

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,与此前品牌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”是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、甜椒果肉块,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“清体小麥草”和“轻盈羽衣甘藍”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、羽衣甘藍等超级食材。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同



曹晨/摄 周靖宇/制图

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,新茶饮行业市场饱和迹象显现,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(CCCA)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将从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减半,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,现有门店一共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。零食茶饮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 and 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、物料验收等各环节跑通,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。

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

12月6日晚间,生益电子(688183)发布公告称,公司董事会在对印制线路板行业以及智能算力等领域市场需求、技术需求充分调研评估的基础上,决议在公司东莞制造基地现有厂房投资建设智能算力中心高多层高密互连电路板项目。该项目计划投资金额约14亿元,包括但不限于公共设施、生产设备、检测设备等相关投入。公司将根据市场需求和业务进展等具体情况分阶段实施该项目。

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(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

不会对公司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。

根据披露,今年前三季度,生益电子积极应对通讯行业需求的波动,持续优化产品结构,加大新客户开发力度,以减轻通信领域需求下降对公司业务带来的不利影响,维持了通讯板块业务的稳定性。在网络板块,公司积极应对行业产品升级需求,早期投入研发的800G高速交换机相关产品已经陆续取得批量订单。公司在努力提升市占率的同时,积极配合客户进行下一代产品的开发。

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,此次拍卖的前一交易日,即12月4日,四环生物收盘于3.71元/股。换言之,此次市值10.61亿元的股权,拍卖价仅为市场价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,四环生物的股价下坠,拍卖结束前一分钟,即昨日上午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,被自然人股东王丁城以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。换言之,四环生物当时的股价,略高于竞买成交价。

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,公司股票自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、热力生产和供应业为主的企业,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。

