

饮用水旺季来临 市场暗战打响

随着气温升高，饮用水的消费旺季也即将来临，记者近日在市场采访中获悉，今年夏季饮用水市场的“名头”着实让人眼花缭乱，老百姓居家常喝的“凉白开”居然也成为“品种”进入市场，专家提示消费者不要被“花哨”的水名迷惑了眼目。

“概念水” 暗自改名 “儿童水” 变相提价

按照 2016 年 1 月实施的《食品安全国家标准包装饮用水》新国标规定，市面在售的包装饮用水除了天然矿泉水之外，只分为饮用纯净水和其他饮用水两类。一时间部分品牌的饮用水开始更换包装。矿物质水、功能水、能量水等“概念水”纷纷“改头换面”，比如康师傅矿物质水改为康师傅优悦包装饮用水，娃哈哈富氧水改为氧世界包装饮用水，屈臣氏蒸馏水改为屈臣氏饮用水……新国标实施之后，很多品牌商开始转为向细分市场领域发力，发展出母婴水、气泡水、儿童水等功能性产品以迎合不同的消费需求。

记者在走访中发现，瓶装水市场出现了一系列专门针对儿童的产品，包括依云、农夫山泉、恒大冰泉和雀巢等巨头纷纷“入局”。例如以小猪、熊猫、企鹅、鹦鹉等动物形象包装的“高颜值”儿童瓶装水，只要一沾儿童的边儿，其售价往往要比普通水溢价 20%到 50%，在如此巨大的利润红利和发展潜力下，吸引大企业也开始入局儿童水市场。

以依云为例，330ml 普通矿泉水每瓶定价约为 5 元，而只是改换了包装调整了瓶盖设计的“依云儿童瓶”单瓶价格则达到了 8 元，新推出的“依云小萌瓶水”标价更是达到 12 元一瓶。强调功能和健康性的婴儿水溢价更高。1 升农夫山泉母婴水标价 9 元，相当于 4 升装的普通家庭饮用矿泉水的价格。

此外，雀巢普通版 330ml 的优活饮用水



瓶装水单瓶售价在 1.8 元左右，换上卡通包装后每瓶售价在 2.5 元左右，销售价格提升了 0.7 元。农夫山泉普通水 550ml 每瓶售价 2.2 元，“变身”学生水后，每瓶售价在 3 元左右。

“凉白开” 卖点 能否切割熟水市场？

近日记者在走访中发现，在街头巷尾的烟酒店、夫妻店等渠道，今麦郎推出的“凉白开”也在激烈市场竞争环境下占有一席之地。其单瓶售价（500ml）在 2 元左右，莲花桥盛京佳园小区附近一家小卖店店主介绍：“平均下来每天大约能卖 20 到 30 箱。”北青报记者注意到，“凉白开”瓶身没有标注水源地，原料表只有水。官网将水源描述为“符合 106 项国家安全标准”。

宝宝水、学生水、凉白开……围绕饮用水行业诸多创新是否能获得市场的认可，行业内也有不同观点。中国食品产业研究员朱丹蓬则认为，近年来，随着健康意识的不断提升，人们越来越重视通过养成正确的饮水习惯来维护身体健康。但无论是儿童饮料，还是儿童瓶装水，首要的是消费者要慎重选择，不要被五花八门的说法迷惑，“无论是康师傅、娃哈哈、冰露等纯净水产品，还是在熟水领域细分出来的凉白开，其实都不具备充分的溢价空间，其商业价值有多大值得商榷，市场接受度也有待考验。”朱丹蓬称。

对于凉白开开启的熟水市场，中国社科院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建表示，虽然今麦郎在开发下沉市场等成绩不错，但同时也面临社区店、便利店等来自租金、人工成本上涨等多方面的压力，以及其他品牌的竞争，要想获得充分的消费红利也绝非易事。



“凉白开” 可以自制 缘何成为商品？

对话人：今麦郎相关负责人

记者：水名直接叫“凉白开”有什么依据？
今麦郎：依据《食品安全国家标准包装饮用水》（GB19298—2014），除天然矿泉水外，市面上在售的包装饮用水只分为饮用纯净水和其他饮用水两类。2017 年 8 月 15 日，中国民族卫生协会健康饮水专业委员会发布“熟水包装饮用水”团体标准，自 2017 年 9 月 10 日实施，凉白开即属于“熟水包装饮用水”。
记者：从一般的消费常识看，矿泉水有勘察地质、搬运的成本，纯净水有蒸馏的技术成本，那么凉白开为什么可以卖 2 元？

今麦郎：采用 UHT125℃纯物理杀菌工艺的“凉白开”瓶装水，烧开、晾凉、灌装的过程实际很复杂，应用的又是牛奶杀菌工艺技术，要求颇高。仅以凉白开包装瓶为例，其是可以放入加热箱加热的，可见整体生产成本较高。

记者：凉白开可以自制，用得着灌装吗？况且烧开、晾凉、灌装的包装过程中还可能出现二次污染。

今麦郎：中国人喜欢喝凉白开，这种饮水方式自古延续至今，包含了中国人世代代的生活情感。从工艺上看，“凉白开”采取 UHT 超高温瞬时杀菌，是指将产品在封闭的系统中加热到 125℃以上，持续几秒钟后迅速冷却至室温，达到商业无菌要求的一种杀菌方法，一直广泛有效地应用于奶制品、饮料的生产。（来源：人民网）

