

童年记忆里的那些老牌饮料 “霸屏”多年依然受欢迎

记者 史妮超

核心提示

正是一年中最热的时候！随着消费高峰的到来，宁波市面上的饮料销量也一路蹿升。有许多饮料看起来没有那么惊艳，价格也非常亲民，但是却“霸屏”多年。在这里，我们不妨来看看宁波市场有哪些饮料，在充当着这普通的“大多数”吧。



超市货架上的国产饮料

1

健力宝、娃哈哈、李子园…… “老牌国货”依旧受欢迎

走进宁波大部分超市的饮料销售区域，都能发现一个有趣的现象。

既有每年都会推陈出新的“新品先锋”们，占据着整排整排的货架；也有几十年如一日的“老面孔”，同样不见风头地占据着整排整排的货架。

这其中，就有不少宁波消费者耳熟能详，从小喝到大的经典国产品牌饮料。日前，记者在鄞州区永辉超市、华润万家印象城店等超市的饮料区看到，有不少顾客正在选购，也有超市员工正在理货。在其中一个货架上，上架的基本都是传统国货饮料。

如早在上世纪80年代就出道，如今依旧活跃在市场上的健力宝。记者注意到，与“初代”健力宝相比，如今超市货架上的健力宝，包装产生了很大的变化，整体看起来更为简洁。据说，健力宝依旧保留了1984年经典包装，消费者如果冲着情怀消费，也可以买到。从售价来看，每罐（330ml规格）的售价仅2.9元，可以说是相当亲民。

还有80后们非常熟悉的那句广告词“新新鲜鲜李子园”，李子园最为广为人知的明星单品含乳味饮料，也依旧是宁波超市货架上较为常见的老牌饮料。在鄞州永辉超市、印象城地下一层的华润万家超市等多个超市，李子园均占据着较为显眼的位置。

从包装来看，李子园的明星单品依旧保持数十年如一日的经典包装。

当然，谈到老牌子，还有椰树牌椰汁，也是多年来椰汁产品中的老牌子了。非常具有识别度的瓶身设计，更像一个贴满小广告的电线杆子，十分吸睛，在众多饮料中，总能一眼就能看到。记者注意到，椰树牌椰汁占据的货架面积可不小，尽管是单一口味的产品，但在多个超市，都通常占据2-3排的货架位置。

“这两年，饮料每年都会推出新品，风头比较劲，也确实有不错的销量。但从整体来看，传统饮料品牌的常规产品依旧占据主力地位，销售占比大约在70-80%。”华润万家印象城店有关负责人表示。

2

超大包装、迷你装、新口味…… 老品牌试图适应新趋势

尽管大部分长期霸屏的老牌饮料企业，通常都有极具辨识度的明星单品，但是随着消费需求多元化，“一招鲜吃遍天”的模式已经很难走得很远，不断推陈出新、打造差异化的产品矩阵已经成为头部饮料企业的惯用打法。

记者观察看到，超大包装、迷你装、多种口味等，正在成为老牌国货饮料抓住年轻消费市场的“杀手锏”。

如椰树牌椰汁，仅从规格大小来看，就有4种以上。

在这些老牌国货饮料中，超大包装并不少见，同样是童年记忆之一的汇源果汁，就以超大包装产品作为主线，其中1L装的纯果汁是其主打产品，售价14.9元。

“这类大包装产品，首先在视觉上是非常容易吸引到顾客的，因此我们也会把部分大包装产品放在主通道显眼位置。其次从性价比上来看，通常大包装产品会更划算，也更适合家庭采购、聚会使用等场景。”华润万家印象城店有关负责人表示。

与超大包装相对应的，则是迷你包装。上述汇源果汁，虽然一直以超大包装为主打，与之对应也推出了迷你包装，适合“一口闷”式的一次性饮用。

除了提供包装规格的多种选择，以适应不同的消费场景。老牌饮料企业也不忘在口味上动脑筋，更多元地适应新变化。

如李子园就推出了果疏酸奶、榴莲臭臭奶、牛奶咖啡、椰奶等多种新口味；果粒橙一度是美汁源的拳头产品，如今在货架上，与其并排陈列的口味还有白葡萄槐花味、汁汁桃桃、百香果柠檬味、红葡萄玫瑰味等。

“传统品牌也不断在‘尝新’，提供更多新选择，以抓住消费人群。不过，在日益‘苛刻’的消费需求下，消费者的诉求越来越多样化，不仅要看产品营养成分和品质，也要看营销方式等。饮料企业打造爆款产品的难度正在不断增加。”市商务局流通处有关负责人表示。