

我国软饮料的发展趋势

邓 勇^① 刘文亮
(食品学院)

摘 要 调查、分析了国内外软饮料的现状和发展情况,根据饮料业的“九五”计划和2010年长远规划,预测了我国软饮料的发展趋势:碳酸饮料为主导,茶饮料、天然饮料和功能饮料将协调发展。

关键词 软饮料;发展趋势;预测

中图分类号 TS27

Trends of Development of Beverage in China

Deng Yong Liu Wenliang

(College of Food Science and Engineering, CAU)

Abstract The current situation of beverage in China is investigated, the development condition of beverage abroad is also reviewed, and then the trends of development of beverage in China is predicted based on the ninth five-year plan and a long-term plan of beverage industry by the year 2010. Carbonated beverage will take a dominant position, closely followed by tea, natural and functional beverages.

Key words soft beverage; development trend; forecasting

我国软饮料工业虽起步较晚,但发展速度十分惊人,1981~1994年,年平均递增24.7%,是食品工业中发展最快的行业之一。1994年全国软饮料总产量已达到628万t,比80年代初增长了20倍。但不容乐观的是,由于我国人口基数大,与世界饮料的年人均消费量42.75kg相比,我国仅是它的1/8,与发达国家如美国相比,仅是它的1/34。我国软饮料的发展不仅具有紧迫性,更有巨大的发展潜力。要使我国成为世界上最大的饮料王国,当务之急是:抓住机遇,明确发展方向,选择适合我国国情的、有本民族特色的发展道路。为此,笔者通过对国内外饮料业的现状和发展历史的回顾,运用比较研究的方法,结合我国饮料业的“九五”计划和2010年长远规划,对我国软饮料的发展趋势提出一些看法,以与同行讨论。

1 我国软饮料业的现状

目前我国软饮料行业有2798家企业。按照国家标准,软饮料行业包括5个部分:碳酸饮

收稿日期:1996-02-02

①邓 勇,北京清华东路17号中国农业大学(东校区)113信箱,100083

料制造业、天然矿泉水制造业、果菜汁饮料制造业、固体饮料制造业和其他软饮料制造业^[1]。目前我国软饮料产品的范围包括碳酸饮料、果汁饮料、菜汁饮料、植物蛋白饮料、乳饮料、天然矿泉水、固体饮料和其他饮料等8个大类。茶饮料和功能饮料也在开发之中,饮料业的产品范围正随着生产发展逐步扩大。

1.1 各类企业在行业中的分布

各饮料企业在行业中的分布列于表1^[1]。可以看出:截止到1993年,我国碳酸饮料企业数量最多,占软饮料企业总数的比率最高;位于第2位的是果菜汁饮料企业。两者共占整个软饮料企业的70%。显然目前碳酸饮料在国内仍有巨大市场,果菜汁饮料也呈现出发展的趋势。这充分说明我国饮料业“九五”计划和2010年长远规划中要重点发展碳酸饮料和天然饮料的正确性和必要性。

表1 各饮料企业在行业中的分布

	碳酸饮料	果菜汁饮料	矿泉水	固体饮料	其他饮料
企业数目/家	1 336	628	323	252	259
占总数的比率/%	47.7	22.4	11.5	9.0	9.3

1.2 软饮料各行业的经营概况

由表2^[1]可以看出企业平均规模、资产和效益等。果菜汁饮料企业平均销售收入最高,生产规模一般较大,生产成本也较高;而碳酸饮料业平均销售收入较低,说明其工厂规模较小,投资少,生产成本低,这也正是碳酸饮料业先于果菜汁饮料业发展的原因。表2还表明,销售收入居前2位的碳酸饮料和果菜汁饮料的销售收入占整个软饮料业的70%以上,因此,碳酸饮料和果菜汁饮料为当前的主要饮料,市场占有率分别为50%和20%。

表2 软饮料各行业1993年的经营概况

万元

制造业	总销售收入	企业平均销售收入	企业平均税收
碳酸饮料	475 212.50	355.70	40.03
天然矿泉水	77 282.50	239.26	14.08
果菜汁饮料	440 476.30	701.40	69.50
固体饮料	139 518.30	553.64	55.82
其他软饮料	120 608.20	465.67	42.82

1.3 软饮料的历年产量

软饮料的历年产量列于表3。可以看出,我国大陆软饮料的产量在最近10几年中得到了飞速发展,年平均递增达到24.7%,是食品工业中发展最快的行业之一。碳酸饮料的产量虽然每年都有较大增加,但在软饮料中所占份额却逐年下降,这说明我国饮料业正从过去的单一的碳酸饮料向多元化方向发展,而碳酸饮料一直处于主导地位。

表3 饮料业历年产量

万t

饮料业	1950	1978	1980	1984	1985	1994
软饮料	0.5	20	28.8	55.4	100	628
碳酸饮料	0.5	17	23.2	44.0	60	300
碳酸饮料占软饮料的比率/%	100	85	80.5	80	60	50

1.4 台湾饮料业的现状

我国台湾与大陆有着相同的文化背景和类似的习惯与爱好等。台湾饮料业起步较早,具有相当高的规模和技术水平。由表4^[2]可以看出台湾当今各种饮料的发展情况。其中茶饮料、碳酸饮料、运动饮料和果汁饮料等4种饮料,占软饮料消费的绝大部分,达70%,表明了人们的巨大需求量。而这4种饮料中茶饮料的消费量最高,超过了一度领先的碳酸饮料。其实,台湾地区在80年代后期才开始推出易拉罐、纸盒包装的即饮茶饮料,此后发展十分迅速,1987~1993年销售额增加了25倍^[2],1994年则被称作是“疯狂的”茶饮年。

表4 1992年台湾饮料类型和消费结构(%)

饮料类型	茶	碳酸饮料	运动饮料	一般果汁	矿泉水	咖啡	果茶汁	纯果汁
消费结构	24.0	16.7	16.3	13.5	10.1	9.6	6.1	3.2

2 美国和日本的饮料消费状况

发达国家的饮料生产在最近10年中变化不大,这主要是针对产量而言的,但实际上产品结构进行了很大的调整。

2.1 美国饮料消费的变化

美国市场历年饮料的消费情况如表5所示。美国碳酸饮料在70年代末达到消费高峰,其后在总饮料中所占的比率逐渐降低,在90年代初达到相对稳定,说明美国碳酸饮料目前正由成熟期向衰退期过渡。在碳酸饮料消费减少的同时,各种天然饮料如果汁、菜汁等的消费量迅速增加,特别是冰茶饮料悄然而至,并很快占领了美国市场。美国芝加哥信息资源公司的统计资料^[2]显示,1994年美国超级市场上销售量增长最快的食品首推即饮茶,其销售额为3.22亿美元,比上年增长了61%。更有甚者,美国的冰茶已经打入中国市场,在各大城市的超市随处可见。

表5 1965~1990年美国饮料消费量

项目	1965	1970	1975	1978	1990
总消费量/万t	8 070	9 125	9 984	10 630	13 529
碳酸饮料/万t	1 211	1 778	2 536	3 020	4 833
碳酸饮料所占比率/%	14.6	19.5	24.5	28.4	25.7

2.2 日本饮料市场的情况

在日本市场,碳酸饮料消费量缓慢下降,从1981年占总消费量的59.6%,降至1991年的55.9%^[3];与此同时,各种天然饮料和功能饮料的消费量在快速上升,特别是茶饮料的消费量在陡然上升。1992年日本茶饮料已占日本饮料市场销售量的16.8%,人年均消费量30罐(350 mL罐⁻¹)^[2]。同年日本罐装乌龙茶饮料销售量达31.2亿罐,超过可口可乐等碳酸饮料。随着人们保健意识的增强,消费者对功能性食品的需求日益增长,1994年日本功能性饮料市场的销售额约为45亿美元。

3 我国软饮料的发展趋势

根据我国饮料行业的“九五”计划和2010年长远规划,至“九五”计划末,我国饮料总产量从“八五”末的600万t上升到1000万t,2010年可达1600万t,今后15年内,将重点发展碳酸饮料和天然饮料。我国软饮料的发展遵循着“天然,营养,回归大自然”的总趋势。这里将我国软饮料的发展趋势具体概括为:碳酸饮料主导潮流,茶饮料后来居上,天然饮料倍受青睐,功能饮料异军突起。

3.1 碳酸饮料主导潮流

尽管碳酸饮料在饮料业中所占份额逐年减小,但根据行业“九五”计划和2010年长远规划提出的目标,碳酸饮料仍是今后发展的主产品,产量约占50%。我国碳酸饮料的发展会在出现一个“低谷”后逐渐回升。回升的主要动力来自其他饮料(如天然饮料、果汁饮料等)的渗入,生产出天然碳酸饮料、碳酸果汁饮料等,扩大碳酸饮料家族,一改目前品种单调、档次单一的局面,从而给碳酸饮料的发展注入新的活力。

碳酸饮料所以能够主导潮流,是由我国国情决定的。我国消费层次多样化,而且中、低档消费仍占绝大多数,碳酸饮料生产投资少、见效快,而产品的价格适中,深受经营者和消费者的喜爱,加之碳酸饮料的原料来源方便,较少受自然条件限制,能大量生产来满足日益增长的饮料消费需求。此外,碳酸饮料在我国刚开始由成长期向成熟期转变,消费范围正由城市向农村延伸,消费的增长,必然刺激生产,给碳酸饮料业的发展提供绝好的机会。我国碳酸饮料要大力推行“集中生产主剂,分散灌装饮料”的产业政策,要重点推广广东“健力宝”、重庆“天府可乐”、广州“亚洲”和北京“北冰洋”等国产名牌产品。

3.2 茶饮料后来居上

我国是茶的故乡和发源地,已有3000年的饮茶历史,茶叶的种植面积和产量均居世界首位。我国目前茶饮料仅占总饮料的5%,但随着回归自然这一潮流深入人心,茶饮料必将在我国蓬勃发展,后来居上。

以茶为原料开发出瓶装、罐装和盒装等的即饮茶饮料是近10多年的事,它们如今在日本、美国、韩国和欧洲各国,以及台湾、香港等地区已十分流行。中国人对茶饮料特别钟爱,这不仅是因为我国有悠久的茶文化,更主要的是由于茶饮料有清淡解渴的特性,而且富含多种有益人体健康的营养成分和功能因子,加之我国丰富的茶叶资源为茶饮料的扩大生产提供了可靠的物质保障。

人们对饮料的低糖、低热的要求也促进了茶饮料的发展。茶这种天然饮料,其低热、无糖、生津止渴、利尿和防暑降温等优点,正符合人们追求身体保健的要求。碳酸饮料、果汁饮料等,若没有一定糖度、酸度,就会寡淡无味,缺少刺激感;茶饮料则不然,它以清香怡然而深受人们喜爱。

目前已有不少有识之士开始投资开发茶饮料项目。比如北京翰禹茶品有限责任公司已投资2亿多元在京、津、沪、穗四大城市建主剂厂和灌装厂,1996年3月茶饮产品已大量上市。

3.3 天然饮料倍受青睐

我国饮料工业“九五”计划明确提出,要重点发展各类天然饮料,遵循“天然,营养,回归大

自然”的总趋势,加快发展果汁饮料、菜汁饮料、植物蛋白饮料和乳饮料。我国天然饮料的发展重点,是果菜汁饮料,使天然饮料产量从目前占饮料总量的20%提高到40%左右。

天然饮料由于取自自然、富营养、对人体健康无害,与人们追求自然、健康的意识吻合,必将在饮料工业中起举足轻重的作用。天然饮料介入其他饮料中,必然导致人们对天然饮料需求的增加,从而刺激果菜汁饮料业的发展。果汁饮料中,要重点发展橙汁和苹果汁,这是因为苹果和柑桔是我国最大宗的2种水果。1995年我国水果产量已达到3800万t,居世界前列。其中苹果1200万t,为世界之首,是美国的2倍;柑桔产量为700多万t,居世界第3位,仅次于巴西和美国。这两大水果可为我国果汁工业提供丰富的加工原料。目前我国年产原果汁90万t,加工量不到总产量的20%,而发达国家则达40%以上,因此,随着水果产量和人们对果汁需求的增加,天然饮料必然得到大发展。

另外,要重点开发不宜鲜食而又适合加工果汁的水果品种,如黑加仑、山楂、山葡萄、酸枣、沙棘、西番莲和番石榴等。植物蛋白饮料中的豆奶、椰子汁、杏仁露、花生乳和核桃乳等也应予以积极开发。

3.4 功能饮料异军突起

对于饮料,人们不再仅仅是为了用以解渴,更需要有较高的附加营养、能调节人体机能和提高免疫力等。顺应这一需求,功能饮料必定成为软饮料业中的一支新秀。

人体的任何一项生命功能,无不需有一定的物质基础,无不与一定的生化反应有关,而所有这一切的物质都来自食物和饮料。随着生命科学、生物技术和中医学的发展,各种生命规律逐渐被认识,人们对功能饮料的追求将从幻想变为现实,所以功能饮料的发展必然异军突起。

研究表明,智力与食品直接有关,在饮料中添加提高智力所需的物质,可开发出益智饮料。随着世界人口日趋老年化,延缓衰老将是21世纪所面临的重要课题。生命科学研究表明:机体的衰老,主要由超氧离子的氧化作用所引起,而超氧化物歧化酶(SOD)能消除超氧离子的氧化作用,从而保护脂质,延缓衰老。所以在饮料中添加能为人体吸收利用的SOD,对于延缓衰老也就起到了积极作用。

功能饮料随着生命科学的发展而发展,它是饮料科学与医学和生物学结合的产物。我国功能饮料的发展将以保健饮料、智力饮料、抗衰老饮料为主,而野生植物、中药材的应用是功能饮料发展的一个必然趋势。笔者正在研究开发的香菇饮料、杜仲可乐和杜仲口服液等均属功能饮料的范畴。

综上所述,我国软饮料将呈现以碳酸饮料领头,茶饮料、天然饮料和功能饮料齐头并进的发展态势。

参 考 文 献

- 1 刘之朋. 国内软饮料行业结构及生产概况. 食品科学, 1995(11):16~17
- 2 崔锐谦. 21世纪饮料——茶饮料. 食品科学, 1995(8):14~15
- 3 萧家捷. 软饮料的发展趋势. 食品与机械, 1993(2):8