

# 夏日经济升温 茶饮品牌打响“荔枝争夺战”

随着夏季气温持续攀升,国内新茶饮市场正式进入消费旺季,荔枝也一跃成为今夏茶饮赛道的“流量密码”。近期,茶百道、古茗、爷爷不泡茶等一众主流茶饮品牌密集推出荔枝系列新品、复刻经典爆款,一场茶饮“荔枝争夺战”也全面打响。

## 新鲜现剥,当季水果荔枝跻身“热卖菜单”

日前,湖南长沙梅溪湖步步高古茗门店里,清甜的果香弥漫在空气中。店内显示屏滚动着“喝得到的荔枝鲜果感”的荔枝季宣传语,取餐区前消费者络绎不绝,打包袋整齐堆叠,清一色的荔枝系列饮品成了门店当季主打爆款。

“荔枝都是每天早上现剥的,所以荔枝新品一般得十点之后才能喝到。”该门店店员一边熟练地制作饮品一边介绍,公司这次上新了荔枝冰奶、荔枝冰椰和荔枝冰椰

拿铁三款荔枝口味饮品,都是5月底开始售卖的,其中卖得最好的是荔枝冰奶,“这几天手都剥酸了,销量实在太好了。”

而在茶颜悦色(泊富国际广场)门店,悄然开启的“荔枝季”活动,正吸引着老顾客前来“赴约”。该店员介绍:“此次是季节限定活动,除了推出‘而荔正当年’‘荔枝氮气冰茶’两款创新荔枝口味产品,还带来了经典回归的‘岭南佳荔’系列。这几款产品销量都很不错,一度出

现爆单情况。”

擅长将花香与果香巧妙融合的“爷爷不泡茶”,也选择在5月20日这个浪漫节点,推出了满含恋爱氛围的“鲜·荔枝玫瑰”系列。爷爷不泡茶(泊富国际广场店)店员表示,这款饮品是首次推出,目前售价20元/杯,口感很不错,由于叠加了表白属性,深受年轻人喜爱。而玫瑰元素的加入,更是让荔枝饮品从单纯的解渴饮料,升级为“表白神器”。

## 时令鲜果成品牌破局核心方向

笔者走访发现,相较于往年单一的荔枝饮品试水,今年各品牌更加注重产品差异化创新与原料品质升级。在原料端,主流品牌均甄选当季优质荔枝鲜果,保证饱满果香与清甜口感,摒弃工业糖浆调味;在配方端,品牌各展所长,有的主打纯粹鲜果奶香,还原简约夏日风味,有的搭配玫瑰、米酿、乌龙等元素,丰富口感层次。

“从产品属性来看,荔枝果香浓郁、口

感清甜,与鲜奶、清茶的适配度极高,契合大众口味,受众基数广泛;从消费场景来看,荔枝作为典型的夏季时令水果,季节性标签鲜明,能快速唤醒消费者的夏日消费记忆,自带稀缺性与仪式感;从市场趋势来看,新茶饮行业竞争日趋激烈,时令鲜果创新已成为品牌破局的核心方向。”

业内人士指出。

进入高峰期,这场茶饮“荔枝争夺战”还将持续升温。后续各大品牌还将持续迭代荔枝系列产品,结合地域特色、健康需求、季节热点推出更多创新单品。“荔枝茶饮的持续走红,也将推动新茶饮行业进一步深耕时令鲜果赛道,打造更具生命力的夏日茶饮品类,为新茶饮夏日经济注入持续增长的动力。”

(卜岚 曹馨誉 钟小雨)





**贵州贵酒**  
GUIZHOUGUIJIU

**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

