

新式茶饮行业千亿市场仍存广阔空间

本报讯 近日,有新式茶饮品牌现裁员风波,针对行业的唱衰之声四起。的确,近两年由于疫情反复导致整体消费疲软,新式茶饮行业面临持续发展的阵痛。但也应该注意到,伴随中国经济发展起来的新茶饮行业,刚刚走过发展的初级阶段,随着国民收入的不断提升,未来新式茶饮行业仍拥有广阔市场前景。此外,新茶饮企业在稳步扩张同时,不断修炼内功,积极推进数字化变革,着力提升运营效率,行业发展将进入良性阶段。

新式茶饮千亿市场持续扩大 品牌出海时代或将来临

在城市的商业中心,新式茶饮门店仍是最为热闹的地方。人们汇聚于此,是因为在闲暇时间喝上一杯茶饮,已经成为了他们的生活方式。无论是为高颜值的产品打卡拍照,还是在明亮舒适的空间与三五好友相聚,都已成为人们生活的一部分。

随着国家经济稳步发展和消费结构升级,年轻人的消费理念逐渐发生转变,区别于传统茶饮的新式茶饮,更符合他们的消费需求。据艾媒咨询数据显示,国内20至39岁的年轻人数量超过3.8亿。他们有独特的消费观念,已从温饱阶段进入到审美的阶段。新式茶饮品牌注重产品颜值,将潮流个性时尚的茶饮文化与传统茶文化融合,受到越来越多年轻人的欢迎。

新式茶饮正流行,是茶板块中潜力较大的赛道。据中国连锁经营协会《2021新茶饮研究报告》,我国还有近8亿人没有喝过新茶饮,这其中有巨大的发展潜力。2017—2020年,我国新茶饮市场收入规模从422亿元增长到了831亿元。预计2021—2023年行业复合增速高位段可达20%,2023年新茶饮市场收入更是有望达到1428亿元。

茶饮企业稳步扩张 以多元化寻求持续增长

在整体向好的新式茶饮赛道之中,各企业也在稳步前行,以多元化方式寻求持续增长。

门店扩张仍是新式茶饮的主要驱动力。数据显示,2021年新茶饮门店规模已经达到37.8万家,占现制饮品店门店总规模的65.5%。整体来看,各品牌仍在稳步扩张之中。目前,奈雪的茶全国门店数量已达850间,其中仅2021年四季度就净增149间。在直营品牌之外,加盟品牌的扩张更甚,沪上阿姨等门店数量年增长速度在1000家以上,蜜雪冰城门店已突破2万家。

拓店之外,各品牌也在通过更多元的方式进一步拓展增长空间。寻求“餐饮零售化”,扩大品类边界,已成为新式茶饮品牌的共同选择。奈雪凭借PRO店拓展出茶饮、咖啡、轻烘焙、零食四大产品线,今年1月还在行业内率先进军

中式点心。2021年9月,蜜雪冰城开出首家体验店,提供茶饮、咖啡、雪糕甜品、烘焙、炸串等,并售卖雪王IP周边以及茶包等零售产品。多样化的新零售能力不仅有助于品牌占领用户心智,也带来了新的增长点。

茶饮企业向更规范化 高质量发展

寻求更多市场机会的同时,茶饮企业也愈加重视内部的规范化、高质量经营。从原材料采购、加工制作再到配送至消费者手中,企业正在搭建全链路的数字化管理体系,以实现最大化的可控和最高效的效率。

目前,已有多家新式茶饮品牌组建了数字化团队,包含奈雪的茶、喜茶、乐乐茶、CoCo都可等。奈雪自2020年初开始分阶段落地数字化战术,其自研的自动化设备于2021年第四季度末开始遴选生产商及试生产。该设备已陆续在部分门店运营闲时投入试用,并预计将于今年第三季度结束前在全国奈雪的茶茶饮店正式应用。

新式茶饮从“网红”品牌出圈,拥有品牌影响力的同时,也承载着众多关注,任何变动都可能引发舆论风波。如今,正值头部品牌走向成熟发展阶段,在问题与质疑之中寻求蜕变,探索“长红”之路。前景向好,外界应给予新式茶饮品牌更多的信心与耐心。(中国网)

原奶价格或见拐点 乳企成本压力有望减轻

本报讯 疫情助推居民健康意识提升,2022年国内乳制品需求继续保持旺盛状态,预计2022年乳制品消费仍能延续2021年的快速增长。

奶牛存栏量增加,供给进入快速增长。一方面是大型乳企自有牧场数量增加,另一方面是近两年奶价上涨刺激牧场提升奶牛存栏量,近两年奶牛存栏量进入加速增长期。根据中国农业大学预测数据,2020年国内荷斯坦奶牛存栏量是520万头,同比增10.4%;预计2021年国内荷斯坦奶牛存栏量是576万头,同比增长10.7%,2022年国内荷斯坦奶牛存栏量是635万头,同比增长10.2%。

供需从紧平衡逐渐走向宽松。据中国农业大学测算,2020年规模牧场商品奶产量为6.8万吨/天,乳企需求量为7.4万吨/天,供需缺口为8.8%。据推测,2021年需求增速是10.6%,供给增速是13%~15%,2021年的供需缺口是4.4%~6.4%。

原奶价格或见拐点,乳企成本有望减轻。据悉,春节前是乳制品消费旺季,春节后进入消费淡季,所以原奶价格在春节前价格比较坚挺,春节后会价格回落。根据2022年春节前牧场调研情况显示,华中区域春节前非合同奶价有小幅回落的现象,较往年价格回落时间点提前,显示原奶供给较为充裕。预计春节后至二季度原奶消费淡季期间,奶价将或有小幅回落,至三季度旺季,奶价再度反弹,但今年全年原奶价格压力会弱于2021年全年。(东兴证券)



贵州贵酒
GUIZHOUGUIJIU

贵州贵酒 封藏酒

—以时光 酿珍贵—



中康一品实业有限公司
服务热线: 400-800-2692
销售电话: 010-83362960



