

新茶饮告别野蛮生长

本报记者 吴佳佳

目前,新茶饮行业已经告别野蛮生长,进入存量破局和品牌溢价发展阶段。下一步,茶饮企业还需紧跟消费市场趋势,在引入数字化技术等方面发力,积聚品牌势能,不断降本增效,探寻增量空间。



上图 工作人员在江苏苏州树山村的一家民宿内为游客制作茶饮。新华社记者 李博摄
左图 游客从贵州省台江县台盘村“村BA”主题茶饮店前经过。新华社记者 欧东衢摄

量表,消费者一目了然。在奈雪的茶小程序上点单时可以看到,每种茶饮的热量都有明示,如选择中杯、推荐冰量、不另外加糖的霸王龙井青提,热量约为170大卡。喜茶已于2023年10月26日在行业内率先主动公开所有在售产品的配方原料、营养成分和真品质原料溯源信息。霸王茶姬持续更新“产品身份证”,消费者在霸王茶姬公众号内可以了解部分产品的热量值、微量元素含量值、原叶产地、烘焙工艺等信息。

供应链持续优化

随着新茶饮“万店时代”的到来,行业也面临着更加激烈的竞争。记者注意到,在升级原材料、提升服务品质的同时,新茶饮产品还降低价格适应消费需求的转变,几年前动辄二三十元一杯的奶茶如今降至10元左右。去年8月23日,奈雪的茶宣布推出“周周9.9元喝奈雪鲜奶茶”活动,吹响了新茶饮新一轮价格战的号角。同样在去年,甜啦啦先后推出12元的高价值果茶“超牛牛油果”“超红车厘子”,以及8元鲜奶茶系列“清风茉白鲜奶茶”“龙麟香鲜奶茶”“碧玉桃花鲜奶茶”,在茶饮业持续内卷“质价比”。古茗发布了周五会员专属活动,9.9元就可购买相应饮品;CoCo都可推出9.9元及12.9元单次卡,可免费核销一杯

指定饮品。调查显示,平均单价高于20元的新茶饮品牌市场占有率仅为14.7%。

新茶饮市场门槛相对较低,在产品用料和品质都不改变的前提下,新茶饮头部企业要实现降价和产品创新,需要通过供应链建设优化成本。甜啦啦供应链中心总监常静表示,随着消费市场健康要求的具象化,对原材料的需求和标准均有所提高。溯源企业深入供应链源头,通过建立稳定的供应链体系可保障原料价格优势。甜啦啦2015年创立开放加盟,2016年布局供应链,通过建立品牌专属生产基地等方式,在原料上逐步向自有采购,自有生产模式过渡,降低了生产成本,提升了企业市场竞争力。仅2023年,甜啦啦全年新增门店数量2400家,累计销售额为20亿元。

“对于企业来说,并不是产品越贵利润就会越高,关注消费者的需求、留住消费者,对新茶饮品牌来说始终是最重要的。”奈雪的茶创始人彭心曾表示,新茶饮行业不单是创意的竞争,新品研发后更考验供应链体系的支撑能力,必须确保长期向消费者交付稳定可靠、健康优质的产品与服务。目前,新茶饮行业已经告别野蛮生长,进入存量破局和品牌溢价发展阶段。业内专家表示,下一步,茶饮企业还需紧跟消费市场趋势,在引入数字化技术等方面发力,积聚品牌势能,不断降本增效,探寻增量空间。

中国连锁经营协会新茶饮委员会联合美团新茶饮研究院发布的数据显示

随着消费场景更加多元化,新茶饮消费市场前景广阔,预计2025年市场规模将达到——2015亿元

《2023新茶饮研究报告》显示

人们的健康意识日益提升,对糖度、热量、脂肪、蛋白质等细微指标更加关注

健康成消费追求

近年来,新茶饮行业强劲增长,成为消费领域的现象级品类。中国连锁经营协会新茶饮委员会联合美团新茶饮研究院发布的数据显示,随着消费场景更加多元化,新茶饮消费市场前景广阔,预计2025年市场规模将达到2015亿元。面对持续上涨的消费热情,新茶饮行业呈现出哪些发展趋势?行业不断拓宽的创新品类又将给消费者带来哪些新体验?近日,记者走访了市场和相关专家。

在位于北京市丰台区成寿寺路新业广场的茶百道店内,记者见到了刚刚为自己和闺蜜点了“乌漆嘛黑”水果茶的“90后”女孩陈雪。她告诉记者,自己平常是饮料爱好者,和朋友一起出门玩时,奶茶几乎是逛街的“标配”。含真实果料的鲜果茶是陈雪的最爱。“现在是桑葚成熟的季节,我喜欢点应季的桑葚果茶‘乌漆嘛黑’;夏天时,会点‘紫气葡萄冻冻’或‘生椰西瓜’,下单时选择不额外加糖或0卡糖,感觉更健康。”陈雪说。

像陈雪一样追求健康、天然新茶饮体验的消费者不在少数。《Z世代饮食消费报告》显示,近一半的消费者越来越关注茶饮的真材实料,注重原料品质。《中国新式茶饮大数据研究及消费行为》调查显示,49.4%的消费者会担心健康问题,42.2%的消费者更在意是否会长胖。围绕茶饮配方与原料,不少消费者对“奶茶糖量高吗”“是否有反式脂肪酸”等问题存在疑虑。《2023新茶饮研究报告》显示,人们的健康意识日益提升,对糖度、热量、脂肪、蛋白质等细微指标更加关注。

面对消费需求的变化,“更健康”成为茶饮新一轮升级方向。2023年以来,新茶饮品牌更强调使用新鲜、真实、高品质的原材料,如鲜奶、新鲜水果、茶叶等,以突出产品的天然、健康和新鲜度。甜啦啦通过自建工厂、自营仓储等方式,把控原材料品质,承诺新鲜现制,只用鲜水果,拒绝坏水果。茶百道推出真鲜奶茶系列,加入新鲜

的高品质牛乳,全程通过2摄氏度至6摄氏度的冷链运输保鲜,在留存风味与口感的同时,还保留了活性营养物质,其鲜牛奶的蛋白质和乳脂含量均高于国家标准。奈雪的茶上新“大师龙井”系列茶饮,茶叶坚持纯手工采摘,只选取春天的头茬嫩芽,经过“十大手法”炒制,最大化锁住春日龙井的新鲜和茶香。

营养分级迈出新步伐

针对新茶饮“高糖”“高热量”的健康风险,2023年以来新茶饮通过试点“营养分级”、提供零卡糖选择、公开配料表等方式推进健康升级,“控糖”“用真奶”“少添加”成为新茶饮产品的卖点。

霸王茶姬、奈雪的茶等首批新茶饮“营养选择”标识试点品牌。在霸王茶姬上海环球港门店,记者看到“营养选择”标识的主题展示随处可见。从线上小程序进入门店,消费者在产品详情页选择不同杯型、温度、糖度选项后,系统会在右上角实时生成所选产品的具体分级。如中杯冷、不另外加糖的“酌红袍”获得A级,同样标准的“云中绿”也为A级,一杯中杯少糖的“伯牙绝弦”被评为B级。霸王茶姬环球港店的店员介绍,自1月底门店试点启动以来,几乎每天都有到店点餐的消费者询问“营养选择”标识的情况。上海门店数据显示,A级、B级两类分级饮品的销量占比出现持续上涨,近七成消费者在了解到“营养选择”标识的指引意义后,主动选择A级、B级饮品。

除了“营养分级”外,茶百道、乐乐茶等新茶饮品牌均在菜单上为消费者提供零卡糖的选项,在糖类上进行了产品优化。不少品牌还推出含代糖产品,如奈雪的茶去年全面使用天然“罗汉果糖”作为产品代糖,率先在业内进行代糖升级。喜茶在全国部门店推出“低卡甜菊糖”。在消费透明度方面,各个品牌纷纷列出产品成分表和热

我国经济正朝着数字化转型的新阶段迈进。数字化转型是推动经济持续增长、提升国内需求和消费潜能的重要途径。通过加快数字化转型,培育新兴产业、推动传统产业升级,可以实现经济结构优化和转型升级,为中国经济的高质量发展注入新的动力和活力。

以数字化转型激发消费潜能具有巨大的潜力和空间。一方面,数字化转型可以创造新的消费场景和体验,如虚拟现实购物、智能家居服务等,从而拓展消费需求的边界。另一方面,数字化转型可以促进新质生产力的培育和发展,推动产业结构的升级和转型,为消费者提供更加优质的产品和服务。

但是,以数字化转型激发消费潜能也不可避免地面临一些挑战,如隐私安全、数据保护和消费者权益保障等。在数字化转型过程中,保护消费者的隐私和数据安全至关重要,需要加强相关法律法规的制定和执行,加强数据管理和监管,以维护消费者的合法权益,确保数字化转型的持续稳定发展和消费者权益保障齐头并进。

当前,数字化转型已经在各个行业得到广泛推广和应用。例如,在零售行业,通过电子商务平台和移动支付系统的发展,消费者可以更加便捷地进行购物和支付,同时也促进了新型消费的涌现,如数字消费、绿色消费、健康消费等;在制造业领域,数字化转型不仅提升了生产效率和产品质量,还促进了定制化生产和个性化服务,满足了消费者多样化的需求。可见,数字化转型与激发消费潜能的结合为经济发展注入了新的动力和活力,正推动经济向高质量发展方向迈进。

在数字化转型激发消费潜能的过程中,个性化定制服务是基本策略。随着数字化技术的不断发展和应用,企业可以利用大数据分析和人工智能技术深入了解消费者的个性化需求和偏好,从而为他们提供定制化的产品和服务。例如,电商平台可以根据消费者的浏览和购买记录推荐符合其兴趣的商品,从而提供个性化的购物体验;在线教育平台可以根据学生的学习情况和兴趣爱好定制个性化的学习路径和教学内容,提高学习效果和参与度。这种个性化定制服务的实施可以增强消费者的满意度和忠诚度,进而促进消费潜能的释放。

优化消费体验是激发消费潜能的重要手段。通过数字化技术,企业可以提供更加便捷、智能化的消费体验,如无人超市、智能支付、虚拟试衣间等。无人超市利用物联网和人工智能技术实现自助购物和结算,让消费者可以更加方便快捷地购物;虚拟试衣间则利用增强现实技术让消费者可以在线试穿衣服,提升购物体验和决策的准确性。通过优化消费体验,企业可以吸引更多消费者参与消费活动,进而激发消费潜能。

拓展新兴消费领域是激发消费潜能的有效途径。随着经济社会的发展和消费观念的转变,数字消费、绿色消费、健康消费等新兴消费领域受到更多关注。数字化转型可以为这些新兴消费领域提供技术支持和发展空间,促进消费者对新型产品和服务的接受及认可。如数字健康管理平台可以结合健康数据分析和智能设备监测,为消费者提供个性化的健康管理方案和服务,推动健康消费的发展。拓展新兴消费领域不仅有助于增加消费需求,还可以培育新的消费群体,促进消费潜能的持续释放。

创新营销策略是激发消费潜能的关键。随着数字化技术的发展,企业可以采用更加智能化和个性化的营销手段,如社交媒体营销、内容营销、数据驱动的营销策略等,通过精准的定位和有效的沟通,更好地触达目标消费群体,引导消费者参与消费活动,进而激发消费潜能。

(作者系中共山东省委党校教授)

本版编辑 李丹美 编高妍

赏花经济别样红

本报记者 王金虎

这几天,山东济宁市嘉祥县纸坊镇的千亩油菜花进入盛花期,吸引不少市民游客前去观赏打卡,定格这份“限定”的春日美好。在微风轻拂下,油菜花卷起层层金色的波浪,淡淡花香沁人心脾,油菜花田与周边翠绿的青山、古色古香的村庄相呼应,构成一幅多彩清新的乡村田园画卷。

“今天学校组织春游,看到这些油菜花很开心。成片的油菜花和青山、村落相互交融,感觉南方的油菜花被搬到了家门口,仿佛置身北方‘小婺源’。”阳春三月,正是踏青出游的好时节。近日,智博威技工学校组织学生到纸坊镇油菜花春游,学生王浩和同学们一起行走在油菜花田间,相互拍照,满目金黄如诗如画。

赏花经济带动了乡村旅游消费,让当地农家乐生意火爆。赏花游客欢快地在花海拍照打卡,品尝原汁原

味的自然美食,从上午11点半到下午2点,一拨又一拨游客到农家乐里品尝农家美食。“今天点了店里的招牌菜,桃木炖鸡和桃木炖鱼,还送4个凉拌菜,菜量很足,价格也很实惠。”游客韩红艳说。

顾客盈门,让经营农家乐的村民们乐开了花,厨房灶头上煎炒烹炸根本停不下来。“济宁周边的客人来得很多,最远的还有北京来的客人。我们这个农家宴平均每天能接待300多名游客,预计这一个花期营业额有20多万元。”纸坊镇嘉山绿道桃木炖鸡的经营者杨志磊说。

为打造赏花、游玩、餐饮一体的乡村旅游模式,2023年,嘉祥县整合资源、塑造平台,全力打造“农嘉宴”饮食文化品牌,举办祥城“农嘉宴”美食节,为祥城“农嘉宴”授牌,规划祥城“农嘉宴”集聚区,开通假日旅

游公交专线,创新推出“交通+农嘉宴”“露营+农嘉宴”新模式,打造“产业+旅游+消费”综合业态。2023年,集聚区接待游客200余万人次,带动消费约1.3亿元。

赏花经济不仅带动了餐饮消费,还为当地村民带来了可观收入。“纸坊镇隋庄村利用党支部领办合作社的优势,共种植油菜花1200余亩,每亩可为村民增收1500元。依托油菜花优势,打造以油菜花为底色的农文旅景观,让油菜花成为乡村休闲旅游精品景点线路和城乡居民休闲旅游打卡地。”嘉祥县委常委、宣传部部长赵文静说。

前不久,在嘉祥县武祠景区,第六届杏花节盛大启动。美食、非遗、乡村特产(展销)等文旅活动,汽车、房产等商务促消费活动,让群众在饱览杏花盛景的同时,实现一站式吃喝玩乐购。持续8天的杏花节,吸引特色商家500余家,40余万名游客前来游玩赏花,带动消费1800多万元。

据介绍,嘉祥县以花为媒,精心策划文旅活动,连续6年高标准举办乡村旅游品牌活动——杏花节,打造文旅消费热点,布局推进武祠博物馆、文脉+互动,打好消费组合拳,持续做热消费市场,更好地满足人民群众对美好生活的新需求。嘉祥县副县长闫法超说。



祥城农家宴生意火爆。

(资料图片)