

瓶装饮料市场打响“冰柜战争”

品牌柜机成移动广告牌,业务员推广一台可拿到200元奖励

“夏天喝饮料的不少,这几天光可乐就卖了七八件。”经营个体超市的郭先生一边给买饮料的人结账,一边对记者说着。

炎炎夏日,饮料需求呈现井喷式增长。艾媒咨询数据显示,67.3%的饮料消费发生在线下,超市货架、便利店冷柜、街头小卖部构成品牌必争的“终端要塞”。为了让自家产品占据消费者视线焦点,各大品牌正展开一场看不见硝烟的“冰柜战争”——从城市CBD到社区小店,从连锁商超到独立便利店,一场覆盖全场景的“地毯式铺货”正在上演。



品牌柜机成为吸引消费者目光的重要武器。

果然财经

文/片 张志恒 济南报道

品牌柜机=移动“广告牌” “得冰柜者得天下”?

在零售终端,品牌柜机成为吸引消费者目光的重要武器,不仅可以冷藏产品,确保饮料的冰爽口感,也能宣传品牌形象,成为品牌展示的直接窗口。农夫山泉的橙色logo、可口可乐的经典飘带、元气森林的清新标志,在冷柜玻璃上构成流动的品牌橱窗。

头部品牌已通过规模化投放抢占先机。公开数据显示,2019年农夫山泉在各级销售终端拥有超36万台冰柜,到2022年已升至65万台,目前数据仍在上升。而截至2024年,太古可口可乐在中国内地投放已超过100万台销售用冰柜和自动贩卖机。在2024年末元气森林的经销商大会上,也公布了2025年的冰柜投放计划,新增采购超2.2万台,整体增投3.2万台。

郭先生的超市里有两台品牌柜机,分别摆放了两个品牌各种款式的饮料。“品牌柜里只能放品牌自己的产品,跟品牌方签了协

议,而且代理商每次补货都会检查。”面对那些非专柜品牌的饮料,郭先生表示,看哪个好卖就摆哪个,不好卖的也不会进。

在这场“争夺战”中,推销员成为前线“侦察兵”。从事品牌饮品推销的林先生表示,之前向个体超市和便利店推销某品牌的柜机,推广一台可以拿到200元奖励。“2022年时,几个品牌竞争柜机的铺货率,对推销员的奖励高一些,现在推销一台奖励也就是160元左右。超市便利店都铺得差不多了,目前主要是在餐厅和写字楼进行推广。”

而在铺货过程中,品牌商们还通过各种激励措施,吸引零售商积极进货。常见的手段包括提供铺货赠品,如购买一定数量的饮料赠送展示架、冰箱贴等宣传物料;针对旺季提供电费补贴和陈列费补贴;推出进货折扣,鼓励零售商一次性采购更多产品等等。这些措施不仅提高了零售商的进货积极性,也增强了品牌与零售商之间的合作黏性。“像是东鹏特饮、元气森林等品牌针对旺季会有陈列费和电费补贴,但是不固定。”郭先生表示。

小冰柜里的陈列大门道 销量能相差30%

将热销或促销产品摆放在最显眼的位置,是提高销量的

关键。根据《经济期刊》的研究报道,在可以平视货架、伸手可得的黄金位置,出货率可占50%;在位置稍高或者稍低但仍比较容易看到和拿取的位置,出货率占30%;而在高于视线或低于腰部的位置,出货率就只占到15%。这意味着货架最下面一排的饮料(属于上下端位置)的销量可能仅为黄金位置饮料的30%左右。换句话说,如果黄金位置的饮料每天能卖出100瓶,那么货架最下面一排的饮料只能卖出约30瓶。

因此,品牌商们往往会将当季热销产品、新推出的口味或参与促销活动的产品放置在这些黄金位置。根据“新经销”的公开数据显示,81%的购买决策会在打开冰箱时发生变化,有29%的销量增幅与冰柜中的货品陈列挂钩。

同时记者了解到,分类摆放是冰柜陈列的基本原则。通常,碳酸饮料、果汁饮料、茶饮料,功能饮料等会被分别放置在不同的区域,方便消费者快速找到想要的产品。同时,同一品类的产品会按照品牌进行集中陈列,这样既有利于品牌展示,也便于消费者进行品牌间的比较和选择。

在陈列时,还会遵循先进先出的原则,将生产日期较早的产品放在前面。还要将大包装和小包装的饮料分开放置,避免混淆。

徐宁 李苗 实习生 莫李凝

近日,人力资源和社会保障部拟新增17个新职业,42个工种,创下自2019年新职业发布制度建立以来之最。其中,在“中式烹调师”职业下增设“烧烤料理师”工种。这也意味着烧烤料理师将从“野路子”转为“持证上岗”,成为行业技术突破与产业转型的风向标。

今年4月,唐海龙站在烟台职业技能大赛的赛场上,手中的烤钳微微发烫。烤炉里羊肉串、羊排、羊腿正发出滋滋的声响,油脂滴落在炭火上,激起一阵带着孜然香气的白烟。随着裁判的哨声,唐海龙将烤好的羊排摆放在盘中。“二等奖!”结果公布后,唐海龙的手还在微微发抖。这位来自淄博市技师学院的烧烤料理师,用实力证明了烧烤行业正在从传统的经验驱动向技术驱动转变。

根据《烤串品类发展报告2025》,全国烤串市场规模预计2025年将突破1660亿元,消费人口同比增长13.8%,门店数量增长8.6%。唐海龙称,随着淄博烧烤火爆全国,消费者不仅追求美味,还注重文化氛围、就餐体验、特色菜品等,这使得行业就业门槛和要求大幅提升。

在这样的需求驱动下,传统的“野路子”培养模式已无法满足标准化、规模化的市场需求,院校教育成为行业升级的

关键。淄博市技师学院将烧烤作为中式烹调的重要方法,纳入日常教学及课程设置,把烧烤技艺教学与行业发展紧密结合。“通过引入新型工具设备,丰富教学形式,提升学生与社会工作岗位的适应能力和贴合度,为行业持续输送高素质专业人才。”唐海龙说。

随着淄博技师学院开设烧烤相关课程,学员系统学习食材分档、腌制工艺、火候控制等技能,就业适配度显著提升,能快速适应岗位,减少企业培训成本。在淄博市技师学院的教学现场,烧烤料理师唐海龙演示着分毫不差的佐料切配——大小均匀的葱段、羊肉粒,“唐老师切佐料时刀工稳得很,大小均匀一致,一看就是经过专门训练。”淄博烧烤协会工作人员康景景说,过去,烧烤师傅的技艺往往依靠师徒相传或自我摸索。以前切佐料时,因刀工不规范导致不同食材混切在一起,浪费严重,如今损耗明显降低,有效控制了成本。

康景景表示,协会计划通过技能大赛、职业认证等方式进一步完善行业标准,“持证上岗”或将成为新门槛。唐海龙也认为,行业对从业者技能水平要求不断提高,标准化、个性化服务以及特色就餐环境成为新趋势。“淄博烧烤要实现长远发展,离不开专业人才的支撑。”

舌尖上的技术工种要「转正」 人社部拟新增「烧烤料理师」工种



烧烤料理师以后或将持证上岗。

编辑:于海霞 美编:马秀霞 组版:刘淼

“讲文明 树新风”公益广告

齐鲁晚报

低碳生活

绿建未来

