



这个夏天， 茶饮圈、雪糕圈、饮品圈 又出现了哪些“黑马”

记者 史妮超

核心提示

气温不断飙升，又到了需要好玩的饮料、茶饮、雪糕来“解锁”高温天的时候了。日前，记者走访市场了解到，随着健康意识的提升和年轻消费群体的崛起，各大饮料品牌集中推出新品，抢占眼球的同时，也形成新的爆品。

今夏谁最有新鲜感？我们一起去看看。



汽泡水



喜茶应季新品黄皮仙露

A 汽泡水独占C位

“快乐水”一度是可乐、雪碧等碳酸饮料的代名词，尤其在需要感官刺激的高温天。

近日，记者走访宁波多家超市、连锁便利店看到，显眼区域都已安排上了汽泡水、茶饮、运动饮料等产品。这其中，头部品牌最集中布局的饮料新品是汽泡水，悄然无息地替代了可乐、雪碧等碳酸类饮料曾经的“C位”。

在盒马鲜生宏泰店的饮料货架上，最早进入宁波人消费视线的气泡水代表法国巴黎水正在进行限时促销，330ml规格的巴黎水每瓶售价6.9元；新茶饮头部品牌代表喜茶，在今年6月推出的“喜小瓶”汽泡水，共4个口味，售价在5~5.5元，规格500ml；可口可乐公司也推出了新品牌“小宇宙”，主打产品就是汽泡水。

在相距不远的三江超市（太古店），汽泡水产品也占据了不小的货架“排面”。如娃哈哈推出的新品“生气破破”苏打汽泡水，售价3.98元/瓶；元气森林苏打汽泡水，售价4.99元/瓶；农夫山泉苏打汽泡水，售价4.99元/瓶；统一AHa汽泡水，售价5.29元/瓶。

记者注意到，在这些汽泡水产品的外包装上，“零”成为了一个营销关键词。如喜茶汽泡水，整个产品设计非常简洁，白色瓶身上有一个硕大的“零”，下方则标识着“零糖、零卡、零脂”，并标识了“真实果汁添加”。记者从成分及配料表信息看到，糖0克，而替代蔗糖的甜味剂是三氯蔗糖。

“今年以来，无糖汽泡水产品确实卖得不错，年轻人买的比较多。现在的消费者越来越倾向于选择低糖低热低脂的产品，这类产品比较受关注。”三江超市一位工作人员表示。

此前，有市场分析数据显示，无糖及汽泡饮料作为近年来增速最迅猛的细分饮料行业之一，2020年市场规模达到近120亿元。预计2027年市场规模将超过270亿元，具备非常可观的发展前景。

值得一提的是，今年的不少饮料新品，还走了“老干部养生”路线，也颇受到年轻消费者的认可。

在盒马鲜生宏泰店内，有一整排的“养生茶饮”，吸引不少消费者选购。记者看到一款“小吊梨汤”，其配料表显示含有，水、梨、冰糖、红枣、银耳、百合，与此同时还特别注明了“人工香精、色素、甜味剂添加量为0”；还有一款“茅根竹蔗水”，配料表为，水、白砂糖、竹蔗浓缩汁、鲜白茅根、马蹄浓缩汁，很适合夏天饮用。

与此同时，货架上还有宁波老字号寿全斋的红豆薏仁水、酸梅汤，同为老字号的隆裕顺酸梅汤，老城隍庙的梨膏露草本饮料、山楂汤等。

在线上，这些走“养生路线”的茶饮也受到欢迎。如王老吉就在此前推出了90后专属凉茶：黑凉茶，主攻90后消费群体，以电商为销售渠道。黑凉茶的配方采用的是王老吉加强型配方，功效更强，风味更浓。