……这些新品饮料绝大多数主打“低糖”“无糖”。除了东方树叶、茶π、三得利等老牌茶饮品牌外，元气森林、香飘飘等品牌也相继推出无糖草本茶、低糖牛乳茶等系列茶饮。

“以前，茶饮购买者多是中年男士，现在年轻消费者受“抗糖”饮食理念的影响，很多愿意购买茶饮，特别是“低糖”“无糖”的。像东方树叶，以前销量并不好，但如今很受年轻人欢迎。”十足便利店收银员说，年轻人对“低糖”“无糖”茶饮的喜爱程度甚至超过了可乐等碳酸饮料。

“00后”小伙小陈趁着便利店搞活动，一下买了3瓶“三得利”乌龙茶。“夏天气温高，我路过便利店就会购买冰镇的“三得利”乌龙茶解暑。”小陈告诉记者，茶饮口感清爽不甜腻，很符合他的口味，且含糖量低，怕喝饮料摄入过量糖分的心理负担也大大减轻。

近年来，随着消费者健康意识的不断增强，“减糖”逐渐成为大众的消费共识，也在加速进入人民消费生活的方方面面，这一变化为“低糖”“无糖”饮料，尤其是低糖茶饮崛起提供了条件。受“抗糖”饮食理念影响，兼具低糖与多风味属性的茶饮显然更符合年轻人的“胃口”，愈发受年轻人青睐。

融媒记者 郑旭华

公益广告

不断巩固创建成果
持续擦亮金字招牌

永康市融媒体中心 宣