

养生风“吹”向新茶饮 热潮背后需冷思考

□ 刘旺

年轻人的“朋克养生”已经从一个玩笑变成一种潮流,而养生食材与新式茶饮,两个看似不相干的元素,也正在组合到一起,成为新式茶饮品牌们共同追逐的流量密码。

今年以来,养生奶茶热度日益高涨,新品牌如雨后春笋,老牌茶饮企业也纷纷推出相关产品,瞄准年轻人的养生需求。

多位专家表示,养生茶饮的出现是新中式茶饮寻找新增长点、消费环境变化等多重因素带来的新风潮。而基于较为成熟的新中式茶饮,该赛道目前来看有着良好的发展趋势。

但持续的创新、产品的研发以及风味品质的稳定,是养生茶饮必须面对的关键性问题。

养生茶饮新风潮

连日来,在社交平台关于养生茶饮的话题持续火热,在抖音平台的相关话题播放量已经超过了6000万次,中式玫瑰奶茶、草本饮品酸梅汤等产品都收获了不俗的关注。

在中国食品产业分析师朱丹蓬看来,养生奶茶之所以能够形成风潮,是因为其刚好匹配了三个趋势。“新茶饮企业也进入了一个内卷期,恰逢这样的节点,如何匹配颜值管理、体重管理、营养管理、大健康管理,成为消费者的刚需。而养生类茶饮,刚好匹配了新生代差异化口味的需求,也匹配了整个新茶饮行业细分赛道深化的节点。整体来看,未来养生茶饮会成

为新中式奶茶的重要趋势和方向。”朱丹蓬表示。

而在盘古智库高级研究员江瀚看来,养生茶饮形成风潮的原因,也离不开养生原料与茶饮二者的契合。“养生的风潮能够刮向新茶饮赛道,主要是因为茶饮作为中国传统的饮品,具有悠久的历史和文化底蕴,同时也是现代消费者喜爱的饮品之一。而现代消费者越来越注重健康生活方式,养生茶饮将二者结合起来,既满足了消费者对于美味的需求,又提供了健康养生的选择。”江瀚认为。

值得注意的是,养生茶饮赛道目前的门槛并不高,原本并不是做茶饮的品牌也纷纷进入这一赛道,包括张仲景大药房、胡庆余堂老中医、同仁堂等。

如果说上述品牌背靠中医药馆,那么很多创业者则并不像上述品牌一样有着强力背书。

对此,朱丹蓬认为,“其实整个赛道的门槛并不是很高,想要抓住这个风口,食材的选择、口感的定制、整体的定位以及品牌的号召力,决定了企业的热度。整体来看,新中式茶饮已经进入一个整合期,基本上能生存下来的都是比较有实力、有品牌、有品质的企业。因此,养生茶饮赛道的发展前景和可持续性是值得看好的。”

传播星球App联合创始人由曦也认为,养生茶饮能够快速形成风潮可能是因其产品和消费体验与大众生活方式紧密相联,消费者容易接受和参与,且市场上品牌和产品较少,市场机会较大。

“目前养生茶饮竞争激烈,市场上品牌众多,消费者的选择也较为广泛。而脱

颖而出的关键点可能包括产品的独特性和品质,能够创造出与众不同的养生价值;品牌的声誉和口碑,能够树立起消费者对品牌的信任和认同;店铺的运营和管理能力,能够提供优质的服务体验和便利的消费环境。”由曦表示。

风潮背后的冷思考

据新华网发布的《Z世代营养消费趋势报告》,当下的养生消费主力军正是年轻人群体。18至35岁的年轻消费人群占到了健康养生消费人群的83.7%。

但这一消费群体也有另一个特点,即对口味、品质有着独特的评判标准。

值得注意的是,目前不少养生茶饮门店已经在建立自身独特性。首先,市面上的大多数养生茶饮产品,大多加入了当归、金银花、陈皮等材料,但除了茶饮之外,有些门店还推出了养生包、养生茶、姜茶等固体饮料产品,更有甚者还推出了把脉、推拿等服务。

其次是门店风格,很多养生茶饮门店装修更为“复古”。

尽管在产品端和装修风格上,养生茶饮都树立了独特的风格,但在产品研发等方面,专家也提出了建议。

江瀚认为,养生茶饮要考虑药食同源、风味稳定,这意味着成本可能会增加,对产品创新、供应链建设和规模扩张提出了新要求。但这也为企业提供了更多的机会和空间,可以通过创新研发和供应链管理等方面来提高产品的附加值和市场竞争能力。

朱丹蓬则认为,药食同源讲究的是合

理、科学、精准的配方,这对企业的研发水平、研发人员的综合能力提出了更高的要求。头部品牌在这一波养生热潮当中应该会做得更好,因为它们无论在品质、食材、产业链,还是品牌背书、专业人士配置方面都有优势。

此前就有媒体报道称,“中药入饮,必须在《中华人民共和国食品安全法》现行规定范围内,围绕‘药食同源’元素做产品创新,不能突破药食同源目录,否则就是违法经营,会面临被罚的风险。”

江瀚认为,从行业角度来看,当前养生茶饮市场竞争激烈,品牌数量众多。要脱颖而出,关键在于产品品质和服务体验等方面的提升,同时还需要注重品牌形象和市场营销等方面的建设。

“对加盟商来说,要想避免被‘割韭菜’,需要在选择品牌时进行充分的调查和了解,选择具有实力和口碑的品牌,同时在加盟前要仔细阅读合同和相关条款,避免被一些不良商家利用漏洞进行欺诈。此外,加盟商还需要积极学习相关知识技能,提高经营管理水平,以应对市场变化和风险。”江瀚表示。

由曦也提到,对于新加入养生茶饮行业的投资者来说,避免被“割韭菜”需要从以下几个方面考虑:选择有实力和信誉的品牌加盟合作;搭建合理的商业模式,考虑成本控制和盈利能力;注重产品和服务的质量,提供与市场需求匹配的产品和独特的消费体验;注重店铺运营和品牌建设,提升消费者忠诚度和购买意愿;了解市场情况,做好竞争分析和风险管理,制定有效的市场推广策略。

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



