

果蔬茶正俘获年轻消费者味蕾

新茶饮出海 寻找发展空间

在奶茶店“喝草”成新潮

日前,笔者来到湘潭万达广场的一家品牌茶饮店,工作人员正在忙着制作茶饮,该店推出了由羽衣甘蓝、苦瓜、荷叶茶等制作的“超级植物茶”系列饮品,售价均为19元。柜台上摆放着至少7瓶“植物茶”等待取餐,可见这一系列饮品颇受消费者青睐。

店员介绍,自“超级植物茶”系列推出以来,销量一直很不错。“现在每天能卖出20至30杯纤维瓶,下午茶这段时间订单较多,不少上班族逐渐倾向于点一杯果蔬汁来代替传统奶茶。”

在等待取餐时,市民赵女士表示:“以前爱喝奶茶,最近想减肥,又管不住嘴,就想尝试一下‘喝草’,不会有负罪感。”

在岳塘区建设南路的一家品牌茶饮店,笔者发现该店推出的“轻体果蔬瓶”已售罄。店员介绍,这款由羽衣甘蓝、苹果、奇亚籽等制作的饮品主打低热量轻负担,迎合了年轻人对健康与纤体的双重需求,销量较好。“为了保证口感,像苹果这种容易氧化的食材,我们一般2小时内会处理完,另外我们每天都会鲜切蔬菜,保证新鲜是关键。”这名店员介绍。

近年来,消费者健康意识显著提升。《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

直接吃一份苦瓜或羽衣甘蓝可能难以接受,但若将它们融入一杯茶饮,不少消费者却乐于探索新体验。近日,笔者走访湖南湘潭多家奶茶店、便利店发现,羽衣甘蓝、苦瓜、小麦草、西芹等蔬菜“挤进”茶饮配方,以“轻负担、超纤体”“100%新鲜蔬菜鲜榨现制”为卖点的果蔬茶正迅速俘获年轻消费者的味蕾,成为茶饮市场的“新宠”。



会长胖。在这样的背景下,富含维生素、矿物质及膳食纤维的果蔬饮品,成为不少消费者的新选择。

专家建议理性看待,“智”选饮品

标榜“低糖低卡”的果蔬茶饮的营养价值到底如何?真的更健康吗?湘潭市妇幼保健院中医科主任、主任医师周芳表示,传统奶茶中可能含有人工香料和添加剂,相对而言,用时令水果和蔬菜制作的茶饮能提供更天然的风味和营养。时令水果和蔬菜富含维生素、抗氧化剂以及膳食纤维,热量也较低。

周芳提醒,果蔬饮品虽然口感有所改善,也存在一定的营养价值,但是榨汁过程中会导致维生素等活性成分和部分膳食纤维损失掉。从健康方面来说,喝果蔬饮品并不能代替直接摄入水果蔬菜。“相比直接食用同样的果蔬,果蔬饮品没有咀嚼的过程,喝起来容易,一般可能会喝多,导致糖分摄入过量。”周芳介绍。

面对市场上琳琅满目的果蔬饮品,消费者应该如何合理购买和饮用呢?周芳给出了指导建议,一方面是选择新鲜制作的果蔬饮品,能保留更多营养成分,避免长时间储存过程中的营养流失。另一方面要注意糖分摄入量,建议选择蔬菜含量比例较高、糖分含量较低的果蔬饮品,避免过多摄入添加糖。

(陈颖)

近年来,中国新茶饮品牌相继出海。据不完全统计,连锁茶饮赛道中,至少十几家品牌企业在海外布局了门店。如今,蜜雪冰城在海外拥有4895家门店,喜茶海外布局超70家门店,茶百道在海外陆续开出13家门店。新茶饮企业为何选择出海?

一方面,寻找新的发展空间。随着越来越多的新茶饮企业步入“万店时代”,市场竞争愈加激烈,行业增速逐年放缓。新茶饮品牌亟需寻找新的发展空间,海外市场成为其寻找增量的重要渠道。

另一方面,全球化趋势中的战略选择。随着市场不断发展,新茶饮企业快速积累起品牌经验、供应链实力,已经具备开辟新市场的条件,而且新茶饮行业也正在被世界认知。对于新茶饮企业来说,出海并非只是短期的选择,更是长期的战略。

新茶饮出海,机会与挑战并存。海外市场也意味着更大的挑战和风险。在强手如云的海外市场中脱颖而出,需要在产品选择、品牌定位等方面做好充分准备。

因地制宜推出产品,融入当地市场。新茶饮企业应在凸显新中式茶饮独特价值的基础上,根据不同国家和地区的消费习惯和文化背景,制定不同的产品线,注重产品创新和品质控制,提供符合当地消费者口味和需求的茶饮产品。

品牌建设和营销也至关重要。新茶饮企业在品牌形象、产品包装等方面应融入当地元素,利用社交媒体等渠道宣传产品特点,打造品牌形象,吸引海外消费者关注和购买。

(王琳)

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

QR Code

广告