



就很难让消费者买单，
有学者称：消费升级，行业无创新，
微信惹的祸？
口香糖销量下降30%

你嚼口香糖是因为什么？除口臭、防蛀牙、瘦脸，或者只是因为无聊？

随身携带口香糖曾是许多人的习惯，当你现在回神寻找时，会发现口香糖的身影已经从口袋里消失了，或者你包里的漱口水、清口含片等新宠早已取代了它。

“因为微信，口香糖的销量下降30%！”电视节目《财经郎眼》的一则数据让许多人恍然大悟，由于智能手机普及、移动支付快速发展，原本用于打发时间、代替零钱找零的口香糖，风光渐失。

□据中新网

一天嚼5片口香糖，像抽烟一样有瘾

起床嚼、上课嚼、下课嚼、考试嚼……这种中毒式的口香糖使用方式，是刘廷高中时期打发时间的最主要途径。

学生时代对口香糖的幻想，是像港片里周润发的每一次出场一样，漫不经心地嚼着口香糖，迷倒一众女神。一个字：帅！

“我最高的纪录是一天嚼了三条口香糖，嚼到最后几乎失去了味觉。”刘廷形容，嚼口香糖就像抽烟，没什么特别的意义，就是来“瘾”了。

长时间咀嚼的动作，还让刘廷一度患上了颞下颌关节紊乱，因此戴了一个月的矫正牙套。

有意思的是，10年后的今天，为了戒烟，刘廷再次想起了曾经戒掉的“瘾”。“以毒攻毒”，用口香糖取代香烟，在他看来是一种健康生活方式的转换。

当你再次想起口香糖和你朝夕相处的日子时，是不是也像刘廷一样，一晃眼就是10年？

刚吃完水饺的周娜在包里翻找着，想找到一件能清新口气的小零嘴。“哪怕是一片口香糖也好。”想到这里，她自己都觉得好笑，毕竟从来不买的东西，怎么会无端出现在自己的包里。

最终，她走进附近一家便利店，买了一盒薄荷糖，消灭了嘴里的大蒜味。

周娜记忆中，自己从来不会特地购买口香糖，“总觉得那东西吃起来不方便，处理起来也麻烦，一不小心还黏得到处都是，怪恶心的。”

那些和泡泡糖混淆着的口香糖记忆，成了一些人忘记口香糖的理由。现在，“一片口香糖就能让口气清新”，由最佳选择变成备用选项。

由于智能手机普及、移动支付快速发展，原本用于打发时间、代替零钱找零的口香糖，销量下降，风光不再。

制图：吴玉涵

「口香糖败给了微信」，不是没有道理

据中国报告网数据显示，中国口香糖市场在2010年后增长速度开始变慢，销售额在2016年达到顶峰，约为113亿元；之后口香糖市场销售额开始下降，2017年口香糖市场销售额为109亿元，2018年预计为101亿元。

口香糖为什么卖不动了？有一种观点说是因为微信。

回想一下，你购买口香糖的动机一般都是什么？大多数情况下是觉得自己“可能会需要”，少数情况下是“现在需要”。

因此，一般你在大小商超购物时，一定留意到了收银台附近的货架上，口香糖绝不会缺席。

曾有一份数年前的调查报告显示，被“困”在结账队伍中的人，购买货架商品的几率为25%。而口香糖，不是生活必需品，大都是顾客冲动购买。

“随着近年来智能手机的兴起，‘手机党’们在等待结账时，会将时间花在浏览手机上。”有业内人士分析称，这极大减少了购买口香糖的机会。

2月28日，中国互联网络信息中心发布报告显示，截至2018年12月，中国网民规模首次突破8亿，达到8.29亿，手机网民规模也达8.17亿。

2018年，网民上网时间继续增加，人均周上网时长为27.6小时，较2017年底提高0.6个小时。其中，即时通信类APP用户使用时间最长，占比为15.6%。作为国民第一社交软件，微信占据了网民大量时间。

记者在多家大型商超收银处观察发现，在晚上7点结账高峰期时间，收银台附近的口香糖鲜有人选购，相比之下，糖果类的食品更受欢迎。

重庆的彭女士在自家小区开了一家小超市，说起口香糖卖不动，她没有特别大的感受，倒是觉得与以前相比，口香糖“顺不出去了”。

彭女士解释，过去在找零的时候，零钱不够的情况下，她会用小零食代替。独立包装的单片口香糖或者两颗陈皮糖可以代替一角钱找零。相比一堆无处安放的一角硬币，很多顾客也喜欢这种找零方式。

“现在（顾客）一般都是手机支付，一角钱、两角钱的都是直接付款了，不用找零。”移动支付的兴起让口香糖失去了找零的意义。

在商场，最残酷的厮杀不是兵临城下，而是，我想消灭你，与你无关。

就好比，扼住康师傅方便面咽喉的不是统一，而是美团和饿了么；打败口香糖的不是木糖醇，而是移动互联网。

打败口香糖的还有谁？

不过，如果真的追究原因，也别说是口香糖卖不动仅仅是因为微信。

在智能手机普及、移动支付快速发展的大环境下，除了微信，毕竟还有其他互联网消遣方式。

上述中国互联网络信息中心报告显示，通信类APP外，中国网民在网络视频、网络音乐、短视频、网络音频和网络文学类应用使用时长占比分列二到六位，依次为12.8%、8.6%、8.2%、7.9%和7.8%。

其实，在微信、移动支付不及中国的国外，口香糖市场也同样面临着挑战。

在日本，口香糖市场规模一直在缩小。据日本19家制造商组成的日本口香糖协会称，口香糖零售市场的顶峰时期是2004年，销售额达1881亿日元。2005年开始，销售额持续下跌，到2017年已低至1005亿日元，较巅峰时期下跌超过四成。

而从2008年开始，美国口香糖市场便开始呈现下滑趋势，到2016年下滑了15%。

人们不再消费口香糖的理由有很多：“应该是口香糖不健康吧，嚼太多对牙齿不好，还会造成脸部变形，变成大腮帮子。”

“因为补牙的人越来越多，不吃口香糖只是因为我怕它把我的牙冠给黏掉。”

“小孩子才嚼口香糖，成年人都用漱口水。”

……“随着消费升级，消费者选购零食时，对于口香糖这种‘鸡肋’零食，消费欲望不高。消费者逐渐转向购买更加高端的零售商品，如进口坚果、水果等。”

有学者分析称，除此之外，口香糖行业在近年来没有出现较大的创新，作为传统食品，在没有过多热点的营销下，很难让消费者买单。

你多久没嚼口香糖了？没买的理由又是什么？

