

想体验啤酒“微醺感”?奶茶帮你实现

今夏啤酒风味奶茶出圈 “产品内卷”转向“场景内卷”,行业增速放缓倒逼产品创新



在长沙一家茶饮门店,市民正在购买啤酒风味奶茶。

董明珠喊话 “我们就是宁乡人” 首届宁商大会让乡愁成“乡筹”



扫码看视频

三湘都市报7月26日讯 7月25日,以“栀子花开·与宁共襄”为主题的首届宁商大会在宁乡启幕。本次大会创新采用“1+3+N”立体化活动模式,设置1场主旨大会、3大产业专场活动以及多

项配套交流活动。

来自全国各地的高端科创人才、海内外宁商、行业龙头高管、百强企业代表等500余位嘉宾齐聚浏水之畔,共话家乡发展、共商合作大计。

乡贤聚力,龙头企业深耕宁乡共成长

大会现场,企业家代表的真情发言引发全场热烈共鸣。“不论是从哪里来,今天参加这次大会,我们就是宁乡人。”格力电器董事长董明珠的一席真挚话语,道出了广大客商扎根宁乡、赋能宁乡的坚定初心。

作为深耕宁乡十六载的龙头企业,格力电器已在宁乡落地六大产业项目,总投资额超百亿元。目前,企业正全力将宁乡基地打造为珠海总部之外的全球最大生产基地。“我们不只是在这里投资建厂,更是把宁乡当成了自己的家。”董明珠的发言,真切展现了外来企业与宁乡共生共荣、双向奔赴的深厚情谊。

近年来,宁乡锚定“工业强市、幸福宁乡”发展定位,全力建设实力园区、打造长沙大河西工业走廊,经济发展势头强劲。全市地区生产总值达1474.46亿元,县域经济和社会综合发展、县域经济基本竞争力分别跻身全国百强县第13位、第14位。当前,宁乡正朝着“建设省会副中心、挺进全国前十强”的目标奋进,持续完善现代化产业体系、优化营商环境,为企业发展、客商创业搭建优质平台。

专场精准对接,多维度活动激活发展新动能

大会当日,三大产业专场活动有序开展,全方位搭建起资源互通、产业共建、乡情联结的合作平台。其中,“兴园强市 链动宁乡”投资促进合作洽谈会、“链农汇业·聚宁兴乡”现代农业推广会、金洲新城片区重点招商项目暨文旅资源推介会同步落地,精准赋能工业、农业、文旅三大核心领域升级发展。

工业经济洽谈会干货满满,多位院士专家现场建言献策、传经送宝,链主企业发布配套需求,近百名宁商精准对接资源、洽谈合作。

现代农业推广会上,宁乡六大特色农业产业集中亮相,8个产销合作项目现场签约,为乡村产业振兴注入新动能。文旅资源推介专场集中展示宁乡优质文旅资源,重磅发布金洲新城八大招商项目,敞开怀抱诚邀八方客商投资兴业。

“在外闯荡三十年,我始终牵挂故土,回乡发展不是一时抉择,而是根植心底的责任与担当。”东莞市湖南长沙商会会长、长沙瑞良电子有限公司董事长谢铁良表示,异地商会是联结乡情与商机的重要桥梁,未来将主动当好家乡“联络员”,积极引荐优质资源、优质企业、前沿业态落地宁乡,为家乡建设添砖加瓦。宁乡经开区也在招商推介环节,全方位展示园区产业布局、发展优势与营商环境,向广大客商抛出合作橄榄枝。

■文/视频 全媒体记者 王智芳
通讯员 邹思洁 石少雄



扫码看视频

“入口有浓郁的啤酒麦香,喝起来清爽不腻,关键是不含酒精,逛街、上班都能喝。”7月26日,在长沙市雨花区一家新式茶饮门店,市民林女士一次性选购了两杯啤酒风味茶饮。她告诉记者,相比常规奶茶,这种自带氛围感的新式茶饮,口感更独特。

近期,霸王茶姬、爷爷不泡茶、益禾堂、树夏等品牌纷纷推出“啤酒风味”新品饮品。这类饮品去掉了酒精,保留了麦芽的独特醇香,让茶饮打破了传统风味同质化竞争的僵局,成为新茶饮赛道全新的增长风口。

■文/图/视频 三湘都市报全媒体记者 卜岚 通讯员 袁林励 曹馨誉

啤酒风味茶饮开辟茶饮第二增长曲线

7月26日上午,霸王茶姬黄兴铜像·万里茶境门店内满是清爽夏日气息,店内各处张贴着主打冰爽解暑的饮品宣传海报,不少顾客已经就座:或是纳凉休息,或是翻看点单小程序,准备挑一杯冷饮驱散暑气。

“最近店里推出了‘凤梨摇摇沙’和‘青梅摇摇沙’两款啤酒风味饮品,售价18元。这两款饮品完全不含酒精,只是在茶底中融入了啤酒花风味糖浆,以此丰富口感层次。”该店店员向记者介绍,这两款饮品的啤酒风味比较浓郁,制作过程中就能闻到明显的啤酒香气,本身有喝啤酒习惯的顾客会更喜欢这个味道,夏天人气很高。

在五一广场的益禾堂门店,展台菜单标注出推荐系列的三款啤酒风味饮品,分别是黄油奶啤、黄油啤酒以及黄油啤酒气泡美式。“这三款饮品都是上个月推出的,全都不含酒精,饮用后不会影响开车和正常工作。其中‘黄油啤酒’销量最好,售价13元,口感清爽解腻。”该门店店员介绍,啤酒风味茶饮上线后,点单率一直持续攀升,已经成为门店新的流量产品。

此外,爷爷不泡茶也上线了“嗨啤”系列产品。爷爷不泡茶解放西路店店员表示,兰香嗨啤冰奶、嗨啤气泡冰茶两款饮品都是在世界杯期间推出的,“茶底还是奶底可以让顾客根据自身口味喜好选择,啤酒风味由啤酒花风味糖浆调配而成,目前线上销量不错”。

本质上是行业增速放缓倒逼了产品创新

近年来,新茶饮赛道内卷加剧,品类创新逐渐成为品牌破局的核心抓手。从果蔬混搭、草本养生到如今的茶酒融合,茶饮风味迭代持续加速。

国际葡萄酒与烈酒研究机构IWSR 的最新数据显示,在不断变化的消费者偏好和适度饮酒趋势的推动下,无酒精和低酒精饮品市场正在经历一个变革性的增长期,预计到2028年,低/无酒精饮品市场的年复合增长率将达到4%,其中,无酒精推动了大部分增长,年复合增长率达7%。

世界杯是推动这一趋势的直接催化剂,但本质上这是行业增速放缓倒逼出的产品创新。“这反映出新茶饮行业已经从‘产品内卷’转向‘场景内卷’:啤酒风味恰好卡在微醺经济与日间放松场景的交叉点上,既不会触碰酒精监管红线,又能打造话题性,帮助品牌获得社交传播力。”业内人士认为,啤酒麦芽风味的跨界创新,能快速打造产品差异化,形成新的流量记忆点。

此外,该业内人士指出,当年轻消费群体愈发推崇“轻养生、微放松、零负担”的消费理念,偏爱无醇微醺的松弛氛围感,无醇啤酒茶饮完美契合年轻人的情绪消费与健康需求。同时,该类饮品无需酒类经营资质,售卖场景不受限制,可覆盖学生、驾车人群、酒精过敏者等广泛客群,叠加夏日消暑、赛事观赛、休闲社交等多元场景加持,受众基数大,因此也就成为品牌拉升夏季销量、拓宽增量空间的优质品类。