

茶,起源于中国,盛行于世界。在国潮兴起的当下,有着数千年历史的中国茶正在通过不同路径突破,以年轻而又先锋的面貌散发出浓醇芳香。

国茶潮饮沁人心 科技赋能持续发展

守正创新出佳品

红茶是全发酵茶,长期以来,深受国外爱茶人士的青睐,是全球销量最高的茶叶品种。但同时,传统红茶浓酽苦涩的口感,在国内接受度一直不高。为了打开国内市场,近年来,红茶企业持续创新、改进技术,提升红茶口感。

“传承400余年的正山堂守正创新,近六年稳居国内红茶销量第一。”参加第四届中国国际茶业博览会的福建正山茶业有限公司副总经理林寅强调,借助自主研发的骏眉工艺,公司开发了金骏眉及骏眉系列产品,让红茶也可以有金黄油亮的色泽、香甜的口感,树立了新红茶标准,掀起红茶内销热潮。

中国工程院院士、湖南农业大学学术委员会主任刘仲华表示,全球种茶国家和地区有60多个,有饮茶习惯的国家和地区达160多个。中国是世界第一大产茶国,茶园面积占全球60%以上,茶叶产量约占全球50%,茶产业总规模超过7000亿元。

站在第一大产茶国基础上,茶行业近年在茶科技、茶产业、茶文化方面加快探索。产业跨界、产业混搭、产业融合现象在茶行业越来越普遍,同时,伴随信息化广泛应用,营销体系也在革新,茶产业未来可期。

新茶饮的年轻力量

中国茶要持续发展,离不开与当代年轻人的对话。主打“慢生活”的传统茶,如何才能适应年轻人的快节奏?

乘着新国货新消费的浪潮,新茶饮构建出一个关于年轻人生活方式的新场景与新趋势,为茶产业的发展提供了新思路。

什么是新茶饮?目前并没有明确的定义,大致是指采用优质茶叶、鲜奶、新鲜水果等天然、优质的食材,通过更加多样化的茶底和配料组合而成的中式饮品。新茶饮的快速发展已成为现象级事件。

5月11日,新茶饮头部品牌喜茶推出了一款新品,上市首日就售出近40万杯。更让人

震惊的是,为了方便售卖和营销推广上线的微信小程序“喜茶GO”,两年时间内已经拥有4000万粉丝。

新茶饮规模有多大?《2020新式茶饮白皮书》显示,2020年,新茶饮消费者规模突破3.4亿人,市场规模超1000亿元,2021年将突破1100亿元。

中国连锁经营协会社区部主任、新茶饮委员会总干事孙工贺表示,新茶饮最核心关键,不是用了新鲜水果和牛奶,而是满足了新一代消费者需求。

中国食品产业分析师朱丹蓬在几年前就十分看好新茶饮的市场前景。“新茶饮有刚需,整体发展非常迅猛。新茶饮的属性跟咖啡一样,属于新生代最喜欢的品类之一。”

从资本端来看,新茶饮也颇受青睐。天眼查数据显示,我国新茶饮赛道中有百余个品牌曾产生超200起融资事件。截至目前,2021年该赛道已发生十余起融资事件,融资总额超8亿元。

新茶饮行业快速发展的同时,市场格局快速稳定,表现出典型的互联网时代新兴产业特征。高端市场上,喜茶、奈雪的茶占据主导,茶颜悦色等地方品牌在当地有较高声誉;中端产品线里,COCO、一点点等品牌优势明显;在广大的下沉市场,蜜雪冰城以其开店密度和品牌效应占据绝对地位。

朱丹蓬认为,整个新茶饮行业已相对成熟,细分赛道已出现。新茶饮行业进入充分竞争、高度集中阶段的同时,也存在很多不稳定因素,有食品安全问题,也有加盟连锁不专业的问题,行业还需进一步规范。

总体来看,新茶饮行业当前还处于成长期。“每一家品牌都有相对明确的受众人群,但客群不是绝对切割的。”孙工贺认为,随着新茶饮品牌的发展,已经形成了一定的护城河。但目前来看,新茶饮行业还有很大的增长空间。

科技赋能持续发展

5月20日,法国、西班牙、摩洛哥三国驻华外交官走进四

川省峨眉山竹叶青茶业有限公司工厂,深入了解了竹叶青现代化的生产工艺,亲身感受中国茶文化。

看到车间内自动化的茶叶生产线,领略到超高温增湿热风加滚筒杀青技术以及创新的高温短时连续提香技术,品尝到散发着嫩栗香气的竹叶青后,一位外交官表示,“竹叶青现代化生产工艺和严苛选茶标准令人惊喜”。

我国早已是茶产业强国,但也要看到,尽管我国茶行业2021年产值预计达2700亿元至2900亿元、从业人员超过7000万人,却至今没有一家真正主板上市公司,没有一家市值很高的公司。这是为什么?

刘仲华称,当前中国茶产业发展中仍存在产销失衡矛盾凸显、茶叶生产的劳动力成本攀升、茶叶出口规模增速缓慢等问题。解决之道是创新,如茶产业数字化发展、研发符合消费需求的新产品、营销模式创新。他认为,“未来中国茶产业的生产和管理发展趋势将是茶树品种优化、茶树栽培生态化、茶叶生产机械化、茶园管理信息化、产业全程标准化”。

传统技艺必须与现代科技融合,企业必须有对成本与价值的双重考虑,才能真正引领行业发展。近两年来,年轻人对茶叶消费需求增强、高端茶产销增长,推动着行业企业在更高层面上将新科技融入产业中,突破表面的工艺创新或形式创新。

“茶叶生产要增加技术含量,提高生产过程的机械化、工业化水平。”全国茶叶标准化技术委员会主任委员、中国茶叶流通协会会长王庆表示,要运用互联网大数据来精准分析消费者的需求,延伸茶叶的产业链,创新开发茶叶深加工与衍生产品,提高茶叶的综合利用率。此外,还要讲好茶故事,将茶文化、茶科技、茶产业统筹发展,把中国民族品牌茶叶推向全球。

(据《经济日报》)

国产奶粉市占率超60%

“三孩”利好再助力

本报讯 许洁 王君 在人口出生率下降、前期囤货待消化等综合因素下,我国婴幼儿奶粉市场陷入价格战、恶性营销、渠道竞争“困局”。而出生率下降让婴幼儿奶粉行业陷入集体焦虑。

弗若斯特沙利文数据显示,从2019年开始,中国婴幼儿配方奶粉行业进入“降速增长”时代,预计2019年至2023年销售额复合增长率为6.9%,销量复合增长率为3.8%。

中国农垦乳业联盟专家组组长宋亮表示,人口出生率下降,直接导致婴幼儿配方奶粉市场容量下降,使得企业之间提前进入到零和博弈的竞争阶段,“三孩生育政策在一定程度上能够稳定人口下滑趋势。”

“短期来说,三孩生育政策对于婴幼儿配方奶粉、辅食等品类消费将起提振作用。长期来看,会对整个乳品行业消费带来利好。”蒙牛集团相关人士表示。

澳优乳业相关人士表示,三孩生育政策的出台有望促进新生儿数量的增长,“婴配粉作为婴幼儿的刚需产品,其消费需求也有望随之拉动,这无疑对整个婴配

粉行业都是利好的,对于澳优来说,更是非常大的利好。”

三孩生育政策的推出或将让国产奶粉成为市场主导的优势愈加明显。君乐宝方面表示,此前,国产奶粉市占率已从最低时仅有30%左右增长到2020年达60%以上。同时,行业集中度得到提高,研发能力强、产品质量好的优势企业正脱颖而出。

不过,对于三孩生育政策的推出,行业内也有其他声音。

“为了应对老龄社会的到来,国家推出的三孩生育政策只是一个框架,各个省份还应该因地制宜进行精准规划。”中国品牌研究院研究员朱丹蓬表示,从2017年开始,东北三省整个出生率就已经出现了负增长,因此,当地政府精准推出一系列政策红利,以提高出生率,“从整体来看,三孩生育政策的推出是利好母婴行业的,但应该不会有太明显的帮助。”

宋亮也表示:“从根本上看,促进中国人口出生率提升,还需要从政策层面化解落户、孩子教育等难题。”

我国咖啡消费量增长迅速

速溶仍是主流

本报讯 孟刚 中国热带农业科学院科技信息研究所日前发布的《我国咖啡市场与产业调查分析报告》(以下简称《报告》)显示,近年来我国咖啡消费量增长迅速,而速溶咖啡仍是我国市场上的主流产品。

《报告》指出,目前咖啡消费市场主要集中于大城市,北京、上海、广州和深圳是我国咖啡主要的消费中心城市,占消费总额的30%以上。同时,一些二三线城市的咖啡消费也呈现上升趋势。消费群体主要集中在城市的青年群体。根据一项对12个城市的调查,32%的城市居民饮用咖啡,其中以青年人为主。

而在零售市场,仍以速溶咖啡为主。咖啡产品主要有速溶、即饮和现磨等。据峰瑞资本统计数据,我国速溶咖啡占市场总额的68%,即饮占10%,现磨占16%。

而在多种速溶咖啡品类中,苦涩味较轻、更易入口的奶咖是新客的首选。来自凯度的2020年数据显示,54%的咖啡新客第一杯

喝的是速溶奶咖。

欧睿国际日前发布的数据也显示,中国速溶咖啡市场2020年的零售总额达到126.41亿元。其中,市场份额排名第一的品牌占据了71%的份额,远远超过其他品牌。《报告》预计,咖啡市场规模将持续增长。我国咖啡市场起步晚但发展迅速,未来随着人们生活水平的提高,我国咖啡市场规模将逐渐扩大,预计到2024年将超过3300亿元。《报告》还发布了我国咖啡的种植数据。我国咖啡种植面积稳定在180万亩左右,主要集中在云南。咖啡生豆产量在14万吨左右,居世界产量第13位。其中,云南占全国总产量的99%。而在品种方面,云南咖啡以小粒种咖啡为主,海南主要种植中粒种咖啡。《报告》指出,目前咖啡企业在各个环节中的力量分布并不均衡,主要集中在产业链的上游、处于产业链分工的薄利环节,产业附加值低,咖啡深加工、分销和零售等高附加值环节力量不强。