

新式茶饮行业加码原茶寻求差异化

在日前举办的现代东方茶创新论坛上,中国茶叶流通协会会长王庆表示,去年新式茶饮消耗30万吨的茶叶产能,几乎与我国对外出口茶叶的数据持平。与此同时,我国新式茶饮门店在去年突破50万家,全行业产值1700亿元。同期,国内销售原茶240万吨,销售额为3400亿元。换句话说,新式茶饮销售额已经达到原茶的一半。

笔者注意到,很多头部新式茶饮品牌,尝试使用原茶满足消费者对于健康的追求。比如霸王茶姬强调“东方现代茶”,茶颜悦色定位于“新中式鲜奶茶”。另外,包括奈雪的茶、喜茶等均与传统茶开展联名营销活动。

盘古智库高级研究员江瀚表示,随着健康意识的提高,消费者越来越关注食品的成分和营养价值,原茶作为一种天然、健康的原料,自然成为新式茶饮品牌的首选。这可视作新式茶饮产业的升级方向。通过使用原茶、原叶茶,新式茶饮品牌不仅在口感上有所提升,更能提供健康、营养的选择,满足市场消费升级的需求。

中国食品产业评论员朱丹蓬也提到,整个新式茶饮行业进入洗牌期,原茶受到更多品牌重视,是产业升级和差异化的重要表现。未来,新式茶饮行业将进入规范化、专业化、品牌化、资本化的新阶段。

愈发重视原茶

“感谢奶茶,让年轻的消费者喝上了第一口茶。”小罐茶创始人杜国楹在现代东方茶创新论坛上表示。

在他看来,让年轻人爱上中国茶,让世界人民爱上中国茶——奶茶是最现代的、最年轻化的、最国际化的表达方式。

中国农业科学院茶叶研究所早在2022年年底发布的《2022年新式茶饮高质量发展报告》提到,在调查的90后中,有74.25%表示在喝过新式茶饮之后,愿意尝试更多中国传统原叶茶,有34.81%愿意在新式茶饮店中购买原叶茶产品。

中国农业科学院茶叶研究所副研究员陈富桥认为,新式茶饮成为传承中华文化的新窗口。越来越多的年轻人通过新式茶饮认识更多传统茶。新式茶饮已经成为中国茶传播的新式表达。

霸王茶姬创始人张俊杰表示,公司在2023年向各产地采购4916吨茶叶,相当于5万亩的茶园产量。在2024年,该公司预计采购15000吨左右。

越来越多的新式茶饮品牌也在逐步加码原茶、原奶战略。鲜奶茶赛道的扩容,就是一个重要的佐证。简单来说,鲜奶茶就是“纯茶+鲜牛奶”。自2023年以来,古茗、沪上阿姨、益禾堂、奈雪的茶等均上架了鲜奶茶、轻乳茶类产品。在该赛道,主要的市场玩家包括霸王茶姬、茶话弄、茶颜悦色、茶理宜世、本宫的茶等。

与此同时,与传统茶联名成为新式茶饮进行品牌营销的重要营销手段。几乎主流茶饮品牌都有过类似的动作。

江瀚表示,新式茶饮通过创新的饮品形式和营销手段,让更多的年轻人接触到并喜欢上茶。这种年轻化、时尚化的消费趋势,有助于扩大茶文化的受众基础,为传统茶文化的传承与发展注入新的活

力。同时,通过使用原茶、原叶茶,新式茶饮品牌不仅在口感上有所提升,更能为消费者提供更为健康、营养的选择,满足市场消费升级的需求。

朱丹蓬表示,原茶受到更多品牌的重视,是新式茶饮变革和差异化的重要表现。2024年,新式茶饮行业进入洗牌期。扎堆上市企业变多,行业马太效应愈发明显。行业差异化明显,产品价格往下走,原料往上走,行业更加讲究质价比。这是新式茶饮产业升级的重要标志。

健康诉求带动产业升级

在新式茶饮快速发展的20多年中,前后经历了粉末时代、小料时代和甜品时代。

张俊杰认为,追求果味、小料的新奇口感,让茶成为附属,没能满足消费者对茶味、茶香、茶韵的要求。因此,霸王茶姬在创立之初就坚持采用原叶现泡,原材料也尽量简单,以“茶+奶”的产品结构,让茶回归于茶。

《Z世代饮食消费报告》显示,近一半的消费者越来越关注茶饮的真材实料,注重原料品质。《中国新式茶饮大数据研究及消费行为》调查显示,49.4%的消费者会担心健康问题,42.2%的消费者更在意是否会长胖。围绕茶饮配方与原料,不少消费者对“奶茶糖量高吗”“是否有反式脂肪酸”等问题存在疑虑。

事实上,追求健康的消费者为新式茶饮提出了更高的要求。张俊杰提到,茶是健康的。但是消费者进入一家现制茶饮店,仍会对健康产生顾虑。这是过去的历

史遗留问题没有解决。比如多添加、高糖、奶精等。所以新式茶饮应该逐渐向糖水告别,向原茶握手。这是新式茶饮回归茶的第一步,也是回归于茶的本味。

值得关注的是,2023年以来新式茶饮通过试点“营养分级”、提供零卡糖选择、公开配料表等方式推进健康升级,“控糖”“用真茶真奶”“少添加”成为新式茶饮产品的卖点。上海财经大学数字经济系教授崔丽丽在接受媒体采访时表示,现制茶饮“营养选择”标识的推出和实施要建立在产品标准化的基础上,从健康角度引导消费者合理选择饮品。首批试点的新式茶饮品牌加入体现了对市场及消费者负责任的态度,将对新式茶饮行业健康发展起到积极推动作用。

而在此背后,必须由整个产业的标准、现代化、规模化做支撑。很多新式茶饮企业通过自建工厂、自营仓储等方式,把控原材料品质。

王庆认为,新式茶饮企业通过现代化的数字信息技术改造传统的茶产业。新式茶饮解决了茶叶目前标准化程度低的问题,使得茶叶具备走向全球的基本条件。

江瀚表示,在行业内卷的市场环境下,新式茶饮正在通过优化供应链管理、降低采购成本等应对外部变化。这也带动了整个茶产业向上升级。

“新生代思维和消费行为发生改变后,健康被推到更加重要的位置。产业端在创新升级的速度和质量上必须进入一个新阶段。整个新式茶饮进入规范化、专业化、品牌化、资本化的新阶段。”朱丹蓬表示。(蒋政)



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

