

今年国内新茶饮消费市场规模有望突破2000亿元 新茶饮何以持续火爆

为有力有效扩大农产品消费,近日,十部门印发《促进农产品消费实施方案》,提出优化供给端、创新流通端、激活市场端,释放多样化、品质化、差异化消费潜力,引领供需结构升级。

近年来,消费个性化、多样化、品质化势头明显,新场景、新模式、新渠道成为农产品消费重要增长点。

——编者

喝法“七十二变” 引领消费新潮流

广东广州,午后街头,阳光斜洒在一家茶饮店的透明玻璃门上。小女孩攥着妈妈陈娟的手,脚尖踮得老高。陈娟点单后,转头跟记者聊起来:“买茶饮再加18.8元,可以得个公仔盲袋,这丫头念叨快半个月了,今天特意带她来‘圆梦’。”

聊起喝茶,陈娟的语气里多了几分感慨:“我们上学那阵,哪有这么多花样?学校对面的珍珠奶茶店,4块钱一杯,课间能捧着喝上一杯,都算时髦。可我爸妈总不理解,说那是‘花架子水’,哪有他们那代人爱喝的正经茶健康。”

“叮”的一声响起,茶饮制作完成,拿到一个可爱的公仔,小女孩瞬间跳了起来。陈娟摸了摸孩子的头,笑着说:“他们这一代爱喝新茶饮,又是盲盒又是限定款,花样多得很,她那股期待劲儿、那份开心,你都看到了。”

根据中国连锁经营协会团体标准《新茶饮术语和分类》,新茶饮是指以原叶茶和(或)茶汤、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,添加或不添加其他食品,不添加固体饮料,经现场加工制成的液体或固液混合物。

近年来,我国新茶饮消费市场规模不断扩大。中国连锁经营协会新茶饮委员会联合美团新餐饮研究院发布的研究报告显示,今年

国内新茶饮消费市场规模有望突破2000亿元。

记者采访发现,新茶饮喝法“七十二变”,映射消费新趋势,也藏着促进农产品消费的秘密。

更有趣——
“加一元就能换购冰杯!还能自己DIY饮品发朋友圈。这样一来,消费者不再只是茶饮的被动接受者,也是饮品制作者和社交媒介传播者,多有意思!”湖南长沙书亦烧仙草奶茶店门口长队里,市民彭成这样告诉记者。

从曾经火爆全网的“秋天的第一杯奶茶”,到如今层出不穷的新喝法,越来越多的消费者不仅追求即时的味觉满足,更享受参与感和互动性。

更健康——
为迎合当下消费者对健康的追求,奶茶店的茶饮配料愈发丰富。羽衣甘蓝、芹菜、红菜头、甜椒等蔬菜,沙棘、桑葚、蓝莓等水果,以及陈皮、枸杞等中药材纷纷加入茶饮大军,为消费者提供了更多选择。

更有文化——
文化消费成为当下茶饮消费不可分割的一部分。沪上阿姨在推出春茶的同时,和世界名画联名,在茶杯上印制油画,刷屏朋友圈。在融合受消费者喜爱的文化元素上不断创新,让新茶饮从功能性饮品进阶为文化传播的鲜活载体。

2

带火农特产品销售,促进农民增收

在喜茶·茶坊广州万菱汇店,店员余晓桦将黄皮搭配径山抹茶和茉莉花茶,做出一杯风味独特的茶饮,“这是今年的时令新品‘黄皮九窈茉王’,店里一天最高销量超过1200杯。”

喜茶采购专家孙亚威说:“2021年,我们就首次推出了黄皮茶饮产品,上市后热销,为黄皮打开了全新消费场景。今年黄皮价格同比上涨了60%,也为果农带来了实实在在的收入增长。”

广东省恩平市牛江镇莲华村的黄皮种植户赵丹对此深有体会:“由于销路不畅,过去黄皮种植效益不高。这几年,茶饮企业大量收购,我家的黄皮还没采收都被企业预订了,每斤价格从5元最高涨到了8元,平均每亩能增收8000元左右。”

鲜果皮薄易损,保鲜期短,这

曾是黄皮“出岭南”的一大难题。孙亚威介绍:“为确保黄皮能供应到全国各地门店,我们定制了‘全程冷链+带枝运输’的供应方案,将从产地采摘到门店使用的全程时长控制在72小时以内,最大限度保证了黄皮的鲜果风味。”

记者打开外卖软件,搜索“黄皮”关键词,发现众多茶饮店几乎都在售卖以黄皮为原料的茶饮。

除了黄皮,不少水果、蔬菜、茶叶等农产品融入新茶饮赛道后,销售量价齐增。去年,茶百道直采及带动上游供应链企业采收农产品原料超25万吨,惠及农户超10万户。广东省汕头市潮阳区金灶镇,过去桑葚产业“小而散”,缺少龙头企业带动,销路打不开。与新茶饮企业合作后,金灶桑葚摇身一变,成为爆款茶饮“酷黑莓桑”的重要原料,身价大涨。

新茶饮消费助力地方农特产品“出圈”的同时,有力推动农产品品质提升。

走进四川省安岳县柠檬核心产区,通贤镇明义家庭农场负责人陆海艳正在田间忙碌,“现阶段主要忙着套袋、除草,10月份就可以采摘了。”陆海艳介绍,“我2022年开始与蜜雪冰城合作,他们组织专门的培训,让我们用有机肥代替化肥,现在果园里一级果数量提升了15%。”

重庆市潼南区是世界柠檬三大产地之一,今年由蜜雪冰城子公司雪王农业牵头,成立了潼南区惠农种植服务中心,服务覆盖3.8万亩柠檬。中心负责人代龙介绍:“经过我们的培训和技术指导,柠檬种植过程中化学农药使用量减少了30%,用水量减少了90%,病虫害防控率达95%。”

3

促进传统茶产业转型升级,拓展茶叶消费边界

茶叶除了喝,还能吃。

午后,贵州省贵阳市地标建筑甲秀楼旁的一家饮品店里,抹茶冰淇淋、抹茶布丁、抹茶奶茶……小票打印机不断吐出新订单。小店开业不到半年,日流水超过6000元。

一家饮品店专攻抹茶,底气何来?其背后,是传统茶企摸准市场风向后的华丽转型。

贵州省铜仁市江口县,贵州贵茶集团有限公司抹茶精制车间里,操作员忙个不停。这里的4条自动化生产线,日产10吨抹茶。

抹茶是茶叶经过特殊工艺制成的深加工产品,附加值远高于传统茶叶。面对名优茶市场竞争日趋激烈,从2017年开始,贵州茶企纷纷下决心转型做抹茶。经过8年发展,贵州共有8万亩抹茶园,抹茶产销量均居全国第一。作为贵州抹茶行业的龙头,贵茶集团与众多新茶饮头部企业合作,产品出口40余个国家和地区,去年实现

产值4.38亿元,其中新茶饮板块占比超60%。

贵茶集团技术部经理韦勇告诉记者,“消费者在喝抹茶饮品时,其实是完全吃进了作为原料的抹茶,因此对抹茶质量要求极高,只有通过高标准的绿色种植和精细的研磨工艺,才能最大程度保留其营养成分和独特风味。”

优质供给匹配升级需求,农产品消费才能更上一层楼。韦勇介绍,比起普通绿茶种植,抹茶种植有个关键环节——遮阴覆盖,“通过遮阴覆盖,减少光合作用,提高氨基酸含量和叶绿素,让茶叶更绿,同时降低茶多酚含量,减少苦味,保证抹茶的鲜爽口感。”

一片抹茶带富一方群众。“贵茶集团通过‘龙头企业+联盟企业+农户’的发展模式,与全省61家茶企签订协议成立贵茶联盟,带动近10万茶农种植抹茶,亩均增收2000—3000元。”贵茶集团董事长兼总经理蒙祖德介绍。

加工更精细。“我们2017年在梵净山下的江口县投建全球最大的单体抹茶精制车间,生产线拥有十几项专利,其中研磨精度是行业标杆,研磨后的抹茶颗粒度还不到奶粉的1/10,可以满足生产高端食品和化妆品的原料需求。”蒙祖德说。

不仅是抹茶,茶的消费边界早已突破“喝”的范畴——茶面条、茶拿铁、茶饼干等大批茶衍生食品消费方兴未艾;而且,随着茶叶深加工技术的持续突破,新消费场景还在不断延伸:比如含茶提取成分的膳食纤维补充剂、抗氧化面膜,用茶纤维制作的纺织品等纷纷上市。

从昔日单纯“泡水饮用的叶子”,到如今渗透生活各领域的多元应用,茶叶的功能边界持续拓展。在消费新需求与技术创新的双重驱动下,未来茶产业的发展图景,令人期待。

何止是茶,其他农产品,何尝不是这样呢? 据《人民日报》



社会主义核心价值观
富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善

深耕厚植家园情怀 共建共治文明遵义

