

单日卖出30万杯,市场规模超千亿…… 瞄准年轻人社交圈 新式茶饮快速崛起

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422亿元增长至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。

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。”喜茶相关负责人说。

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。 据新华社

名词解释

新式茶饮

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。

前景

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。喜茶在中国香港、澳门地区以及新加坡等地开设门店,奈雪的茶在中国香港地区和新加坡、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。 据新华社



数据

市场规模

- ▶ 2021年,我国新茶饮市场规模达到**1003**亿元
- ▶ 2022年,新茶饮市场规模预计达**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。

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。

绘图 高翔

85家上市川企预告2022年业绩

超五成企业预计净利润上涨

虽然2022年年报尚未正式披露,但截至2月8日收盘,A股171家上市川企中,已有85家率先披露了去年业绩预告或业绩快报。华西都市报、封面新闻记者梳理发现,超过五成上市川企预告去年净利润同比上涨,15家公司预计净利润实现翻倍。

15家上市川企 预计净利润实现翻倍

在已披露2022年业绩预告或业绩快报的85家上市川企中,业绩最亮眼的莫过于以光伏、锂电等为代表的新能源产业链企业。

据同花顺数据显示,15家预告净利润翻倍的上市川企中,锂业公司独占三席。其中,天齐锂业位居预增榜首位,公司预计2022年实现净利润231亿元-256亿元,同比增长1011.19%-1131.45%。盛新锂能、雅化集团紧随其后,分列排名增幅榜第二和第四位。

“新能源汽车行业维持高景气度,动力电池市场对锂盐的需求持续增长,锂盐产品价格保持在较高水平。”在上述3家锂业公司的业绩预告中,无一例外都提到新能源汽车产业的带动作用。

据中汽协发布的数据显示,2022年国内新能源汽车全年产销量分别完成705.8万辆和688.7万辆,同比分别增长96.9%和93.4%;市场占有率达到25.6%,较2021年高出12.1%。

国泰君安证券研报表示,2023年全球新能源汽车市场仍将保持较快增长,动力电池市场充分受益。

自今年1月以来,新能源汽车板块已开启一波强势表现,截至目前,该板块累计涨幅超过15%。

光伏企业也不遑多让。通威股份预计2022年实现归母净利润252亿元-272亿元,同比增长207%-231%。公司表示,其高纯晶硅产线持续满负荷运行,各项生产指标进一步优化,新项目快速投产达产,量利同比实现大幅增长;太阳能电池产能规模持续扩大,产品结构进一步优化,盈利同比明显提升。

医药公司 业绩、研发双突破

医药生物也是四川重点培育产业,目前已披露业绩预告的10家医药公司中,5家预计去年实现净利润增长,其中药易购、金石亚药、康弘药业

预计净利润翻倍。

药易购表示,公司通过多年来深耕院外市场的综合积累以及在传统商业、B2B电商与C端业务、OEM、MAH等板块的多元化创新布局,整体业绩获得了较大提升;预计2022年实现归属上市公司股东净利润3250万元-4250万元,比上年同期上升407.81%-564.06%。

金石亚药预计归属上市公司股东净利润同比增长180.16%-296.89%,主要系公司重点主营产品“快克”复方氨酚烷胺胶囊、“小快克”小儿氨酚黄那敏颗粒等快克系列产品市场需求大增,为其带来较好的经营业绩。

除了业绩表现突出,在创新研发方面,四川医药生物企业也不断取得突破。日前,科伦药业发布公告称,其控股子公司科伦博泰拥有自主知识产权的创新药物TROP2抗体偶联药物(TROP2-ADC)用于治疗EGFR-TKI治疗失败的局部晚期或转移性EGFR突变非小细胞肺癌(NSCLC),被国家药品监督管理局药品审评中心纳入“突破性治疗品种公示”名单。同时,公司预计去年净利润同比预增45.12%至56%。

华西都市报-封面新闻记者 熊英英

白|杰|品|股

下一支撑

问:周三沪指高开,盘中震荡走低,收盘下跌,你怎么看?

答:市场周三集体收跌,深成指、创业板指收出5连阴,盘面上个股涨少跌多,新能源板块表现较好,北上资金净卖出约14亿元。截至收盘,两市涨停32只,无1只个股跌停。技术上看,沪深股指继续失守5日、10日均线,两市合计成交8047亿元环比萎缩;60分钟图显示,各股指均失守5小时均线,60分钟MACD指标仍保持死叉状态;从形态来看,各股指日线MACD指标均出现死叉,继创业板指失守60小时均线后,沪深股指周三也失守该线,而创业板指还失守了年线,这标志着短期调整已升级,不仅调整时间较预期长,且两市成交量也持续缩减。显然,在未收复5日均线前,短期调整不能轻言结束。期指市场,各期指合约累计成交、持仓均减少,各合约负溢价水平整体变化不大。综合来看,数据显示融资余额连续7日增加,与近期走势形成鲜明对比,根据黄金分割数据推算,沪指下一支撑将在3200点附近。

资产:周三按计划持股。目前持有华创阳安(600155)99万股、新希望(000876)38万股、红宝丽(002165)145万股、越秀资本(000987)88万股、好太太(603848)18万股、曼卡龙(300945)12万股、丽人丽妆(605136)18万股。资金余额2293959.74元,总净值32919359.74元,盈利16359.68%。

周四操作计划:越秀资本、华创阳安、丽人丽妆、好太太、曼卡龙、红宝丽、新希望拟持股待涨。 胡俊杰