

多样化需求催生新变化 今年夏天各类饮品悄悄变 大



水果桶茶饮



在今年 超长待机 的三伏天里 ,我市气温 火力全开 ,饮品市场也随之热了起来 ,各类饮品的销量一路走高。

在新品扎堆亮相的同时 ,饮品的容量也在悄悄膨胀。近日 , 饮料为什么越做越大 年轻人为啥爱上超大杯 1升装饮料为何成年轻人的社交货币 等相关话题频频登上社交平台 ,引发网友热议。同时 ,关于大容量饮品的晒图 安利 与消费测评也越来越多。

8月2日 ,记者走访我市多家商超、便利店以及饮品店发现 ,在今年夏天的永城饮品市场上 ,饮品变大的势头愈演愈烈 无论是瓶装饮料 还是现制饮品 纷纷推出了加大版。

大块头 瓶装饮料成货架 显眼包

900毫升的东方树叶、900毫升的依能苏打水、1.25升的三得利无糖乌龙茶 在宝龙广场一家连锁超市内 ,大瓶装饮料占据了饮料区的显眼位置 ,不时有市民前来选购。

夏天我更喜欢买大瓶装饮料 因为天热饮水量大 ,500毫升不够喝 ,1升刚好够一天喝完 ,所以干脆直接选大瓶装 ,价格也更实惠。正在选购饮料的 00后 市民张靖凯告诉记者 ,1升的容量对他来说刚刚好 ,再大一点就不方便携带了。

记者发现 ,相较于正常容量的饮料 ,大瓶装饮料明显更具性价比。宝矿力水特电解质饮料 ,500毫升装的单价为6元 ,而900毫升装的单价为8.6元 ,差价

仅有2.6元 ,饮料却多了400毫升 ;冻鹏补水啦电解质饮料555毫升装的单价为4.5元 ,1升装的单价为6.5元 ;东方树叶青柑普洱茶500毫升装的单价为4.8元 ,900毫升装的单价为7元

除了连锁超市 ,记者在我市各大便利店的货架上也发现了大瓶装饮料的身影。其中 ,无糖茶和电解质饮料最为常见。不少便利店店员表示 ,虽然从销量上来看 ,正常容量的饮料仍是主流 ,但今年夏天大瓶装饮料确实比往年更受欢迎。

记者了解到 ,大瓶装饮料并非新鲜事物 ,一些产品已经存在于市场多年 ,但其更多局限于碳酸汽水、果汁等品类 ,且

容量多在1.5升至2升之间 ,消费场景主要是家庭聚会、餐馆聚餐。如今 ,越来越多饮料品类争相向大瓶装发力 ,频频推出1升左右的规格 ,特别是无糖茶、椰子水、电解质饮料等品类。尼尔森IQ近日发布的《2024中国饮料行业趋势与展望》报告也显示 ,600毫升至1249毫升的大即饮成为饮料增长的新亮点。

对比500毫升的传统规格饮料更具性价比 ,对比1.5升至2升的超大包装饮料更具便携性 无论是 贫民饮料 还是实惠之选 ,毫无疑问 ,在3元以内 的饮料越来越少的当下 ,1升左右的大瓶装饮料正凭借着高性价比、高场景适应 ,为消费者提供更为实惠的选择。

现制饮品纷纷推出大桶装

大容量之风同样蔓延到了现制饮品领域。近年来 ,我市现制饮品市场频频推出以 升 桶 为单位的产品 ,这一现象在今年夏天尤为明显。

记者走访我市多家咖啡店发现 ,在众多城市流行起来的大桶装咖啡 如今也出现在了 我市部分咖啡店里。

我们一天最多能卖出30多杯大桶装咖啡。据溪心小区一家咖啡店的店员舒雨晨介绍 ,目前店内在售的大桶装咖啡有1升美式、1升东南亚美式和1升蜜桃冰柠咖 ,售价分别为33元、38元和32元。其中 ,1升

东南亚美式是这个月刚推出的新品。

在茶饮界 ,大桶装现象更为普遍。记者发现 ,奈雪的茶、茶百道、沪上阿姨、古茗、新时沏等热门茶饮品牌都有自己的大桶装产品 ,我市几家本土茶饮品牌也不例外。这些大桶装产品的单价集中在15元至25元之间 ,容量一般在1升左右。而 霸气 超级 大桶 等词汇频频被用于产品名称中 ,给人一种便宜大碗的感觉。

记者注意到 ,这些大桶装茶饮喜欢围绕水果做文章 ,既有单一水果桶 ,也有综合水果桶。其中 ,综合水果桶多以茶作底 ,常见水果

搭配有百香果、西瓜、小青柑、凤梨等。

消费者为何青睐大桶装茶饮 ?热衷于购买水果桶的市民翟静静告诉记者 ,她起初抱着跟风尝一尝的心态 ,结果发现满满一大桶性价比更高、喝起来更爽 ,一桶能喝上一下午 ,还能吃到冰镇水果。

值得一提的是 ,与普通杯子不同 ,大桶杯容量更大、杯身更矮、材质更结实 ,在带来更多新鲜感的同时 ,也被消费者变着花样二次利用。比如 ,装上泥土当成花盆种花、贴上贴纸做成笔筒、添上水草用来养鱼

我国消费品品种 总量突破2亿

新华社北京8月1日电(记者赵文君) 记者1日从市场监管总局获悉 ,截至2024年6月底 ,我国登记使用商品条码的消费品品种总量突破2亿。

商品条码作为消费品的唯一产品 身份 标识 ,是消费品进入市场流通的表征 ,企业每申报一种商品条码数据就标志着一款新商品的诞生。2024年上半年 ,登记使用商品条码的消费品新增966.4万种 ,同比增长14.8%。

按照国民经济行业分类统计 ,目前消费品覆盖90个行业大类 ,覆盖面达92.8%。我国消费品行业分布面广 ,具有丰富的层次结构和多元化水平 ,充分反映我国居民消费的多样化、个性化需求 ,激发了市场创新动能和活力。

广州 :可提取住房公积金 支付购房首付款

新华社广州8月1日电(记者王浩明) 广州市1日发布通知 ,明确可提取住房公积金支付购房首付款。

广州住房公积金管理中心和广州市住房和城乡建设局当日联合印发《关于支持提取住房公积金支付购房首付款的通知》,明确购房人及其配偶在本市行政区域内购买新建商品住房 ,完成商品房买卖合同网签后 ,可按合同约定申请将住房公积金划转至购买房屋所属项目的商品房预售资金监管账户 ,用于支付购房首付款。提取首付款不影响以该套住房申请住房公积金贷款时的可贷额度计算。

广州住房公积金管理中心相关负责人介绍 ,此举可以减轻购房人筹集购房首付款的压力 ,更好满足刚性及改善性住房需求 ,协同促进房地产市场平稳健康发展。

丰田首次被日本国土 交通省下达整改令

新华社东京7月31日电(记者钟雅) 日本国土交通省31日对丰田下达 整改令 ,针对汽车量产所需的认证违规问题 ,责令其改进组织结构。

据《日本经济新闻》报道 ,国交省物流汽车局长鹤田浩久当日将 整改令 交给丰田汽车公司社长佐藤恒治。这是国交省首次向丰田下达整改令。

据国交省调查 ,新发现丰田另有7款车型存在违规操作 ,包括Harrier 雷克萨斯RX等车型。违规操作包括在进行碰撞测试和其他测试时 ,使用了与量产车型规格不同的零部件 ,以及改写测试数据等。除多个测试项目存在违规操作外 ,国交省认为丰田欠缺自我净化能力 ,对违规行为的调查不够充分 ,要求其一个月内制定整改措施 ,并定期汇报实施情况。

近年来 ,日本汽车制造商多次曝出认证作弊丑闻。去年底日本大发工业公司造假事件曝光 ,今年以来丰田等多家企业被发现在量产认证申请中存在违规行为。

记者手记

多样化消费需求催生饮品容量变化

无论是瓶装饮料还是现制饮品 ,大容量饮品最关键的一个卖点在于性价比。然而 ,在采访过程中 ,记者发现 ,对于这种有着较高性价比的大容量饮品 ,部分消费者并不买账。

3.5元的可乐第一口价值3元 太多了 ,喝不完反而浪费 喝太多奶茶等饮料不健康 有的消费者认为 ,饮品

最好喝的往往是第一口。有时候喝饮料或者喝奶茶仅仅是为了过过嘴瘾 ,因此没有必要选择大容量。有的消费者认为 ,正常容量的饮品已经足够满足饮用需求 ;有的消费者则认为 ,饮用太多饮品会对身体造成负担

但无论不买账的声音再多 ,大容量饮品还是在消费市场中厮杀出了一席之地。

此外 ,在我市饮品市场上 ,迷你装饮品也开辟出了一片天地 ,受到部分消费者的欢迎。记者认为 ,正是消费需求的多样化推动了饮品市场包装容量的变化。未来 ,大容量饮品以及迷你装饮品仍有更大的发展空间。

融媒记者 张曼欣