

“花式”热饮出街 茶饮品牌争夺冬季“C位”

本报讯 送走了秋天的N杯奶茶之后,热饮们终于迎来主场。近日,随着天气转冷,多家茶饮店的主推产品增加了大量热饮新品。同时,喜茶、奈雪的茶、七分甜等茶饮品牌围绕热饮产品做出联名、热饮折券包等玩法。奶茶店如何过冬虽然老生常谈,不过近几年热饮产品选择逐渐丰富,这背后研发投入大、创新乏力的现象也逐渐显露。分析指出,在同质化严重的茶饮市场,品牌为了体现差异化,在各个时间节点去打造爆款成了重要抓手,从而占领更多市场份额。

热饮走向前置位

热饮开始撑起奶茶店“过冬”的重担。近日,北京商报记者走访看到,喜茶、奈雪的茶、茶百道等大多茶饮品牌开始调整冷热饮产品比例,热饮产品逐渐增多且开始走向招牌位。例如,喜茶、球球奶、柠客·手打柠檬茶等多家茶饮店都在门前竖起了推荐热饮新品的标识牌,“热饮”“暖心”字样显著。同时,一家位于三里屯的茶饮更是更新了菜单,门店工作人员介绍,“由于冬天购买冰饮的消费者较少,所以店内更换了菜单,现在只售卖热饮,等天气变暖店内会再次售卖冰饮”。

而在线上,可以看到大多品牌的菜单一栏中增加了“热饮”选项。喜茶相关负责人告诉记者,喜茶的菜单中,专门设置了“热饮推荐”方便消费者选择,并推出了相应的优惠活动,部分饮品标注了“可做

热饮”等标识。以喜茶为例,目前热饮产品的占比超50%。

除了可以选择的热饮产品丰富起来外,品牌们也努力为新品点睛一笔。一直玩联名的喜茶和奈雪的茶分别与《甄嬛传》和收藏玩具品牌52TOYS进行联名,其中喜茶近日销量最好的热饮便是该联名产品。据了解,此次联名的两款产品上线3天后销量突破50万杯,部分门店单日可售出超1000杯。

另外,不少品牌还推出了热饮折扣包。记者在乐乐茶小程序看到,其推出了秋冬热饮88折券包,该套餐包内包含6张饮品券,秒杀价仅0.9元。同时,喜茶和奈雪的茶均推出了50元现金券包,并赠送9元热饮券。

研发能力备受考验

奶茶店如何过冬已是老生常谈的话题,不过通过上述企业的动作可以看出为了争夺冬季的C位也是各显奇招,希望通过这一节点获取增量。此前奈雪的茶发布2021年四季度运营情况时便提到,该季度同店收入的恢复及增长的原因之一就包括,该品牌加大冬季热饮研发力度,相关茶饮产品于本季度普遍受到消费者欢迎,并在2021年度报告中也提到了这一点。

而随着新产品大量输出,行业的研发短板也逐渐显露。“茶饮市场的更新速度越来越快,从开始的2—3个月上新一次,变为一个月上新2—3次产品,这对企

业而言存在一定压力。”一位从业者告诉记者,尤其是热饮,在研发热饮的过程中,除了挑选原材料之外,各项产品比例更是需要时间去打磨,有时甚至可能报废数百万计的原料。以“芋头”为例,新鲜芋头的蒸煮较难把握,口味口感存在差异,导致产品口味不稳定,需要不断尝试并改良出品。因此,不少企业也就跟着大众路线产品走,这也是产品差异化不显著的原因。

此前,茶颜悦色曾在公众号上写道,温度直接影响产品的最终呈现,只有冰水才能还原茶香、减少茶涩,融合牛奶。如此看来,热饮市场如此之“卷”,也是品牌秀“肌肉”的成果,希望通过差异化产品获取一波热度。

北京国际商贸中心研究基地首席专家赖阳指出,茶饮品牌早期主推的都是热饮,后来发现年轻消费者对于冰饮的消费需求较大,所以便推出了许多冰饮。随着天气转凉以及养生等概念的传播,热饮需求明显上升,且各品牌都推出了产品口味更加丰富的产品,使得茶饮市场的产品同质化有所缓解,产品结构更加平衡,种类更加完善丰富。而对于品牌而言,也大大考验了其研发和创新能力。

抓住节点提升市场份额

在茶饮市场竞争白热化的当下,破局同质化进行差异化布局成为茶饮品牌保住市场份额的重要方式,就拿冬季上新热饮产品来说,争奇斗艳的产品和形式均是

企业希望借此抓住每一个节点去获取增量,而这仅是茶饮市场现状的缩影。纵观整个茶饮市场,许多品牌都在寻找合适的路径去走远走深,例如喜茶开放非一线城市加盟业务,奈雪的茶不断调整门店模型,蜜雪冰城走在上市路上,乐乐茶聚焦华东市场等。

营销与产业战略专家李兴敏认为,目前茶饮行业的竞争主题从单一的跑马圈地到综合性比拼,无论是上新品、放加盟还是进行IPO,均是茶饮品牌寻求增量的方式,希望在细分领域或者空白市场获取更多市场份额。不过,归根到品牌发展,产品为王,如何通过产品研发创新来持续打造爆款,从而吸引并留住更多消费者并占领市场份额才是其真正需要思考的。

对于品牌而言,借助时间节点上新营销仅是一方面,品牌仍需不断做功课。深圳市思其晟公司CEO伍岱麒认为,茶饮品牌持续不断研发新品,是扩大消费者人群和提升消费者忠诚度所必须的做法。同时,茶饮连锁品牌属于店品牌,成功难度较大,需要不断优化单店模型,从选址、品牌形象、团队、制作和服务流程等方面,提升品牌综合竞争力。

赖阳表示,当前茶饮市场竞争激烈,许多品牌开放加盟和寻求上市融资等方式均是为了帮助品牌提升规模,获得更好的发展。除此之外,茶饮品牌还需通过加强产品研发和产品品质,保证食品安全,并建立独特的品牌形象文化,从而进行差异化布局。

(《北京商报》)



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

