

价格集体跳水 健康茶饮走俏

10元以下奶茶今夏频“霸榜”

今年夏天,与高温天气一起登上热搜榜的是清凉的茶饮,“奶茶价格集体跳水”“奶茶重回10元以下”的消息频频霸榜。

近几年,茶饮成为热门消费赛道,被种草的年轻人纷纷在朋友圈打卡秀出新式茶饮。随着各类茶饮品牌抢占各大商超、遍布大街小巷,已饱和的茶饮赛道价格战日益白热化,10元以下的奶茶成为今夏“最清凉”的茶。

采写:本报记者 王芳
摄影:本报记者 吴长赋



奶茶降至“10元时代”

在金发购物中心户外商铺,一间间品牌茶饮店铺挨着铺,商家门口前都立着色彩诱人的广告牌,每天推出不同的特价、低价单品茶饮,或是以新会员领专享券、周三会员日、会员下单兑好礼等多重福利,吸引流量下单。

周末与闺蜜逛街的90后小邓是位“奶茶控”,“我下午上班时,经常会和同事一起点个奶茶外卖,今年夏天发现很多奶茶都降价了,

最便宜的10元都不到。现在走在商业街,对奶茶降价的感受更为直观。”小邓说,以前一杯奶茶20多元,但现在几元钱的奶茶随处可见,有的品牌每天都有礼券发放,一些果茶用上礼券也都已降到10元左右。茶饮可以任性买。

“蜜雪冰城”品牌长期深耕平价市场,被消费者称为奶茶界“价格良心”。记者看到,“蜜雪冰城”推出的新品

如桑葚摇摇奶昔,标准杯售价仅7元,不少奶茶果茶的单品售价都在10元以下,果茶类如香柠红茶仅售6元、香柠百香果价格仅7元、芋圆葡萄价格仅8.5元,奶茶类如珍珠奶茶价格7元、茉莉绿茶价格5元、高山四季春茶价格5元起……市民小刘说,自己是“蜜雪冰城”的常客,“在蜜雪冰城,我终于实现了奶茶自由,10元以下能喝杯果茶,谁喝谁香。”



精致奶茶实现消费自由。

外卖下单更划算

把价格直接降到10元以内,成了今夏茶饮品牌的集体动作。在外卖平台上,各茶饮品牌纷纷推出低价单品,通过发放优惠券、满减、直接返券、折扣等各种形式进行降价,将价格直接拉低到10元以内。如茶百道品牌,茉莉奶绿、黑糖珍珠奶茶售价10元,但领取使用“天天神券”后,这两款奶茶单品不足8元。书亦烧仙草品牌推出金桔柠檬水,售价8元,到店自取折扣价6.4元,薄荷奶绿售价10元,到店自取折扣价8元。喜茶

推出单品纯绿妍茶,也仅售8元。

“今年夏天发现奶茶价格普遍变得亲民,配合各种优惠券,几元钱就能享用一杯,让我感觉到这才是具有性价比的奶茶。”市民小刘说。

各品牌奶茶以“价格战”引流,迎合了当前消费者“质优价廉”的购买习惯。记者看到,此前走中高端路线的奶茶品牌,如今为守住市场份额也尝试“放下身段”,各种优惠让曾经动辄二三十元的“高端奶茶”

更接地气。喜茶最早推出的芝士多肉葡萄奶茶为28元一杯,如今销售的“迭代版”多肉葡萄大杯价格为19元,如果用上优惠券还能更便宜。奈雪的茶推出各种优惠叠加,如满30元可减8元、返3元券等,奈雪茉莉初雪价格为12元,买后返券不到10元。“现在茶饮店开得太多了,走几步路就是一家店,只有让消费者得实惠才能留住饮客。不过,我也发现了门道,外卖下单更划算,就是要多费点心多找优惠券。”市民周先生说。

健康奶茶成“新宠”

在各大社交平台,“健康喝奶茶”正在成为一种新潮流。有年轻网友热心普及健康攻略和点单对策,表明“没奶茶不行,但追求快乐之外,也要努力兼顾健康”。还有不少年轻人表示要点“健康奶茶”,既要口感好喝,也要低卡控糖。

为此,茶饮品牌不仅在价格上下功夫,还在用料、宣传上不断强调高品质和健康概念,让消费者相信手中这杯奶茶物超所值。有茶饮品牌强调自己不用植脂末、不加奶精,打出“真茶真奶”的标签。还有的将水牛乳加入原料配方中,并除了茶底和奶源,珍珠小料的选材也很讲究,比如有的标榜自家珍珠“只有木

薯粉”,不加其他复杂配料,紧扣当下健康茶饮趋势。

同时,为满足年轻人的控糖需求,新茶饮品牌推出不同的控糖策略,从各种维度进行减糖或使用天然代糖。例如,喜茶率先推出低卡甜菊糖替代蔗糖,奈雪的茶推出0卡糖,茶百道则官宣小料降糖等。此外,不少茶饮品牌推出轻负担茶饮系列,如喜茶推出减糖椰椰芒芒,标注说明减糖度可达29%,让口感更为轻爽;减脂小奶芙的标注上说明,脂肪含量减少40%、热量减少15%以上,脂肪减少但蛋白质含量依旧。霸王茶姬等多个品牌也推出轻负担专区等。