



今夏饮料谁最红?

王老吉和水溶 C100 当仁不让

文 / 本报记者 徐秀秀 摄 / 姚志伟 V3 影堂

每年夏天,总会冒出很多让人眼前一亮的新饮品,无论是包装还是诉求都在寻求一新再新,而这也是商家开始的又一抢占夏季饮料市场的战争。在硝烟弥漫的饮料大战中,有多少饮料可以停留在我们的脑海中?或许你还记得前几年红极一时的激活、爆果汽,又或者除了可口可乐、雪碧这些已经成为生活一部分的饮料,每一年新出的产品就像是过眼云烟,登台亮个相,便渐渐退潮。可是这个夏天,有两款饮料是真的卖疯了。面对着各种果汁饮料、碳酸饮料、茶饮料越来越丰富的局面,农夫山泉的水溶 C100 以及众所周知的王老吉成了这个夏天最红的主角。

饭店里,王老吉经常脱销

向奔在设计院工作,80后,喜欢约各种朋友去吃饭,城西的华必和就好比他的食堂,每天去那点上几个菜,就可以美上一顿。自从一个月前“封杀王老吉”事件后,他便每天都要喝上好多罐王老吉,去华必和吃饭也要习惯性地点上王老吉。不过最近他告诉我,在华必和这样的快餐连锁,王老吉居然会卖断货。“王老吉的销量一定不得了,连这样一家小饭店都经常会没货。”

于是记者去饭店打听,老板说王老吉是饭店里最热销的饮料,像他们这样客流量在40人左右的饭店,生意好的时候一天卖掉十几箱是很正常的事。

超市里,一天能卖 100 箱王老吉

在世纪联华庆春店里,记者发现,今年的茶饮料新品并不多,王老吉这个出品已有好几年的凉茶饮料,稳稳当地成了整个饮料市场的霸主,清一色的红很显眼。“王老吉属于成熟商品,每天大约能卖 100 箱,一箱有 24 罐。卖得好是因为具有一定的品牌影响力,包装也比较亲切。”世纪联华饮料部主任告诉记者,王老吉已经形成固定的消费群体,一年四季都卖得很好,口感也已经受到市场的广泛认可,销量自然就保持在可观的数字上。

有资料显示,红色罐装王老吉自上市后便迅速打开市场:2003年,红罐王老吉的销售额由2002年的1亿多元猛增至6亿元,并冲出广东;2004年,尽管企业不断扩大产能,但仍供不应求,全年销量突破10亿元;2007年销量高达80亿元;2008年,虽然目前还没有销量的确切数据,但可以肯定的是,会比2007年卖得更好。

王老吉热卖,和捐款有关?

以后喝王老吉(捐款1亿),存钱到工商(8726万),还是用移动(5820万),买电器到苏宁(5000万),买保险到平安(3500万),喝白酒喝泸州老窖(3000万),DVD买步步高(2500万)……

这些文字近来不断地出现在各大论坛,充斥着我们的眼球。的确,这个力量很强大。正如网友所列举的那样,民族品牌这一次抗震救灾中的表现确实值得称颂。民营企业加多宝1亿元的高额捐款感动了无数消费者,所有人也都看到了王老吉在这次捐助后销量的直线上升。

“不知道王老吉要卖多少罐才能赚一亿,但这一次捐款肯定使它在消费者心目中的认可度更高,饮料么,夏天喝凉茶对身体好,所以下就火了吧。”小刘正在超市向外搬整箱的王老吉,一边告诉记者这是买回家自己喝的。

外婆家餐饮有限公司总经理吴国平向记者透露,自己深刻感受到王老吉在捐款过后,成了人人嘴里的夸赞对象。“这段时间,王老吉在我们饭店卖得是比以前要好,这个饮料无论你走到哪里,都会听到口碑确实很不错。”

但是加多宝集团却一直坚持自己的饮料是因为属于功能型饮料,填补了市场的空白而热卖。据说当年加多宝通过市场调查,发现了王老吉凉茶迥异于其他饮品的特点:这种以金银花、布渣叶、夏枯草、甘草、菊花等多种本草植物熬制的凉茶,其主要诉求是“预防上火”。新的定位让王老吉凉茶避开了与其他类型饮料的重叠竞争。“这是一片从未有人开垦过的蓝海”,最初推出王老吉的策划者曾经这样评价当时的发现。

水溶 C100, 半路杀出的一匹黑马

除了王老吉,还有一款饮料神奇地占据销售榜的前列,那就是农夫山泉出品的水溶 C100。就在半个月前,这种透明包装的号称能补充一天所需维生素的果汁饮料,以简单而清爽的外包装出现在人们的视野中。这种略带点乳白色的柠檬汁没有任何前期的广告轰炸,静悄悄地上架却一天比一天好卖,就连超市里的销售人员都觉得奇怪。

“平均一天的销售量就有 100 箱,我特意观察过,放在超市里不到半个小时,零售架就会空,需要不断地补货。”一款饮料卖得好不好,是很明显的,只要找个售卖点一探就能知晓。任主任告诉记者,就在这半个月里,水溶 C100 的出现成了许多人关注的焦点。

“前几年的激活和脉动热卖过一阵,去年没有出现很突出的饮料,果汁饮料一直都不是特别好卖,但是今年的水溶 C100 是真的很意外。”

有人说了这样一个故事,一家三口分头去超市,不约而同地抬回了相同的三箱饮料,而这款饮料就是包装简单的水溶 C100。半个月就迅速占领市场并被各个年龄层的消费者所喜爱,的确比较难得。

更有意思的是,这款新饮料才出现没多久,人们就开始在网上发帖讨论了。“农夫山泉的水溶 c100,在它第一天进入杭州时,被我看到了。从小喜欢酸味,但第一口喝它还是有点倒牙,没有关系,现在习

杭城热卖饮料 TOP5

- 1、农夫山泉水溶 C100
- 2、王老吉
- 3、果粒橙
- 4、椰树牌椰子汁
- 5、原叶茶

惯了。”“每次去超市,就抱十几瓶回来,看着它,我觉得我生活得还行,不算无趣。”“在宿舍呆一星期,今天才出门,看见这水溶 C100,最喜欢试新的饮料了,好喝,喜欢,就是太贵了,445ml 我们这卖 4 块 5。”“农夫山泉的水溶 C100,朋友尝过之后说,不是我打击你,我买柠檬味果珍给你泡,一模一样。”更有人在杭州的本地论坛上发帖投票,显示近 90% 的人喜欢喝这款新产品。

18 个月大的宝宝 居然点名要水溶 C100

王老吉卖得好也许有赖于品牌的长期积累,水溶 C100 却是一瞬间窜红的。小和山的一所学校的超市,第一天进了 50 箱,第二天就直接进了 120 箱,依然脱销。更令人奇怪的是,一款在推出时定位于 15-35 岁之间的年轻群体的饮料,如今却成了杭州城里老少皆知并喜欢的产品。身边有朋友告诉记者,自己 18 个月大的孩子居然也点名要这款饮料。

有人像搜集伏特加一样 搜集水溶 C100 的饮料瓶

和王老吉的红色罐装不同,很多人喜欢这款饮料还出自于它的简单而透明的包装,“我有个朋友家里摆了个饮料的空瓶子,就像收集伏特加的空瓶子用来装饰个人空间一样,他在自己的房间里铺了整整一圈的空瓶。”