

□ 管玉慧 姜丹

作为传统“金九银十”消费旺季,国庆小长假一向是市民群众走亲访友、吃喝玩乐、释放消费力的重要时间节点。在持续做好疫情防控的前提下,今年国庆各类消费迎来增长高峰,其中以与“假期经济”相伴的餐饮领域表现尤为突出,新茶饮消费在今年国庆假期期间持续火爆。

据了解,国庆“黄金周”期间,新茶饮两大头部品牌奈雪的茶、喜茶多家门店均出现超高增长,个别门店较节前增幅甚至超过500%。

作为刚刚上新的时令新品,奈雪的茶新品“霸气东方石榴”在创下8分钟破万杯、3天破50万杯的好成绩后,国庆期间累计售出近百万杯,热度居高不下。喜茶新品“喜柿多多”也销售火爆,成为消费者庆祝节日的新方式。

二三线城市门店释放巨大潜力

国庆假期各地消费持续火热,对比来看,一线城市依然是新茶饮消费大户,但与此同时,二三线城市的消费实力也不容小觑。

奈雪数据显示,深圳、北京门店继续强势领跑全国销量,其中深圳表现优异,奈雪全国销售TOP10中有5家门店均位于深圳。同时,二三线城市门店亦释放巨大潜力,江苏泰州万象城

PRO店超越深圳、北京多家门店成为销售总额top2的门店。

喜茶数据显示,在城市总体销量方面,国庆期间,各地整体消费市场的火热也带动了新茶饮消费的火爆。其中上海、广州、深圳、北京、杭州、成都、重庆、苏州、南京、武汉的喜茶总销量排名前十。

国庆节前夕,全国不少城市均发布了“就地过节”的倡议,奈雪、喜茶等新茶饮业态的火热,也反映出就地过节带动了本地消费,催生了本地消费的热潮。

黄金周带火新茶饮 低糖、代糖成新趋势



水果茶产品热销

秋天是体验水果大丰收的时刻,消费者们也更偏爱清爽的鲜果茶。国庆期间,喜茶水果茶产品的销量占比接近8成,有门店一天最高就消耗了超400公斤水果,其中巨峰葡萄、柿子等热销产品的原料的使用量都是近100公斤。其中,喜柿多多、绫华·寒霜龙眼椰、绫人·水影龙眼椰、超大桶多肉桃李等产品成为热销产品,占据各个城市门店销量热榜。

而在奈雪茶饮方面,“东方霸气石榴”荣登茶饮销量TOP10榜首。自9月下旬推出以来,其热度居高不下,继创下8分钟破万杯、3天破50万杯的好成绩后,国庆期间热度不减,累计销量近百万杯,成奈雪“霸气一升桃”后又一“百万爆品”。

传统美食与新式茶饮的结合,或许正逐渐成为具有中国特色的新式茶饮消费文化。奈雪小贝不仅荣登烘焙类产品销量TOP10榜首,还成为茶饮随单点最多的单品。

天然代糖引热捧

消费者在更注重茶饮口感的同时,也对“健康”、“养生”有了更明确的需求。奈雪数据显示,在糖度选择上,北京地区“不另外加糖”顾客占比最高,成为名副其实的“低糖之都”;选择“标准甜”顾客占比最高的“甜蜜之城”则是江西省赣州市。据奈雪相关负责人介绍,低糖健康已经成为茶饮消费的显著趋势,今年国庆期间奈雪“0卡糖”的使用量较去年同期增长约30%,标准甜以外的其他低糖选择比重也在逐年攀升。

此外,作为奈雪三大业务板块之一的瓶装茶“奈雪果茶”,凭借罗汉果汁作天然代糖的健康属性,在国庆期间销售也出现大幅上升。新品奈雪鸭屎香柠檬茶(瓶装茶)销量增幅最大,自9月28日上市以来,仅华南地区累计销量已近400万瓶。

国庆长假带动了多地消费发展,假期经济的推动下,消费数据增长消费活力释放的同时,也透露出消费者需求偏好的变化。健康、优质、极致的性价比、多元的产品形态,这些都是新茶饮在下一阶段仍需深耕的用户触点。记者了解到,目前奈雪正通过采用罗汉果汁代糖、发起“绿农计划”、发力瓶装茶、全链路数字化等项目,推动产品更贴近用户需求,带动茶饮行业持续稳健发展。

广告



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

