

饮料热卖 各路“文章”眼花缭乱

□ 涂端玉 赵方圆 文静

尼尔森数据显示,第一季度,中国市场整个非酒精饮料品类(不含水)的销量同比增长了4.4%,而脉动在第一季度的销量同比增长13.6%。达能近期表示,在中国市场的饮用水业务方面,脉动今年开局“令人鼓舞”;奈雪的茶今年“五一”假期期间5天销售额破亿元,全国门店销量同比增长120%。

饮料厂家,各路茶咖商家都在摩拳擦掌——天气渐热,进入消费旺季,“说故事”“拼茶底”“打价格战”的时候到了!受消费市场带动的还有资本市场。食品饮料板块近日集体飘红,在业界观点看来,饮料好卖也一定程度上体现出了大众消费信心的提升、行业的蓬勃发展以及中国经济的韧性。

茶咖商家转做“茶文章” 消费者选择趋理性

“99元喝6杯!”就问这样的力度吸不吸引你。笔者走访广州市区内多家茶饮店注意到,当前各大茶饮店推出的新品,从突出牛奶的品质,转向突出茶叶品质,而伴随消费者趋于理性,昔日的“网红”品牌也不再门前排长龙。

在位于天河区的一家星巴克,记者看到门店在售的含茶类产品也选择较多,包括4款茶拿铁、3款冰摇茶、3款热茶,还有一款零售价90元、规格45g/听的英式早餐红茶。不过笔者注意到,现场消费者大

多依然选购了咖啡。

在另一家名为“初茶”的茶饮店门口,店主正在推荐一款翠芽铁观音的鲜萃茶;登录瑞幸小程序,时下主打的“夏日冰咖季”系列饮品中也出了限定茶咖,一款售价20元“碧螺知春拿铁”的商品详情中,不仅有碧螺春的产区,还有采摘时间、制作工艺、文化背景等介绍信息。

继“奶文章”后,茶咖商家开始做起了“茶文章”。此次喜茶推出“甄选茶园标准”,并且表示今年实现主要茶叶配方自主研发,对此消费者是否买账?采访中,多数消费者表示,目前喝喜茶的次数少了,只有当出新品时才会尝试。市民李先生告诉记者,目前茶饮市场热度下降,仅通过茶叶选取恐怕难以取悦年轻消费者,“对于年轻消费者来说,喝茶饮还是尝鲜比重较大。”李先生说。

“爱喝茶的消费者肯定还是倾向于自己买茶叶、泡茶喝。我现在都喝一些纯茶饮品,价格相对喜茶便宜很多。”市民黄女士也表示,自己是一个好奇心爆棚的消费者,如果喜茶要出新品还是会尝试一下。

现制茶饮增速最快 复合年均增长率25.5%

笔者留意到,茶饮店与咖啡店可谓开得“满大街”都是。而据美团发布的《2022茶饮品类发展报告》(以下简称《报告》),其中提到的茶饮概念包含现制茶饮、零售茶饮)

显示,2020年底中国茶饮市场总规模达到4100亿元,其中现制茶饮增速最快,2020年市场规模1136亿元,到2025年预计会达到3400亿元,复合年均增长率25.5%。

据悉,2022年现制茶饮品类在饮品“赛道”中门店数占比61.9%,占据一定的饮品市场规模。经历了几年时间的高速发展,从近3年的门店发展来看,现制茶饮门店增速放缓,其2022年门店数增速低于现制咖啡14.8个百分点。不过,近3年,相比咖啡品类,现制茶饮连锁化发展更快,从2020年41.2%,一路增长到2022年55.29%。《报告》显示,从订单量来看,茶饮订单量目前主要集中于新一线城市市场,下沉市场订单占比已从2020年的15.9%,提升到2022年的20.6%,增长了4.7个百分点。一线及新一线城市订单有所收缩。

不过,《报告》也提及,在南方市场,茶饮受欢迎程度依然高于咖啡。美团数据显示,2022年,广西、广东、山东、河南、河北等地区茶饮门店数占比显著高于咖啡门店数占比。茶饮品类继续巩固南方市场,广东仍在门店数占比排名中位列第一,北方市场正在加速发展。

今年4月底,艾媒咨询公布的调查分析显示,新式茶饮消费者价格接受度集中在11元~20元,较前年略有下探。消费者喜好的前三茶饮类别,分别是奶茶系列、水果茶系列、奶盖茶系列。艾媒咨询分析指出,2023年有24.6%的中国新式茶饮消费者表示未来消费频率将变高,10.6%的

消费者表示消费频率减少,消费者的需求将持续上涨。新式茶饮行业的玩家居多,且行业内品牌将加速扩张的步伐,促使行业竞争持续加剧。

食品饮料板块集体飘红

随着天气变热,饮料行业进入消费旺季,饮料股也跟着火了起来。食品饮料板块集体飘红,有59只个股出现不同程度涨幅,其中就包括了养元饮品、香飘飘、三元股份、东鹏饮料、熊猫乳品等个股。

金证研分析表示,2023年第一季度,消费风格指数成分股的归母净利润平均值较2022年第一季度增长10.2%,而A股整体的消费板块平均ROE也有明显提升。与其他行业不同的是,消费行业内部的企业“泾渭分明”,必选消费品就包括了饮料食品、粮食、调味料等,必选消费领域的个股,其长期投资价值会较可选消费品领域的个股明显,而可选消费领域的个股,其成长性或会比可选消费领域的更强。

“食品饮料行业的内生动力正在逐步增强,我国经济整体向好,再加上消费复苏,促使整个中国的茶饮及饮料行业很有可能在2023年呈现全方位多维度爆发现象。”中国食品饮料行业分析师朱丹蓬表示,对于相关行业企业来说,“有前景有盼头”。“就在最近,我们走访市场进行了一番调研,发现茶饮及饮料企业的整体预订量包括人员配置、原料等方面已经超过了2019年同期水平,相信在接下来的第二第三第四季度,各个企业在供应链的准备上会更加充分,目前来看发展态势也会持续红火。”朱丹蓬表示,饮料消费的红火也一定程度上体现出了大众消费信心的提升、行业的蓬勃发展以及中国经济的韧性。

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

中康一品

