

新茶饮夏季营销赛：品牌的长期主义

□ 黎竹 刘旺

这个夏天，新茶饮赛道开启了新一轮的营销竞赛。各品牌在跨界合作上打法不同。《2022 茶饮品类报告》提到，预计到2025年，全球茶饮市场的总规模将达到3185.6亿美元。面对广阔的全球市场，如何构建品牌并扩大影响力成为新茶饮行业的重要事，企业开始从多维度塑造长期价值。

从消费者到粉丝

据不完全统计，喜茶从2017年到2021年先后牵手过70个IP，此后更是被网友直呼“一月一联名”。

近日，新茶饮品牌喜茶与近百年历史的意大利奢侈品牌FENDI联名饮品上市。品牌营销资深人士梁丽指出，试图销售形象或身份是品牌定位的营销策略之一。

据不完全统计，喜茶从2017年到2021年先后牵手过70个IP，此后更是被网友直呼“一月一联名”。其发布的品牌十周年报告还专门指出，喜茶与藤原浩、梦华录、甄传等经典IP联合展开的5个人气品牌活动，取得了不错营销效果。

复古怀旧是IP联名的一大主题。近日，沪上阿姨官宣与QQ联名，利用QQ的经典头像系列、QQ社交用语来打造情感营销活动，不仅顺势推出夏季经典产品，连杯套和贴纸也使用经典的网络语录“下线了886”等，唤醒消费者的互联网“回忆杀”。

梁丽表示，这些复古怀旧主题的IP

本身就具有较大的粉丝受众，即会对这些联名产生“化学反应”的消费者，如果品牌能够借助这个情感触点展开营销活动，就能够减少决策环节，节省更多的资源。

著名顶层设计专家、清华大学品牌营销顾问孙巍表示，品牌联名营销是品牌曝光、引流和传播的有效手段，好的联名能够促进品牌场景共享、粉丝共享，实现粉丝破圈和品牌破圈。这不单单吸引了年轻消费者的眼球、引来一时的流量，更重要的是提升了品牌的活力，能够进一步强化品牌定位，占领消费者心智。

另外，值得注意的是，今年不少新茶饮品牌选择进军音乐节，这是构建与消费者实现多场景互动、触达的一步，也是进一步品牌IP化的一步。在这一过程中，除了IP与产品相互加持，更加强了品牌与消费者之间的情感联系。

从新品到新品类

业内专家指出，在这场激战中，品牌也开始从营销策略和品牌形象等方面展开角逐。

在夏季发布新品、打造爆品已经成为新茶饮行业的共识。但如何借助营销让新品破圈、拉动销量增长，甚至拓宽品类，各个品牌却有不同解法。

业内专家指出，在这场激战中，品牌也开始从营销策略和品牌形象等方面展开角逐。一个明显的特征是，企业更加注重传递品牌的长期价值，通过提高品牌资

产来塑造消费者偏好。

梁丽认为，品牌的建立是一个系统工程，需要多方面的体系支持，仅凭一两个点子就能打造一个“品牌”的时代早已过去。目前，新茶饮企业应该向西方百年企业学习如何打造品牌基因、拓展跨国市场、培养发掘人才等。

此外还有品牌致力于打造“咖啡+茶饮”双赛道。比如煮叶，尝试从新产品入手，将“茶+咖啡”融合，建立消费者认知。

除了对SKU的创新，在餐饮品牌主营产品类的边界正逐渐弱化的当下，新茶饮品牌也尝试将品类从奶茶、欧包、咖啡拓展到气泡水、袋泡茶领域，来突破行业的天花板。

在2020年，喜茶和奈雪的茶也切入气泡水市场。相比其他气泡水品牌，新茶饮品牌亦有线下门店的优势。业内人士指出，除了在罗森、711等便利店能够看到产品铺设外，或直营或加盟门店都对于其推广气泡水、袋泡茶等新品类有所帮助。

打造“中国茶”

当下，众多新茶饮品牌都在强调自己“中国茶”的调性。

中国食品产业分析师朱丹蓬表示，中式新茶饮在2018年后进入了高速增长、高速发展、高速扩容的节点。消费火爆的背后，更多的是头部企业的红利。新茶饮品牌提高品牌调性，对于其未来的国际化发展也有非常大的价值。

当下，众多新茶饮品牌都在强调自己“中国茶”的调性，试图将过往趋同的营销话术抛开，寻找独特的品牌破圈、走出国门的杀手锏。

据悉，“520去蜜雪冰城领情侣证”活动至今已连续举办5年，顾客在蜜雪冰城门店购买任意产品满15元就可以免费领取2本情侣证。”

梁丽认为，一种产品的感知品牌资产确实可以扩展到描述中包含品牌名称的产品。

据悉，得益于供应链的系统性布局、虚拟IP的长线运营和子品牌矩阵的规模化发展，蜜雪冰城文创周边产品延续一贯的高质平价理念，包括玩偶、积木、杯子等。

周边产品也是增加消费者黏性的渠道之一。据发现，在小红书这类社交平台上，有粉丝分享如何购买茶饮品牌的周边，并将一些赠送的周边改造，达到可持续利用。

近日，茶百道认养了大熊猫“茶茶”。孙巍表示，茶百道启用熊猫符号，有利于品牌的传播记忆力，增添品牌调性和品牌吸引力。

刘大贺建议，熊猫属于早就破圈的中国形象。如果能顺应全球消费者对熊猫的认知，需要在目前的产品体系上与熊猫更深融合。

目前来看，在获取营销流量之后高效地完成激活与留存，打造品牌IP并扩大影响力，仍然是“中国茶”品牌追求商业化发展后，维持品牌长期生命力的重要因素。

广告



贵州贵酒
GUIZHOU GUIJIU

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