

新春茶饮销量激增展现消费新走向

2025年春节,茶饮行业迎来了消费热潮,呈现出市场强劲复苏、消费趋势多元的态势。众多茶饮品牌在春节期间成绩斐然,不仅销售额大幅增长,更展现出当下茶饮消费的全新走向。

春节期间,新茶饮市场销售数据十分亮眼,多家茶饮品牌在多地门店销量实现大幅增长。据了解,奈雪的茶全国多地门店销售额涨幅高达630%,订单量环比、同比双增长;茶百道透露,除夕至大年初七销售火爆,多家门店销量增幅超400%;书亦烧仙草表示,春节期间,全国烧仙草系列饮品销量超过500万杯,老红糖珍珠奶茶销量近200万杯;茉莉奶白在各地门店销售同样表现良好,初一当天整体营业额环比上周增长20.75%,初七更是环比增长87.5%。这些数据表明,茶饮行业在春节期间迎来消费高峰,市场需求旺盛。

下沉市场 在春节期间爆发

随着返乡潮与旅游热潮叠加,非一线城市及县域经济释放出巨大消费潜力,成为新的增长引擎。书亦在乡镇中的绝大多数门店销量环比增幅超过200%,值得一提的是,春节期间,书亦全国新增160多家门店,涉及云贵川、西北等多个省份,其中三线及其三线以下城市门店占比超过9成;茉莉奶白在山西、黑龙江、宁夏等省(区)环比增长超64%,仙桃、茂名等城市涨幅甚至超500%。由此可见,非一线城市及县域消费者对品牌化、品质化茶饮的需求激增,是推动新茶饮成为春节“仪式感消费”的重要组成部分。

文旅消费热潮 催生茶饮“打卡经济”

首个“非遗年”带动文旅市场升温,

景区与文化主题门店同样成为了新茶饮增长新引擎。茉莉奶白杭州临浦店、湖州南浔古镇店等旅游地标门店进入增长前五;书亦部分热门旅游景点门店销量环比增幅超过1000%;茶百道春节门店销量增幅排名前十的城市为非一线城市,开封万岁山店、邯郸磁县方特公园店、湖州太湖古镇二店等县域门店、景区门店成为全国茶百道门店中增幅最大的门店,销量增幅普遍超400%,其中开封万岁山店销量增幅达3500%。品牌通过在地化产品强化文化体验,进一步激发消费热情,如茉莉奶白“新我”红茶系列融入灵蛇与新年红元素,均成为消费者打卡消费的动力。

品牌营销发力 共掀新春热潮

春节作为我国重要的传统节日,不仅是万家团圆的时刻,也是茶饮品牌营

销的黄金契机。今年春节期间,茶饮市场竞争激烈,各品牌纷纷推出独具特色的营销活动,吸引消费者目光,且成效显著。沪上阿姨与热门游戏《蛋仔派对》的联名合作,推出新春彩蛋系列活动,联名款产品以新年红为底色,同时融入多个游戏代表性角色,与粉丝一起快乐过年;茶百道与经典IP《新白娘子传奇》



开展联名活动,让不少网友直呼“回到童年”,此外,茶百道还为蛇年新春精心设计了“新年杯”,以品牌IP熊猫“茶茶”形象融入传统中国结,创造出茶百道独有的熊猫中国结;书亦则展开“喝书亦抽小米汽车”新春营销活动,参与活动人数累计超过150万,小程序下单销量环比增长超过107%。

有业内人士分析,春节期间茶饮行业的消费数据和市场表现显示,新茶饮行业已从单纯的产品竞争转向多元化的综合比拼。下沉市场的开拓、文旅消费的深耕、文化价值的体现,或将成为品牌未来发展的关键。

(闵强)

广告



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

