



某奶茶门店。记者 史妮超摄

这个春天里的奶茶，香吗？ “告别30元” 茶饮头部品牌轮番降价

上新降价！“降级中的升级”

“奈雪大幅降价10元”“告别30元”成此次调整最直观的数字坐标。据奈雪官方信息，目前其全线产品已无30元及以上产品，最低9元起，其中14元至25元成主力价格带。

连日来，记者走访宁波市场看到，奈雪的茶宁波门店价格基本调整到位。其中，“霸气芝士玫瑰覆盆子”“霸气玫瑰草莓覆盆子”“霸气冰淇淋草莓”“霸气冰淇淋芒果”等产品均下调至29

元——这意味着，奈雪的菜单上，30元以上的产品已经全面“消失”。

此外，奈雪还官宣承诺每月上新“1字头”产品。这也被视为其长期价格下调的信号。

“奈雪大幅降价10元”话题很快登上热搜，有网友评论，“还能不能降低点”“春天的第一杯奶茶来了”……更有网友评论：年轻人的“奶茶自由”又回来了！

不过，此次全面降价也并非毫无预兆。早在今年1月中旬，奈雪就推出了“限时轻松购”系列。价格最低的轻松金牡丹、轻松美式咖啡，均为9元。

“奈雪通过多种方法，拉低了全线产品的价格区间。因为在疫情的影响下，社会消费习惯发生转变，人们寻求的不是单纯的消费降级，而是‘降级中的升级’。”甬邦餐饮联合会秘书长水锡峰认为。

竞争加剧，新式茶饮开始内卷

值得注意的是，奈雪并非近期唯一降价的高端茶饮品牌。新式茶饮的另一头部品牌喜茶也早在1月宣布全面降价，并承诺“年内将不再推出29元以上的饮品类新品，现有产品年内不涨价”。

记者走访喜茶多家宁波门店看到，与奈雪的茶一样，喜茶产品价格已经全面低于30元，且售价在15-25元产品已占据喜茶全部产品的60%以上。

按照此前的新式茶饮产品价格区间层级看，头部品牌售价一般为23元至38元，二线品牌售价一般为13元至22元，低线品牌价格一般为5元至12元。而根据餐饮大数据研究和预测机构NCBD发布的《2020-2021中式新茶饮行业发展报告》显示，2021年我国新式茶饮单价20元以下市场占比超过八成。

与此同时，新式茶饮市场在一二线

城市的增速也开始放缓，并呈现出向三四线城市下沉的趋势。艾媒咨询发布的《2021年中国新式茶饮行业分析报告》指出，中国下沉市场人口达10亿人以上，存在巨大消费潜力，部分品牌主攻下沉市场，同时部分高端品牌开始进军下沉市场。

有分析认为，这种情况下，新茶饮品牌要想获取新流量，获得更大消费人群，降价成为迅速且有效的途径。

越来越小，“小店模式”逐渐普遍

此前，奈雪的茶一方面以“大店+大面积休息区”打造“第三空间”，另一方面是大力宣传“一杯好茶，一口软欧包”的生活方式，将“第三空间”的“休闲社交属性”拉满。

但从2020年年底，奈雪的茶开始推出新店型“PRO店”，即“没有现场面包房、面积更小的店”。

宁波不少奶茶控可能还记得宁波首家也是唯一一家“奈雪の茶酒屋”。在2020年7月亮相之初，其艺术主题吸引了不少宁波年轻人前去打卡。

然而，这家面积超过300平方米的“奈雪の茶酒屋”开业不到一年就迅速进入调整期。2021年6月，该店挂出了“内部装修，暂停营业”的告示。此后，奈雪在

原店址二层开出了“奈雪的茶PRO店”。

喜茶也已开始试水这一“小店”模式。“HEYTEA GO”店是喜茶自2021年开始推出的一种便利店型，这一类门店不设收银员，用户通过“喜茶GO”小程序自助点单。

记者注意到，在宁波1844广场、南部商务区等，已陆续出现“HEYTEA GO”店。

“降维打击”？10元+的奶茶怎么选？

那么，喜茶和奈雪的茶两家新式茶饮头部品牌先后宣布降价，将会如何影响你的“奶茶自由”？

据窄门餐眼数据，目前奈雪的茶全国门店为858家、喜茶全国门店884家、乐乐茶全国门店102家、古茗5919家、茶百道5264家、一点点3623家、书亦烧仙草6613家。从定价区间来看，古茗、茶百道、一点点和书亦烧仙草主打价格在10-20元的奶茶，奈雪的茶和喜茶降价后也将大面积覆盖到此价格

区间。

而在奈雪的茶、喜茶降价之前，部分中端茶饮品牌还在涨价。茶颜悦色此前于2022年1月7日起涨价。更早的2021年，包括茶百道、CoCo都可、一点点、益禾堂在内的诸多二三梯队品牌集体宣布涨价，涨价幅度多在1-3元范围内。

而此前定位较高的奈雪的茶、喜茶进入中端市场后客单价下降，又自带“高口碑、高影响力”等优势。如果奈雪

如官方所称的“原材料不更换”，消费者会如何选择呢？

根据艾媒咨询今年1月发布的《2021年中国青年品质茶饮生活发展趋势研究报告》显示，2021年中国青年品质茶饮市场规模约1011亿元，预计2022年将突破1200亿元。新式茶饮的市场前景仍值得期待。

喜茶和奈雪的茶都降价了，你愿意多喝几杯春天的奶茶吗？

记者 史妮超

本月，奈雪的茶宣布全线产品大幅降价，该消息迅速引发热议，并迅速冲上热搜。

新式茶饮头部品牌轮番降价，对二线茶饮品牌是否形成降维打击？宁波市场情况如何？我们一起来看看。