

你嚼口香糖是因为什么？除口臭、防蛀牙、瘦脸或者只是因为无聊？

随身携带口香糖曾是许多人的习惯，当你现在回神寻找时，会发现口香糖的身影已经从口袋里消失了，或者你包里的漱口水、清口含片等新宠早已取代了它。

“因为微信，口香糖的销量下降30%！”电视节目《财经郎眼》的一则数据让许多人恍然大悟，由于智能手机普及、移动支付快速发展，原本用于打发时间、代替零钱找零的口香糖，风光渐失。

超市货架上的口香糖。

记者在多家大型商超收银处观察发现，在晚上7点结账高峰期时间，收银台附近的口香糖鲜有人选购，相比之下，糖果类的食品更受欢迎。

重庆的彭女士在自家小区开了一家小超市，说起口香糖卖不动，她没有特别大的感受，倒是觉得与以前相比，口香糖“顺不出去了”。

彭女士解释，过去在找零的时候，零钱不够的情况下，她会用小零食代替。独立包装的单片口香糖或者两颗陈皮糖可以代替一毛钱找零。相比一堆无处安放的一角硬币，很多顾客也喜欢这种找零方式。

“现在（顾客）一般都是手机支付，一毛钱、两毛钱的都是直接付款了，不用找零。”移动支付的兴起让口香糖失去了找零的意义。

在商场，最残酷的厮杀不是兵临城下，而是我想消灭你，与你无关。

就好比，扼住康师傅方便面咽喉的不是统一，而是美团和饿了么；打败口香糖的不是木糖醇，而是移动互联网。

上个世纪，一个叫威廉·瑞格理的销售员把口香糖当作赠品进行促销，口香糖进而取代了当时的爆款赠品苏打粉。这位威廉·瑞格理就是全球最大的口香糖生产及销售商箭牌的创始人。

命运轮回，如今口香糖也陷入像苏打粉当年一样的处境。

打败口香糖的还有谁？

不过，如果真的追究原因，也别说口香糖卖不动仅仅是因为微信。

在智能手机普及、移动支付快速发展的大环境下，除了微信，毕竟还有其他互联网消遣方式。

上述中国互联网络信息中心报告显示，通信类APP外，中国网民在网络视频、网络音乐、短视频、网络音频和网络文学类应用使用时长占比分列二到六位，依次为12.8%、8.6%、8.2%、7.9%和7.8%。

其实，在微信、移动支付不及中国的国外，口香糖市场也同样面临着挑战。

在日本，口香糖市场规模一直在缩小。据日本19家制造商组成的日本口香糖协会称，口香糖零售市场的顶峰时期是2004年，销售额达1881亿日元。2005年开始，销售额持续下跌，到2017年已低至1005亿日元，较巅峰时期下跌超过四成。

根据Euromonitor International的统计，从2008年开始，美国口香糖市场便开始呈现下滑趋势，到2016年下滑了15%。

人们不再消费口香糖的理由有很多：

“应该是口香糖不健康吧，嚼太多对牙齿不好，还会造成脸部变形，变成大腮帮子。”

“因为补牙的人越来越多，不吃口香糖只是因为我怕它把我的牙冠给粘掉。”

“小孩子才嚼口香糖，成年人都用漱口水。”

.....

“随着消费升级，消费者选购零食时，对于口香糖这种‘鸡肋’零食，消费欲望不高。消费者逐渐转向购买更加高端的零售商品，如进口坚果，水果等。”

有学者分析称，除此之外，口香糖行业在近年来没有出现较大的创新，作为传统食品，在没有过多热点的营销下，很难让消费者买单。

你多久没嚼口香糖了？没买的理由又是什么？

(来源:中国新闻网)