

# 休闲饮品 激发市场新活力

**编者按** 休闲饮品作为消费领域非常重要的品类,越来越受到广大消费者的喜爱。近年来,随着消费升级和新消费群体兴

起,在我市,一个个满足消费者不同需求的饮品店如雨后春笋般冒出,在慢生活、混搭风、健康养生等方面不断创新、持续发

力,休闲饮品市场“蓝海”出现……本报特推出一组“休闲饮品:激发市场新活力”的报道,反映消费潮流的新变化,敬请关注。



市民在购买饮品

近日“酱香拿铁”刷爆全网,多地门店出现“爆单”现象。9月5日,笔者走访市区各大商圈,发现手捧一杯饮品正成为很多人逛街的标配,而市区各大商圈的黄金位置,都有不少饮品店,经营者和消费者多为80、90后。城市饮品店如雨后春笋般席卷而来,一定程度上拉动了宝鸡当地的消费。

5日中午,在宝鸡高新区一家商铺,笔者看见购买“酱香拿铁”的顾客排成长龙。工作人员一边打包一边说:“这款产品每天还没下班就全部卖完了,今天刚开门就有顾客在排队,到下午已经卖出近一千单。”而各大外卖平台上,“酱香拿铁”已经全部售罄。

为什么这种混搭风的饮品如此受欢迎。笔者从众多年轻消费者口中了解到,“酱香拿铁”这种跨界

## 联名带火潮经济

康健 王昊

牌的联名方式具有独特感和新鲜感,一定程度上突显了文化差异特征。在消费者眼中,联名产品的价值除了满足基本使用外,更多的是带来精神上的追求。对于商家来说,“联名”的意义在于,通过联合类别反差巨大的品牌来引发好奇,刺激消费者的感官体验,产生记忆点,从而引起消费者的讨论和分享,打破对品牌的固定认知,让商家迅速“出圈”。

“今夏以来我们店每天都能卖出400杯饮品。”金台区银泰城附

近一咖啡店老板史佳告诉笔者,她是80后,开咖啡店三年时间,因为主打价位亲民,她店里的饮品一直深受消费者青睐。据史佳介绍,近两年,饮品市场不断流行“混搭”元素,白酒+咖啡、白酒+冰淇淋、果汁+咖啡、奶油+茶等等,消费者的口味也是越来越独特,追求个性化,因此各家饮品店也在不断创新,来满足广大年轻消费者的味蕾需求。

一位业内人士说,如今,“跨界”“尝鲜”“联名款”已然成为新一

代消费主力军的高频关键词。从“霸气小王子玫瑰草莓”到“酱香拿铁”的口味创新,从“梅占摇红”到“幽兰红玉”的古风结合,无一不说明当代年轻人钟情各类“新奇特”产品。对商家而言不仅要“出圈”,更要“破圈”,不能让“联名”的形式浮于表面,短暂满足消费者“凑热闹”的心理,更要让“潮”经济具有持续健康发展的趋势和能力,打造更多消费经济新名片,带动年轻人创业、消费,为这个有着深厚底蕴的城市注入活力。

城市和人一样,需要有一颗“有趣的灵魂”。近年来,宝鸡这座城市发生着日新月异的变化,离不开很多人的积极参与和构建,如新饮品市场的异军突起,就是从一个侧面在给城市不断赋能添彩,让宝鸡越来越年轻化。

新饮品引发新消费。消费市场永远有求新的特质。这两年来,宝鸡市场涌现了瑞幸、奈雪的茶、蜜雪冰城等咖啡及茶饮品牌,对于提振消费信心、繁荣商业经济有诸多好处。不同于过去单调的饮品供给,新饮品涵盖的产品从类型到卖相,从单纯卖饮品到卖文化,都满足了人们消费结构升级的需求,对于促进消费、激活市场活力益处颇多。

新消费带来新理念。消费内容的升级变化,会催生人在生活理念上迭代更新。现在无论是赶论文的学生,还是闲暇时与朋友相聚,或是商务谈判……咖啡或茶,成了人们的一种载体,也是一种“腔调”,它的存在代表你的表达、喜好,甚至是一种精神风貌。我们需要这些饮品,它不仅在诠释我们的理念上有所帮助,最重要的是它还有为人赋能的功能,使人更注重创新、更有灵感、更有活力去做事和奔赴未来。

新理念激发新生活。作为一个老工业城市,要让城市焕发新的生机,除了产业做转型升级、城市建设更新要做“硬件”投入外,城市“软件”投入必不可少,新饮品市场的成长,就是城市软实力的“投影”。这些经济单元里,富含了讲故事、营造氛围、传播创意理念等功能,我们期待这些品牌店能深耕宝鸡市场,关注宝鸡城市特色,讲好宝鸡故事,与大众生活形成共振,让我们这座城市IP形象年轻化,吸引更多年轻人留在宝鸡、建设宝鸡。

新饮品为城市年轻化赋能

魏薇

## 新式饮品与年轻人的双向奔赴

张乔乔



店主在制作咖啡

在外卖软件上搜索关键词“饮品”,多个饮品店弹出,月销量几乎都达到了近千单。各种新式饮品是大多数年轻消费群体的首选,而这些新式饮品也在针对它的消费群体不断进行尝试、创新,以求让彼此达到“双向奔赴”。

休闲饮品“方便、快捷”的特点顺应了新颖的生活潮流,人们不再只追求饮品的功能化,更开始注重其对于生活节奏的调节作用。因此,小众饮品店应运而生。不论是充满个性的小众咖啡店,还是烟火缭绕的小罐茶馆,都很受当代年轻人的欢迎。

据了解,这类饮品店在我市

更新迭代较快,由于店面较小,开店成本较低,因此很受年轻创业者的欢迎。饮咖、晒太阳……在东岭国际银泰城附近的一家独立咖啡馆,简约的门店与周边形成了鲜明对比,位于商业楼附近的小公园旁,真正做到了“闹中取静”。9月5日下午,笔者在店中看到,大家围坐一起喝咖啡看书,气氛融洽。一位专程来喝咖啡的李女士表示,“室外的环境不输商场,感受清新空气的同时,拍照也很出片。”

每家小众饮品店都能体现出每家店长不同的人生态度。“店里的受众群体多以90后为

主。”宝鸡高新区马营镇蟠龙路小罐茶店的毛店长告诉笔者,19点到24点是每天的高峰期,周末的客流量较多。笔者在小罐茶店铺看到,古色古香的店面装饰,相对隐私的交谈空间,都在很大程度上满足了年轻人“慢下来”的心理需求,对于在繁忙的生活中想要寻觅一片静谧去处的人来说是一个不错的选择。

多种服务相结合,也是宝鸡市饮品店发展的方向之一。“当时在外地考察时,就梦想可以开一个可以和‘毛孩子们’共处的咖啡店,所以就开了这家店。”陈仓老街附近的一家宠物咖啡店长说到,对于一些没有时间去养一只自己的宠物,但是又希望宠物陪伴的年轻人来说,宠物咖是一个不错的去处。在这里,不仅可以和朋友聊聊天,还可以接触到自己喜欢的宠物,两者相结合可以起到双倍的治愈效果,店铺也可以在售卖饮品的同时,售卖宠物用品,提高经济效益。

如今,饮品的发展已经不再仅仅局限于自身品种的创新。在宝鸡出现的饮品+宠物、饮品+书店、饮品+烘焙等跨界新模式,掀起一波浪潮,创造了众多消费新场景,为消费者提供情绪价值的同时,也创造了很多就业岗位,形成“饮品+经济”的消费模式,使得我市饮品行业逐渐实现多元发展。

## 养生系饮品 迎来新商机

董璐

生气山胡椒、香芒燕窝、中药酸梅汤……越来越多“养生系”饮品出现在我市饮品市场。连日来,笔者走近这类饮品,探寻市民与日俱增的养生新需求背后所迸发出的新商机。

9月5日,笔者来到市区陈仓老街区一家利用传统工艺熬制的古法酸梅汤店。店家王焯枫已是第四代传承人,开店6年间,会根据时下流行,不断调整店内布局、装潢,定制杯子,将宝鸡IP包含其中。笔者看到,此款酸梅汤精选山楂、枸杞、甘草、金银花等药食植物作料包,搭配红枣、乌梅杏肉等熬制。一杯12元,兼具健脾和胃、清热消食等功效,老少皆宜。据了解,节假日客流量最多,这个暑假的销售额就达17万元左右,卖出了大约一万四千杯。

最近,不少网友“打卡”中药房酸梅汤的视频走红,也掀起在中药房购买酸

梅汤的热潮。“以前中药柜台来的多是老年人,最近来的更多的是年轻人,基本都是来咨询酸梅汤的。”笔者在陈仓区西大街转盘处的一药房了解到,我市的一些药房、诊所等,不仅可以根据处方抓取中药酸梅汤,也提供熬制服务。

个性化消费需求正撬动新商机。市区经一路有家自助糖水铺,其坚持营养健康,手作无添加,从传统竹蔗茅根水、杏皮红茶、小锅煮奶茶到秋冬必备、滋润可口的京城小吊梨汤等,20多种饮品供消费者自主选择、自助打包,店家还会根据季节做品类调整。

人们对健康的关注和需求不断上升,也带动养生饮品的发展,并有望实现持续增长。不论是传承沉淀、瞄准市场空白迅速出击,还是创新融合,养生经济成为当下新赛道。



市民在陈仓老街区品尝古法工艺熬制的酸梅汤