

修补银鹭 雀巢紧抓植物饮料风口

因八宝粥而被人所熟知的银鹭近日推出了首款植物饮料,在补强饮料版图的同时,雀巢也持续对银鹭的业绩进行修补。这也是继2018年6月雀巢全盘收购后,第一次对银鹭转型的大胆尝试。在业内人士看来,植物饮料是饮料领域的风口,在加多宝落寞、王老吉一家独大的格局下,各家品牌都存在分羹市场的机会。对雀巢而言,或许也为银鹭找到了扭转业绩的窗口。



多元化布局

据雀巢相关负责人透露,旗下银鹭品牌第一次推出了植物饮料“十趣草堂”。该产品共有三个单品,包括菊花植饮、罗汉果饮和竹蔗茅根。三款饮品对应“90后”的生活常态,提供适配的解决方案。目前产品已经在广东、广西、福建、浙江等华南区域上市,重点布局交通枢纽站、学校、食杂店渠道,其中便利店零售价6元/瓶,传统渠道5元/瓶,计划6月在全国更多区域上市。

按照雀巢的计划,2019年,银鹭将启动线上线下整合的媒体传播打响产品知名度,也将在渠道发力加强产品货架见度,为消费者带来全新产品体验。

资料显示,银鹭始创于1985年,主要进行罐头食品、饮料生产经营。八宝粥以及花生牛奶是银鹭旗下的两款明星产品。被雀巢并购前,银鹭年可生产各种食品饮料、罐头60万吨,是福建省最大的罐头、饮料生产基地,年销售额约54亿元。2011年4月,雀巢宣布获得银鹭60%股

权并签署了合资协议。随后,雀巢又分别在2017年和2018年从银鹭的合资伙伴处收购了合资公司剩余的股份。至此,雀巢全资拥有了银鹭,并开始对银鹭进行改造。2018年,雀巢对银鹭业务做出了新定位,将即饮咖啡引入银鹭进行代工,从而带动银鹭的业绩表现。

补雀巢产品线

对于银鹭的多元举措,雀巢相关负责人表示,中国是雀巢在全球的第二大市场,雀巢非常重视旗下本土品牌的发展,将用不同品牌满足消费者的个性化需求。这些产品有利于补充雀巢旗下饮料的产品线。

植物饮料是以植物或植物抽提物(茶、咖啡除外)为原料,非果蔬类植物的根、茎、叶、花、种子及竹或树木自身分泌的汁液,经加工或发酵制成的饮料制品。随着人们健康意识的增加,更健康的植物饮料市场规模有望达到千亿元规模。目前,雀巢在中国的饮品业务包括饮用水、即饮咖啡、功能饮料等

产品线,在植物饮料等领域尚存在多处空白。

实际上,虽然银鹭在花生牛奶领域的细分市场占有率较高,但放眼整个植物蛋白饮料市场,仅仅占到6.2%的份额。与竞争对手相比,银鹭的动作稍显“落后”。

而整个花生牛奶市场的容量比较固定,过去银鹭是一家独大”,但随着伊利、蒙牛、三元、晨光、达利园等各家推出花生牛奶,银鹭花生牛奶的市场被瓜分,份额被稀释。花生牛奶这个品类由于众多企业的跟进,由过去的成长期进入成熟期,市场增量有限。

“当前的饮料竞争环境,需要企业不断创新,推出‘小而美’的产品,只有产品不断迭代,才能保持对新生代消费者的吸引力,”中国食品产业分析师朱丹蓬表示;借助雀巢强大的研发优势,银鹭目前的多元战略有利于该品牌摆脱困境,在丰富自身产品、开辟新的收入来源的同时,也能够丰富雀巢在中国的产品线。”

修补银鹭业绩

在战略定位专家、上海九德定位咨询公司创始人徐雄俊看来,推出植物饮料,是持续修补银鹭业绩的重要举措。2017年,履新的雀巢CEO马克·施奈德就曾表示,雀巢正在努力修补美国的嘉宝婴儿营养品业务和中国的银鹭业务。

数据显示,2013—2015年三年间,银鹭整体营收逐渐下滑,从2013年111亿元下滑至2015年的96.47亿元。2016年经历了增长率两位数的下滑。银鹭的花生牛奶目前在细分市场占有率也不高,仅仅占到6.2%的份额。

2018年,在引入雀巢即饮咖啡业务后,银鹭业务的稳定使得中国市场的增长转正。

资料显示,目前银鹭拥有厦门、山东、湖北、安徽、四川5个生产基地,并且建立了遍布全国的165个销售服务处,拥有1300多家一级经销商,6000多家二级经销商,掌控了超过120万个销售终端。除八宝粥和花生牛奶,银鹭主要生产丝滑系列、雪咖慕思以及新推出的冷萃系列咖啡。

不过,有业内人士表示:“植物饮料是饮料领域的风口,但运营至关重要。从目前渠道层面反馈的信息看,经销商对银鹭十趣草堂系列产品的兴趣并不大,印象也不够深刻”。该人士表示:“银鹭的产品过于单一,只有花生牛奶和八宝粥,并且品牌的存在感不强,经销商不太认可”。

北京商报记者 李振兴/文

图片来源:企业供图

· 资讯 ·

开直播、发抖音 朝阳区市场监管局借助新媒体不断优化营商环境

近期,朝阳区一大波优化营商环境政策相继落地,区市场监管局将简政放权落到实处,缩减办事流程,让办事群众尽享政策红利。但如何提升便企便民新政策的宣传成效,让辖区企业、群众都及时了解到最新政策红利?为此,区市场监管管理局主动适应“微时代”,构建新媒体矩阵,开展多元化传播,助力优化营商环境。

近日,朝阳区市场监管局入驻网络直播、抖音两大平台,进行网络直播解读优化营商环境新政策,开通官方微博账号,传播市场监管“好声音”。同时,通过既有官方微博、微信公众号同步进行传播,尽力覆盖到更多受众,切实发挥媒体矩阵作用,取得了1+1>2的效果。

在近日举办的一场网络直播中,5万余名网友在线观看,朝阳

区市场监管局两位工作人员化身“网络主播”,通过详细介绍、有奖问答、解答疑问等环节,对e窗通新政策进行解读,在线指导大家如何填写住所证明、进行身份认证等在办理过程中会遇到的问题。

这样的宣传方式得到了广大网友的赞许。在直播回放滚动的字幕中,记者看到一位网友留言:“内容都是‘干货’,讲得很详细,对于开办企业的人来说,真是太实用了。”

谈到开展此次网络直播的初衷,朝阳区市场监管局工作人员说:“网络直播受众广、互动强,能吸引大家参与互动,更容易让大家理解接受,有效提升宣传成效,让大家足不出户即可了解使用e窗通平台的方法,掌握开办企业新政策。”

除了进行网络直播外,朝阳区市场监管局持续发力,借“五四”青年节,开通“北京朝阳区市场监督管理局”官方抖音账号,并于当天上线主题为“青春朝阳活力市场”的首期短视频。

接下来,朝阳区市场监管局将继续发挥网络直播、抖音平台的积极作用,加强内容策划,记录市场监管日常工作日常、解读优化营商环境新政策、科普消费安全知识,传播市场监管“好声音”,进一步拉近与群众之间的距离,达到事半功倍的宣传效果。

据了解,自朝阳区市场监管局成立以来,该局不断创新宣传方式,借用新媒体平台进行宣传,以优化营商环境、便企便民为出发点,展现市场监管新气象,使群众更加了解优化营商环境新政策,理解支持市场监管工作。

天猫国产奶粉联盟计划启动

北京商报讯(记者 钱瑜 姚倩)近日,由天猫母婴与君乐宝等国产奶粉企业共同举办的“新国货心品质”天猫国产奶粉联盟计划在京启动。作为品牌数字化转型主阵地,天猫已成为新国货的聚集地,国产奶粉是国潮崛起中的一支重要力量。

“我们倡导的新国货,是要用高品质的产品,让大家选择国货,更爱上国货。国产奶粉就是新国货的代表。”会上,君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事业部总经理刘森淼分享了君乐宝代表国产奶粉致力于品质提升超越的成果,并与君乐宝奶粉品质见证官田亮约定,在天猫平台率先启动10万份奶粉分享活动,其他渠道陆续展开,让更多消费者亲身体验到国产奶粉的卓越品质。

要生产出国际一流品质的好奶粉,首要工作就是对产业链条进行梳理,在每个关键环节都引入国际一流的品质标准。为此,君乐宝首创了“四个世界级”模式,以世界领先的牧场、世界领先的工厂、世界一流的合作伙伴和世界级的食品安全管理体系,汇聚全球的高标准,打造高品质的中国好奶粉。

遗失声明

杭州久祺工贸有限公司不慎遗失海运提单,提单号:TJOE1900538,船名船次:MSC INGY V.FS918W,最终目的港:BUENAVENTURA,COLOMBIA,声明作废。

2019年6月11日