

固体奶茶真的不“香”了？

作者：有故事的人 来源：范文网 www.wtabcd.cn/fanwen/

本文原地址：<https://www.wtabcd.cn/zhishi/a/170021526332006.html>

范文网，为你加油喝彩！

幼儿园小班说课稿-还要的拼音

名人名言欣赏

1、最有价值的知识是方法的知识

——达尔文

2、学的最佳化必须落实到学的最优化

——巴班斯基（苏联）

3、教是为了达到不教

——叶圣陶

4、活的人才教育，不是灌输知识而是将
开发文化宝库的钥匙交给学生。

——陶行知

2023年11月17日发(作者：成长计划300字)

固体奶茶真的不“香”了？

新茶饮市场的兴起给传统粉末冲泡奶茶带来不小的冲击，消费者对粉末冲泡奶茶的需求明显降低

。不过要说冲泡奶茶真

的式微，也还没有到这种程度，毕竟香飘飘冲泡板块的业绩依旧在稳健增长，而茶颜悦色也选择进入冲泡奶茶市场。

确实冲泡奶茶市场略显低迷，主要是消费者对健康产品的要求越来越高，这也催促着冲泡奶茶市场进行变革。新茶饮品

牌的出现带来了产品升级和发展经验，为冲泡奶茶企业提供了新的思路。

01

粉末冲泡奶茶受到冲击

里斯战略定位咨询发布的《4000亿增量背后的品类创新机会——2021中国茶饮市场报告》中指出，2020年中国茶饮市

场规模达4033亿，预计未来五年市场容量接近8000亿。

这意味着未来茶饮市场仍然具备4000亿的增量，然而报告中也指出中国茶饮市场近五年复合增长率为7.2%，增长主要

由现调茶饮的快速崛起驱动，现调茶饮近五年来增长率为21.9%。

如今奶茶门店虽然越来越多，但是新式茶饮明显更受欢迎，这些新茶饮品牌打着新鲜、健康等旗号，主动迎合消费者的

需求。再加上近些年来喜茶、奈雪的茶等新式茶饮的话题关注度很高，以前常见的粉末奶茶品牌如香飘飘、优乐美、香

约等，现在可能被消费者提及的次数也越来越少。

固体奶茶

实际上这一现象不只是表现在奶茶门店中，粉末冲泡型奶茶产品在商超、便利店货架中的占比也有所减少。随着新式茶

饮市场的不断发展，确实对粉末冲泡类奶茶产生了不小的冲击，越来越多的消费者也开始选择新式茶饮，放弃了自己去

冲泡一杯奶茶的做法，这进一步影响了粉末冲泡奶茶的销量和发展。

确实相比较而言，传统的粉末冲泡奶茶可能难以满足当下消费者日益重视的健康需求和定制化的消费需求，因此也

有“粉末冲泡奶茶”式微的声音传出，那这类产品是真的不行了吗？

02

粉末冲泡奶茶仍有机会

不少消费者拒绝粉末冲泡奶茶的一大原因就在于“健康”问题，使用植脂末、食用香精、食品添加剂等成分进行调制，以

及可能含有反式脂肪酸存在的奶茶产品，可能是消费者尤其在意的点。

及可能含有反式脂肪酸存在的奶茶产品，可能是消费者尤其在意的点。

比如立顿香浓原味奶茶固体饮料、香约奶茶粉、香飘飘杯装奶茶的部分配料都有白砂糖、植脂末、食用香精等，其中立

顿香浓原味奶茶固体饮料中还出现了氢化植物油。除了配料成分之外，需要热水冲泡、消费场景限制等也是常见问题。

固体奶茶

相比之下，新式茶饮更加健康新鲜、选择多样、方便购买等优势更加突出，消费者可能也会更愿意购买新式茶饮。不过

粉末冲泡型奶茶并不意味着就没有发展的机会，起码从“奶茶第一股”香飘飘的业绩情况来看，粉末冲泡奶茶市场仍然可观。

据香飘飘2020年业绩报告显示，2020年香飘飘实现营业收入收入37.61亿元，净利润3.58亿元。其中冲泡板块保持了稳健增

长态势，而且八成收入来自冲泡类业务，营收达30.68亿元、同比增长4.48%。

此外，新式茶饮品牌“茶颜悦色”也推出了冲泡型奶茶，上线20000份秒空，实现营收163万元。据了解，这款手摇奶茶以

礼盒形式售卖，需要顾客自己进行手工调配，主推3款经典和招牌口味，即声声乌龙、桂花弄和栀晓。

礼盒形式售卖，需要顾客自己进行手工调配，主推3款经典和招牌口味，即声声乌龙、桂花弄和栀晓。

即便冲泡奶茶市场略显低迷，但是仍有一部分受众群体，香飘飘的营收情况就是一个证明。而且茶颜悦色选择此时推出

粉末冲泡奶茶，也能在一定程度上说明这一市场并非毫无机会。

03

产品进行升级

奶茶店中卖的奶茶组合更加灵活、丰富，新品推出速度很快，这对于年轻的消费者来说具有较大的吸引力。传统的粉末

冲泡奶茶迭代速度较慢，产品口味创新也不是特别突出，消费者很容易形成刻板印象而且购买的吸引力也不是很大。

针对消费者比较关注的健康问题，粉末冲泡奶茶也在不断进行健康升级和产品创新，以达到重新吸引消费者购买的目的。

固体奶茶

香飘飘在冲泡奶茶上做出的改变是很明显的，围绕“够有料、更享受”的品牌定位，不断强化产品健康化、品质感。比如

香飘飘推出了新口味如黑芝麻血糯、烤藜麦薏仁、香芋双拼、豆乳双拼、桃桃乌龙等。除此之外针对冲泡领域，香飘飘

还推出了奶茶自热锅、代餐奶昔、控糖奶茶等新品类，进一步满足年轻消费者的多样化需求。

而茶颜悦色推出的冲泡奶茶，可以说是升级版。产品原料包括茶颜悦色冻萃茶粉、纯牛奶、蔗糖糖浆和杯子，明显是从

原料上进行了升级，用纯牛奶代替了植脂末，而蔗糖也是自己选择是否添加。

在奶茶市场中还有一家不得不提的企业“佳禾食品”，在茶饮风潮之下生产粉末油脂的佳禾食品自然也成为了时代的“宠

儿”

。佳禾食品全面停售了含反式脂肪酸的粉末油脂产品，未来将在扩充产品线、布局新茶饮、开拓植物基产品等方向

04

推进实现2.0

实际上，粉末冲泡奶茶作为茶饮市场的一个细分品类，与新式茶饮并非是完全的竞争关系，毕竟这两个市场都有自己的

受众群体，而是可以作为补充关系，实现互利共赢。

翻空白鸟时时见-好妯娌



更多 在线阅览 请访问 https://www.wtabcd.cn/zhishi/list/91_0.html

文章生成doc功能，由范文网开发