

# 农夫山泉“小绿瓶”纯净水铺货开卖

## 农夫山泉打的什么算盘？纯净水赛道会生变？



扫码看视频

“农夫山泉现在换绿色包装了？”5月25日，刚过完“小满”的长沙，最高气温已飙升至35℃高温线左右。高先生在芙蓉中路一家便利店随手打开冷藏冰箱柜门，惊讶地发现“变色”的农夫山泉，“还是2元一瓶，从红色的矿泉水变成了绿色的纯净水。”

24年前，农夫山泉曾称：“因纯净水对人体无益，农夫山泉转而全部生产天然水。”24年后，农夫山泉主动倒戈，在长沙街头巷尾的便利店内铺设纯净水，挑起瓶装水市场新一轮竞争。

■文/图/视频 通讯员 杨璧嘉  
三湘都市报全媒体记者 黄亚苹



农夫山泉纯净水已上架销售。

### 2元一瓶，农夫山泉纯净水开售

“出门一趟，农夫山泉的包装居然变绿了，撞脸怡宝，贴脸开大？”“CP可以冷门但不能邪门！”“农夫山泉别抢怡宝的衣服了”……近期，在小红书、微博等社交平台，穿上“绿衣服”的农夫山泉引发网友热议。

穿上“绿衣服”的是农夫山泉纯净水。2000年，农夫山泉打出“天然水”概念，钟睺睺彼时曾称纯净水不含矿物质、对人体健康无益，并利用水仙花、动物等对比试验。今年3月3日，农夫山泉官微称：“时至今日，我仍然坚持认为，水中的矿物元素对人体健康是至关重要的，这也是我坚持生产天然水的原因。”

2个月后，农夫山泉纯净水已全面铺货开售。5月25日，三湘都市报记者走访发现，长沙市开福区芙蓉中路的芙蓉兴盛便利店、湖南工商大学周边的便利店内均有农夫山泉纯净水在售，但在盒马鲜生长沙南门口店、沃尔玛印象汇店等大型超市中，还未见到农夫山泉纯净水的身影。

线下暂未全面铺货，销量也能从旗舰店数据中略窥一二。如，农夫山泉淘宝官方旗舰店内，纯净水售价为32.9元一箱，平均每瓶1.37元，截至5月25日，该商品累计销量突破3000笔，而店内净含量相同的农夫山泉矿泉水，累计销量已突破30万笔。“农夫山泉送水到府”小程序中，也暂未上架纯净水系列。

### 农夫山泉变“绿”，打的什么算盘？

时隔近24年，农夫山泉重回纯净水赛道，究竟为何？

农夫山泉2023年业绩公告显示，营收达到了426.67亿元，同比增长28.4%；包装饮用水产品收入首次超过200亿元，达到202.62亿元，但该板块贡献的营收首次占比低于50%。2020年至2022年，农夫山泉包装饮用水产品收益分别为139.66亿元、170.58亿元和182.63亿元，营收占比分别为61%、57.4%和54.9%，已呈逐年减少趋势。

中国食品产业分析师朱丹蓬在接受媒体采访时表示，农夫山泉超400亿的营收中，饮用水、饮料各占一半，但饮用水的营收已触达天花板，“农夫山泉之后的战略是全水种运营，突破营收的天花板。”

包装饮用水的市场规模有多大？2023年5月发布的《2023年中国包装饮用水行业发展趋势白皮书》显示，2019年至2023年，我国包装饮用水销售规模持续增长，预计2025年可突破3100亿元大关，整体发展趋势向好。市场调研公司英敏特的数据显示，2022年，中国瓶装水市场按销售额估算的市场份额前三名分别是农夫山泉、华润旗下品牌怡宝和景田旗下品牌百岁山。

有观点指出，农夫山泉在推纯净水新品外，仍需面对寻找差异化竞争优势的挑战。对其他玩家而言，农夫山泉加入纯净水市场争夺战后，需要加大产品研发和市场营销上的投入，以维持或提升自身的市场竞争力。

### 枸杞、阿胶冰淇淋！ 冷饮市场玩起了“养生局”



扫码看视频

5月24日，湖南省气象台发布今年首个高温预警，又到了吃冰消暑的时节。今年冷饮市场也玩起了“养生局”，五丰冷食、伊利、蒙牛今年都推出了添加真实水果的冰淇淋，还有加入龙井、大红袍、乌龙茶等元素的新品，甚至市场上还有添加枸杞和阿胶的冰淇淋。今年冰淇淋市场如何？“养生赛道”又有什么新花样？5月23日，记者展开了走访。

#### 阿胶、枸杞等加入冰淇淋原料

“高热量的冰淇淋不敢心动，夏天必须控制自己。”5月24日，中南大学大二学生小邓一直是冰淇淋“重症爱好者”，但因为体重原因却不敢多吃，“现在有了低糖低脂的枸杞冰淇淋，负担小了！”和小邓一样，不少人因为“养生”冰淇淋，又重新爱上了这一单品。

5月23日，长沙五一广场GELATO手作冰淇淋店冰柜里陈列着各种口味的冰淇淋。“有茉莉花茶、红茶佛手柑、芒果柚子等多口味的冰淇淋。像雪芭类的是用水、新鲜水果或新鲜果汁以及糖为原料，对素食爱好者非常友好。冰淇淋脂肪含量也很低，一般是4%—8%。”该店店员介绍，“一般到18时左右就卖完了。”

除了水果、茶类型的养生冰淇淋，东阿阿胶与五丰冷食还合作推出了阿胶口味的冰淇淋。小红书上带有“拿破仑东阿阿胶冰淇淋”话题的笔记浏览量共有600多万。去年，光明还和太极集团合作推出了藿香味冰淇淋。

#### 冷饮行业向着高端健康等方向迈进

从甜度满分到如今低脂低糖，甚至是添加阿胶、藿香正气水，冷饮行业又迎来了新一轮的变革。

艾媒咨询数据显示，在“2023年中国消费者认为冰淇淋及雪糕行业需优化的方面”调查中，63.67%的消费者选择“营养健康路线”，低脂、低卡、低糖、无糖的冰淇淋产品将受到消费者青睐。“随着冰淇淋简化配料表成为新消费趋势，冰淇淋品牌们主动放弃了原有的香精堆砌的生产模式，向着高端健康等方向迈进。”从事了15年冰批行业的鸣先生表示，近年来，市场上的冰淇淋口味正积极从茶饮、养生品等中汲取创新元素，口味趋向多样化、趣味化，此外也重视与其他食品进行跨界合作，品牌形象趋向丰富化、年轻化。

鸣先生认为，冷饮行业现在正朝着两个方向创新：一是将冰淇淋口味和天然农产品原料进行结合，开发营养、绿色、低糖低脂的冰淇淋；二是用椰浆、杏仁奶、燕麦奶、豆乳等植物成分代替牛奶，满足更多人群的健康需求，“在夏天唱主角的冰淇淋，已经告别了躺赢的时代，品牌需要在原料、研发、设计、创新等方面进行更多投入，以‘质’服众，才能在市场立足。”

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚  
通讯员 涂昕睿 邓智文



在长沙一家冰淇淋店，一消费者正在购买水果冰淇淋。

## 2024长沙(夏季)走娃少儿健走大赛开赛

### 阳光人寿湖南分公司全力保驾护航

5月25日至26日，2024长沙（夏季）走娃少儿健走大赛正式开赛。阳光人寿湖南分公司作为赛事唯一指定保险供应商，为赛事所有运动员、工作人员约1.2万余人提供全方位的保险保障和现场志愿服务。

阳光人寿湖南分公司自成立以来，以社会责任为己任，坚持做有温度的企业。公司先后在湖南郴州汝城县、邵阳邵阳县、湘潭排头乡、娄底新化县援

建了4所阳光博爱学校。从2017年起，连续3年为“长沙国际马拉松赛”提供全方位保险保障和志愿服务，助力赛事的平稳顺利举办。连续3年参与集团公司倡议的“双生计划”助学活动，累计捐款37.91万元，帮助近百名贫困学生完成学业。2021年，作为第二届中非经贸博览会指定保险供应商，为博览会参会外宾、参展商、搭建商、参展观众提供全方位的保险保障。

■通讯员 彭溪 经济信息