

## 新式茶饮快速崛起

## 单日卖出30万杯 市场规模超千亿

兔年春节,亲人团聚点一些茶饮外卖、和久违的朋友约一杯下午茶饮,成为人们新春的又一新选择。单日卖出30万杯、排队购买的长龙蔚为壮观、成为一些年轻人社交标配……近年来,新式茶饮成为中国消费市场的一个亮点。

火爆背后,是打上时尚、社交标签迎合了年轻消费者,不断推陈出新和数字化变革适应了快速变化的市场需求。

## 鲜茶+鲜奶+鲜果“卖爆了”

今年春节假期期间,深圳单个新式茶饮门店日均接待人次过万;春节小程序爆单,部分门店销量出现5至6倍的增长;与热播剧联名,饮品上新首日卖出近30万杯。

中国连锁经营协会新茶饮委员会总干事孙工贺介绍,新式茶饮有广义和狭义两种定义。广义是指在专门制售饮品店中现场加工制售的各类饮品的统称;狭义是指以原叶茶和水果、现榨果蔬汁、原榨果汁、果汁、蔬菜汁、蔬菜、乳制品中一种或多种为原料,经现场加工制成的液体或固体混合物。

大红袍、凤凰单丛、高山云雾等优质茗茶,芒果、水蜜桃、葡萄、番石榴、香水柠檬、油柑等新鲜水果,鲜奶、芝士等乳产品……应时应季、不断创新、真材实料的新式茶饮,迎合了年轻一代消费者追求品质与个性的需求。

中国连锁经营协会新茶饮委员会日前发布的《2022新茶饮研究报告》显示,我国新茶饮市场规模从2017年的422亿增长至2021年的1003亿元。2022年新茶饮规模预计达1040亿元,新茶饮门店总数约为48.6万家。2023年,市场规模有望达1450亿元。

根据美团美食联合咖门此前发布的《2022茶饮品类发展报告》,从茶饮门店和订单数量看,广州、深圳、上海、成都、重庆、佛山、南宁等城市名列前茅。

继2021年新式茶饮代表性企业奈雪的茶赴港上市后,2022年9月,中国证监会官方网站信息显示,蜜雪冰城股份有限公司的A股上市申请已获受理并正式预披露招股书。

## 消费升级与茶饮文化年轻化共同作用

中国连锁经营协会的报告显示,消费者更高的购买力和对品牌、品质的消费需求,是新式茶饮发展的一个重要因素。

“曾经流行的奶茶,很多是茶粉、奶精、糖浆冲泡调制出来的。随着生活水平的提高,消费者对食品安全和质量的需求不断提升,这成为茶饮发展的重要拐点。”主打新式柠檬茶的LINLEE品牌创始人王敬源说。

“此前,专门针对消费能力强、追求新奇多元的年轻人群体的茶饮市场,几乎是空白。”奈雪的茶媒体公关总监张宇峰说。

艾媒咨询分析师表示,相比传统的奶茶等饮品,近年来火热的新式茶饮在原料选择、生产流程、展现形式、品牌运营上均做出了升级和创新,更符合当下年轻人的消费诉求和审美趣味。

例如,为适应当下消费者追求食品天然、健康的趋势,许多新式茶饮品牌推出了天然甜味剂等配料;为了吸引年轻人,新式茶饮在饮料杯外观、包装袋、广告文案设计等方面,都强调幽默、诗意的年轻态风格。

“作为一种轻量化消费,新式茶饮满足了年轻人在日常生活中追求放松愉悦、社交分享等诉求,演变为一种现代生活方式的载体。”喜茶相关负责人表示。

网络数字技术也助力新式茶饮企业快速成长。业内人士分析,线上支付、大数据管理,让线上点单方便快捷,令销售精准聚焦且黏性更强。

新式茶饮也激发了年轻一代消费者对传统茶文化的认同。在孙工贺看来,热衷消费新式茶饮的年轻人,在不经意间以现代方式传承了中华茶文化。

近些年流行的“国潮”文化,正在与新式茶饮碰撞出新的火花。与热门IP的联名、线下快闪、打造产品周边等年轻化玩法,在强化品牌风格的同时,也让茶饮品牌不断破圈,增强了消费者的新鲜感和体验感。

## 加快标准建设 规范行业发展

新式茶饮公司的市场不断拓展。喜茶在香港、澳门地区以及新加坡等地开设门店,奈雪的茶在香港地区和新加坡、日本等地开设了门店。

作为新兴行业,新式茶饮快速发展的背后也出现了食品安全管理漏洞、同质化严重、山寨品牌层出不穷、行业标准不完善等问题。

专家认为,食品安全是新式茶饮市场最重要的环节。日常经营管理之外,行业规范和标准有待进一步完善。

为了更好地促进行业良性发展,业内正在加快标准建设。中国烹饪协会已发布了《现制饮料操作规范》,对现制饮料的经营场所及设施、设备、原料等方面作出相关规定。2020年11月,中国连锁经营协会组建新茶饮委员会。

2021年,新式茶饮行业首个具体产品标准《茶类饮料系列团体标准》发布,对现制奶茶、现制奶盖茶、现制水果茶、现制气泡茶和现制冷泡茶5类产品制定了标准。业内人士表示,有标准、有约束才会不断推动新式茶饮行业的健康发展。

新华社广州  
2月8日电



## 质量强国建设对增加优质服务供给作出部署

## 促进生活服务品质升级

促进餐饮、家政等生活服务品质升级,开展农技推广、生产托管、代耕代种等专业化服务,提升卫生、文化等公共设施服务质量……未来,这些与百姓生活密切相关的服务都将进一步提升质量。

建设质量强国已经成为国家战略。近日中共中央、国务院印发《质量强国建设纲要》,明确提出着力提升产品、工程、服务质量,并对增加优质服务供给作出一系列部署,主要包括促进生活服务品质升级、提高生产服务专业化水平、提升公共服务质量效率三方面的诸多举措。

在促进生活服务品质升级方面,培育大众餐饮和家政服务优质服务品牌,促进

物业管理、房屋租赁服务专业化、规范化发展;规范旅游市场秩序,提升面向居家生活、户外旅游等的应急救援服务能力;引导网约车、定制公交等个性化出行服务规范发展,提高航空服务能力和品质;积极培育体育赛事活动、社区健身等服务项目,提升公共体育场馆开放服务品质;促进网络购物、移动支付等新模式规范有序发展,鼓励超市、电商平台等零售业态多元化融合发展。

在提高生产服务专业化水平方面,大力发展农业社会化服务,开展农技推广、生产托管、代耕代种等专业化服务;提升检验检测、知识产权、质量咨询等科技服务

水平;提升冷链物流服务质量,优化国际物流通道,提高口岸通关便利化程度;加强重大装备、特种设备、耐用消费品的售后服务能力建设,提升安装、维修、保养质量水平。

在提升公共服务质量效率方面,围绕城乡居民生活便利化、品质化需要,加强便民设施建设,提升卫生、文化等公共设施服务质量;推动政务服务事项集成化办理、一窗通办、网上办理、跨省通办,提高服务便利度;大力推动图书馆、博物馆等公共文化场馆数字化发展,加快线上线下服务融合;加强基层公共就业创业服务平台建设,强化职业技能培训、用工

指导等公共就业服务;加强养老服务质量标准与评价体系建设,扩大日间照料、失能照护、助餐助行等养老服务有效供给,积极发展互助性养老服务;健全医疗质量管理体系,完善城乡医疗服务网络,逐步扩大城乡家庭医生签约服务覆盖范围。

纲要提出,面对新形势新要求,必须把推动发展的立足点转到提高质量和效益上来,培育以技术、标准、品牌、质量、服务等为核心的经济发展新优势,推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变。

新华社北京2月8日电