

# 应对同质化竞争 新茶饮行业探寻“超级食材”

证券时报记者 曹晨

今年以来,新茶饮行业竞争日趋激烈,产品同质化愈发明显成为共识。在同质化“内卷”加剧背景下,头部品牌开始寻求破局之道。

证券时报记者注意到,与此前品种效仿推出类似产品不同,近期,多家新茶饮公司开始将目光投向“超级食材”,挖掘上新各自特色产品成为行业新趋势。除了产品创新外,头部新茶饮公司近期在业务跨界和出海布局方面也呈现提速态势。

业内人士对记者表示,新茶饮产品同质化严重给行业带来了负面影响,包括利润空间的压缩和市场竞争的加剧。不过,由于新茶饮行业的门槛较低,供应链相似,产品创新的壁垒不高,一旦某个品类火爆,其他品牌就会迅速跟进。因此,“超级食材”能否能够打破同质化困境,有待进一步观察。

## 纷纷上新“超级食材”新品

11月18日,据喜茶官微消息,上新“超级植物茶”系列新品——补水纤体瓶。据悉,该款产品在“超级植物”羽衣甘蓝的基础上,添加了黄瓜、薄荷、苹果和柠檬,并特别添加奇亚籽增添口感,售价为19元/杯。

喜茶方面告诉证券时报记者,2024年7月,喜茶就推出全新品类“超级植物茶”系列首款产品“羽衣纤体瓶”,一经上市就受到消费者的热情追捧,仅一个半月销量超1000万瓶。“公司的‘超级植物茶’系列是有计划、成体系的。截至目前,喜茶该系列已经推出了6款产品,并且公司计划在未来不断探索并推出新的超级植物茶。”

除了喜茶外,茶百道、奈雪的茶等头部新茶饮近期纷纷上新“超级食材”新品。12月初,茶百道“超级蔬食”系列再次上新,推出“维C速燃甜椒”饮品,创新加入甜椒果蔬汁、甜椒肉块,这也是茶百道加码“超级食物”的又一动作。

“所谓超级食物是低热量、高营养的食品,符合健康茶饮趋势。”茶百道方面表示,上个月,公司首次推出“超级蔬食”系列新品,包含“清体小麦草”和“轻盈羽衣甘蓝”两款产品,在全国14个城市上新后,获得消费者喜爱,超过一半的门店销售TOP1产品为此两款新品。目前,两款产品已在茶百道全国门店上架。未来,超级蔬食系列产品会陆续在全国更多地区上新。

此前,奈雪的茶也推出“花青素·快充杯”系列,强调加入了黑枸杞、羽衣甘蓝等超级食材。12月3日,奈雪的茶创始人彭心表示:“今年大家都在聚焦健康,但茶饮健康还要做加法,比如超级食物和营养元素的添加等。基于此,奈雪的茶将发起‘健康快充计划’,持续打造健康快充杯系列产品。‘花青素·快充杯’推出首周,单品销量蹿升占比达20%,拉动葡萄类饮品单周销量增300%。”

在业内看来,多家头部品牌推出“超级食材”新品,一方面是为了迎合消费者对健康、低负担茶饮的需求趋势,另一方面是为了应对市场上的



曹晨/摄 周靖宇/制图

同质化竞争。

“目前茶饮研发面临瓶颈,一旦某个品类火爆,其他品牌便会迅速跟进,类似于去年的轻乳茶热潮。由于常见的水果和茶叶已经开发得差不多,同质化现象难以避免。尽管果蔬茶的产出效率相对较低,但由于市场上同质化严重,许多头部品牌为了寻求创新,选择开发这类产品。”一家头部新茶饮公司高管告诉证券时报记者。

## 行业同质化竞争加剧

“目前,新茶饮行业同质化问题显现。而产品上新能力已经成为拉开品牌差距的核心能力之一。因为客群整体较为年轻、竞争强度逐年走高,同时餐饮业产品创新壁垒不高,新产品容易被模仿,上新能力成为新茶饮品牌吸引顾客、保持差异化的核心竞争力。”平安证券分析师近期表示。

实际上,今年以来,新茶饮行业市场竞争显著,各大品牌拓店速度持续放缓,是行业同质化竞争加剧的一大背景。

根据弗若斯特沙利文的报告,我

国现制茶饮店行业规模2018年至2023年复合增长率高达25.2%,远高于中国软饮料行业4.4%的整体增速;而中国连锁经营协会(CCFA)发布的《2023新茶饮研究报告》显示,我国新茶饮市场规模增速预计 will 从2023年的44.3%放缓至2025年的12.4%。

10月,壹览商业长期跟踪的25家新茶饮连锁品牌新开门店数量与上月相比砍半,新开门店总量环比减少51.75%。从整体开店数量来看,国内25家连锁茶饮品牌一共新开门店1202家,现存门店一共106427家。

喜茶近期在内部信中直言,由于消费需求的增长与茶饮行业整体供应的增长不同步,面对有限的消费需求,行业内普遍选择了趋同的产品与品牌策略,导致陷入日益胶着的同质化竞争。趋同的产品与品牌,持续消耗着用户对茶饮产品和品牌的热情。

“新茶饮行业同质化严重的原因,首先,主要在于行业门槛较低,产品创新能力不足,品牌之间缺乏独特的差异化;其次,市场竞争压力导致品牌更倾向于模仿成功案例,而非冒险创新;此外,供应链和原料的标准化也加剧

了产品的同质化。”盘古智库高级研究员江瀚对记者表示。

在业内看来,新茶饮行业同质化竞争加剧带来了诸多负面影响,阻碍行业健康发展。北京社科院研究员王鹏表示,新茶饮市场竞争因同质化加剧,导致营销成本增加、利润减少。此外,同质化产品难以满足消费者的多样化需求,导致消费者对新茶饮品牌的满意度和忠诚度下降。这将进一步影响品牌的市场份额和长期发展。

江瀚建议,各大品牌应加大研发投入,提升产品的创新性和差异化;探索跨界合作,引入新的元素和概念,丰富产品线;加强品牌建设和消费者互动,提升品牌忠诚度和消费者黏性。

## 头部品牌开拓新市场

为应对同质化竞争,除了上新“超级食材”外,头部品牌近期正在加速开拓新市场,业务跨界成为一大方向。

记者注意到,近期,奈雪的茶在广州低调试水餐厅以及古茗咖啡产品已上线旗下超2000家门店的消息引发关注。零食茶点也是多家新茶饮跨界的重要领域,比如,蜜雪冰城、沪上阿姨、奈雪的茶等纷纷开始卖零食,涵盖面包、糕点、薯条等多个品类。

在江瀚看来,对于新茶饮公司而言,跨界业务能够拓展品牌的市场空间,增加收入来源;通过引入新的产品和服务,品牌能够提升消费者的体验感和忠诚度。不过,跨界业务也面临着一定的挑战,如品牌定位的模糊化、供应链管理的复杂性等。因此,品牌在跨界时需要谨慎选择合作对象和业务范围,确保与品牌核心价值和消费者需求保持一致。

另一方面,一些头部品牌近期正在加速布局国际市场,将海外视作其“第二增长曲线”。

10月25日,奈雪的茶在泰国第三家门店开业,目前奈雪的茶海外拓展正在按计划推进,除了泰国、新加坡外,马来西亚、英国、美国等多个国家的首店正在筹备中;喜茶在海外拓店步伐也明显加快,今年以来喜茶新进入了10多个海外城市,包括美国的洛杉矶、波士顿,英国的曼彻斯特等。目前,喜茶已在美国、英国、加拿大、澳大利亚、韩国等海外市场开出超过30家门店。

同样加速海外市场布局的还有茶百道。茶百道方面对记者表示,9月,茶百道在韩国首尔建大站的新店开业。12月底之前,韩国新村店、马来西亚首店还将正式开业。截至目前,茶百道在韩国、泰国、澳大利亚均有开设店面。“公司的出海不是去很多国家,而是要在重点区域,搭建由本地人组成的运营团队,将供应链、原料资质、物料税收等各环节跑通,把基础打牢”。

“对于新茶饮公司而言,出海的机遇和挑战并存。”王鹏表示,海外市场为新茶饮品牌提供了增长潜力和消费群体。出海不仅有助于品牌拓展业务和市场空间,还能实现快速增长和规模扩张。然而,新茶饮品牌出海后,原材料供应成为一大挑战,品牌需确保原料品质和供应稳定性。同时,不同地区的法律法规差异要求品牌深入了解并遵守,以规避法律风险和潜在损失。

云维股份表示,目前本次交易仍处于筹划阶段,交易各方尚未签署正式的交易协议,本次交易尚需履行必要的内部决策程序,并经有权监管机构批准后方可正式实施,本次交易最终能否实施尚存在重大不确定性。

今年前三季度,云维股份营收约5.51亿元,同比增长12.78%;归属于上市公司股东的净利润亏损约911万元。

在12月4日举行的业绩说明会上,云维股份曾表示,公司控股股东将积极履行承诺,尽快推进资产重组、业务调整等相关工作,确保在承诺延期后的到期日前解决同公司目前存在的同业竞争问题。

# 生益电子拟约14亿元投建智能算力中心电路板项目

证券时报记者 梅双

不会对2024年度经营业绩产生重大影响。

生益电子是一家专业制作高精度、高密度、高品质印制电路板的企业。2024年前三季度,公司实现营业收入31.79亿元,同比增长32.97%,实现净利润1.87亿元,扭亏为盈。对于业绩增长,生益电子表示,主要系公司持续优化产品结构,积极完善产品业务区域布局,随着市场对高层数、高精度、高密度和高可靠的多层印制电路板需求增长,公司产量、销量、营业收入均较上年同期有所增长。公司毛利增长,带动净利润获得较大幅度的提升。

生益电子披露,本次对外投资资金来源为公司自有资金或自筹资金。项目计划分两阶段实施,项目总建设期计划为6年。其中,第一阶段预计在2025年试生产;第二阶段预计在2027年试生产。

项目计划年产25万平方米的高多层高密互连印制线路板,其中第一期计划年产15万平方米,第二期计划年产10万平方米。项目第一阶段的动态投资回收期为税后7年,项目第二阶段的动态投资回收期为税后5年。生益电子认为,从项目投资价值分析角度考虑,本项目具备可行性,且有助于提高公司经济效益。

生益电子表示,本次对外投资符合公司聚焦高端印制线路板相关定位,能进一步提升公司在智能算力领域的技术创新能力,满足新兴领域对高端印制电路板的中长期需求,具有良好的市场发展前景。“本项目的实施将进一步扩大公司经营规模,完善专业化生产线,优化产品结构,增强公司核心竞争力,提高公司经济效益。”生益电子称,本项目

生益电子11月份披露的投资者关系活动记录显示,公司积极布局,紧抓人工智能技术带来的新机遇。公司与客户紧密合作,积极完成AI服务器产品的开发工作。“目前,公司多个客户的AI产品项目已经成功实现批量,未来新一代的产品项目在持续合作开发中。”生益电子介绍,2024年前三季度,公司服务器产品营收规模同比实现较大增长,服务器产品占比42.45%,同比提升20.87个百分点。

# 四环生物逾10亿元股权4.5折仍流拍

证券时报记者 李小平

一场事关四环生物(000518)控股权的司法拍卖,最终因无人出价而流拍。

证券时报·e公司记者发现,此次市值逾10亿元的四环生物股权,远低于目前公司股价。而在一个月前,四环生物的另一部分股权法拍中,曾引发竞买人激烈争夺,且当时成交价(2.41元/股),远高于此次拍卖的起拍价(1.69元/股)。

12月5日10时至12月6日10时止(延时除外),江阴市人民法院对郁琴芬、王洪明、陈建国持有的2.86亿股四环生物的股权(占上市公司总股本27.77%),在淘宝网司法拍卖网络平台公开拍卖,起拍价为4.84亿元,折合1.69元/股。

二级市场显示,此次拍卖的前一天,即12月4日,四环生物收盘于3.71元/股。换而言之,此次市值10.61亿元的股权,拍卖价仅为市场价格4.5折。

虽说起拍价大幅低于市场价,但是,上述股权仅吸引了1人报名。而且,即便等到拍卖时间结束,上述报名人员,也未出手。故因无人出价,此次拍卖流拍。

股权的流拍,似乎已影响到四环生物的股价。二级市场显示,12月6日,临近此次拍卖的尾声时,四环生物的股价下挫,拍卖结束前一分钟,即昨日午间9:59,公司股价已完全跌停。

与之形成鲜明对比的是,一个月前,四环生物的部分股权的拍卖,曾引起竞买人的激烈争夺。

据阿里拍卖平台,10月24日—25日,郁琴芬名下持有的1500万股四环生物的股权,被杭州市中院在网上公开拍卖。当时,共计有9人报名。最终,经过72轮出价,被自然人股东王灯城以3616.5万元成交,折合2.41元/股。

上述1500万股股权拍卖日当日(10月25日),四环生物开盘价为2.56元/股,收盘于2.68元/股。换而言之,四环生物当时的股价略高于竞卖成交价。

四环生物主要从事生物医药制品、生产和销售以及园林绿化工程

# 云维股份宣布重大资产重组 下周一停牌

证券时报记者 臧晓松

云维股份(600725)12月6日晚间公告,为提升上市公司资产和经营质量,云维股份与控股股东云南省能源投资集团有限公司(以下简称“云南能投集团”)正在筹划由云维股份发行A股股票并支付现金的方式购买云南能投红河发电有限公司(以下简称“红河电厂”)若干股权(以下简称“本次交易”)。

交易对方云南省电力投资有限公司(以下简称“云南电投”)系公司控股股东云南能投集团控股子公司,本次交易构成关联交易,预计构成《上市公

司重大资产重组管理办法》规定的重大资产重组,但不会导致公司实际控制人变更。

因本次交易尚处于筹划阶段,有关事项尚存不确定性,为保证公平信息披露,维护投资者利益,避免对公司股价造成重大影响,经公司申请,公司证券自12月9日(星期一)开市起开始停牌,预计停牌时间不超过10个交易日。

交易标的红河电厂成立于2001年,位于云南省红河哈尼族彝族自治州,是一家以从事电力、热力生产和供业为主的企业,注册资本4.15亿元。2023年,红河电厂发电量达到43.35亿千瓦时,同比增长3.73%,创历

史新高;设备利用小时达到7225.62小时,稳居全省第一,为云南省电网安全和电力保供提供了支持。

云南当地媒体2024年初的报道显示,作为云南省能源电力保供的重要项目之一,云南能投集团红河电厂扩建工程项目建设正火热推进中,预计将成为云南省“十四五”480万千瓦规划的首台投产燃煤发电机组,为2025年及以后云南能源电力保供提供强有力的支撑。红河电厂二期工程项目建成后,云南能投集团红河电厂“一大两小”总装机达1300MW,预计可实现年发电量70亿千瓦时以上,年均贡献产值25亿元、纳税2亿元。

云维股份表示,目前本次交易仍处于筹划阶段,交易各方尚未签署正式的交易协议,本次交易尚需履行必要的内部决策程序,并经有权监管机构批准后方可正式实施,本次交易最终能否实施尚存在重大不确定性。

今年前三季度,云维股份营收约5.51亿元,同比增长12.78%;归属于上市公司股东的净利润亏损约911万元。在12月4日举行的业绩说明会上,云维股份曾表示,公司控股股东将积极履行承诺,尽快推进资产重组、业务调整等相关工作,确保在承诺延期后的到期日前解决同公司目前存在的同业竞争问题。



公司  
www.echinaweb.com

上市公司资讯第一平台