

新一代飲料濃縮液產品持續擴張市場

關鍵字：飲料濃縮液 MiO 可口可樂 歐美 沖泡

資料來源：just-drinks

發布日期：2014/2/20

內容摘要：

自 2011 年 3 月卡夫食品推出飲料濃縮液 (liquid water enhancer) MiO 後, 可口可樂公司陸續於 2012 年及 2014 年相繼推出 Dasani Drops 及 Minute Maid Drops, 在相關企業及產品跟進下, 美國飲料濃縮液市場不斷成長。顧問公司 Zenith 研究指出, 2013 年美國飲料濃縮液 (liquid water enhancer) 市場消費量達 7 億公升, 成長 85%, 市值達 4.1 億美元, 約佔其整體沖泡飲品市場 (dilutable concentrates and powders market) 一成左右。估計 2014 年以英國為首的西歐地區將推出超過 50 個相關新產品, 成為下一個具發展潛力的市場, 2015 年全球市場可達 10 億美元規模。

訊息提供者：食品所 黃珮雯