可口可乐欧洲太平洋伙伴公司推出绝对伏特加和雪碧菠萝，拓展即饮市场

新的菠萝口味瞄准了追求方便、优质饮品的英国消费者，因为即饮型酒精饮料在该类别中增长迅速

2026年4月2日星期四



可口可乐欧洲太平洋合伙公司（CCEP）正在推进其拓展即饮型（RTD）酒精饮料市场的战略。该公司宣布推出绝对伏特加和雪碧菠萝口味的新产品，将雪碧标志性的清新口感与绝对伏特加和热带菠萝风味结合在一起。该产品为 250 毫升罐装，主要面向那些希望在社交聚会、野餐、节日或下班后放松身心等轻松场合饮用方便的酒吧级饮料的消费者。

在决定推出菠萝口味之前，该公司曾在速溶饮料领域推出过多种水果口味的创新产品。去年推出的绝对伏特加和雪碧西瓜口味在英国市场的销售额接近 75 万英镑，并继续受到消费者的欢迎，84% 的消费者在试用期间表达了购买意向。CCEP表示，新推出的菠萝口味旨在巩固这一势头，为绝对伏特加和雪碧系列提供另一种清爽的选择。

包装采用从橙色到绿色的渐变设计，旨在使产品在货架上脱颖而出，强化其高端形象。新口味加入了现有的原味和西瓜口味，使消费者更容易识别和选择自己喜欢的口味。

绝对伏特加和雪碧菠萝口味进入了价值超过 7.35 亿英镑的英国即饮饮料市场。这一细分市场的增长速度超过了英国其他任何酒类，预计到 2028 年其价值将增长近 4.4%。CCEP 依靠强大的品牌伙伴关系、知名品牌、创新和高端定位。其目前的产品组合包括杰克丹尼尔和可口可乐（零糖和樱桃口味）、绝对伏特加和雪碧（包括西瓜和菠萝口味）、巴巴奇和可口可乐（包括香料口味），以及施威普斯罐装鸡尾酒，如 Gin Twist 和 Paloma Bliss。

CCEP GB 即饮酒精饮料部副总监伊莱恩-马赫（Elaine Maher）表示，创新仍然是 CCEP 在这一类别增长的核心。她强调，每款新产品的目标都是为市场带来不同的东西，同时保持对高端化和强大品牌合作的关注。Maher指出，口味仍然是影响消费者购买即溶饮料决定的最重要因素，因此基于口味的创新成为公司的优先事项。

她还强调，包装的设计是为了便于在商店货架上识别，将菠萝定位为主打产品系列的延伸，而不是一个独立的产品。这种做法有助于零售商最大限度地提高知名度，鼓励冲动购买，尤其是在销售冷藏产品的冷藏区。通过将新口味与现有最受欢迎的产品完美融合，CCEP 希望为消费者和零售商创造更多价值。

绝对伏特加和雪碧菠萝口味的推出反映了CCEP通过有针对性的创新和与领先品牌的战略合作，在即饮型酒精饮料领域捕捉增长机会的持续承诺。