

喜茶联合电视剧《梦华录》出品方为消费者提供中式新体验



喜茶不断推出高品质茶饮

助力消费升级



作为新茶饮的倡导者和推动者,成立十年来,喜茶致力于用高品质的茶叶、牛奶、水果等原料,持续创新推出高品质茶饮产品。同时,不断从中华优秀传统文化中汲取养分,为消费者带来全新的茶饮体验。2022年,喜茶结合品质原材料、经典文化IP,创新推出多款茶饮,在满足消费者需求的同时,推动新茶饮行业高质量发展,助力消费升级。

不断推出创新产品 满足消费者需求

持续进行优质消费产品与服务供给,推动消费升级。喜茶从2012年在广东江门创业之初,就通过使用原叶茶、牛奶和芝士,创新推出芝士茶。此后,喜茶陆续推出满杯红柚、芝士莓莓、多肉葡萄、多肉青提等创新产品,不断推动茶饮品质升级。

2022年,喜茶持续在产品品质上下功夫,坚持使用高品质原料制作茶饮产品。在喜茶近期推出的“年度人气”产品在线评选活动中,多肉葡萄系列、多肉桃李、喜柿多多、酷黑莓桑、芋泥牛乳满贯、芋糯糯、烤黑糖波波牛乳等产品入选2022年度喜茶“人气产品”。其中,2022年9月喜茶推出的柿子茶产品“喜柿多多”,选用本土不同产区的时令柿子鲜果,为消费者带来特别的茶饮体验。为了使饮品更好展现柿子风味,喜茶在全国柿子主要产地对十多种柿子品种进行初选,从甜度、果肉口感等多维度进行测试,根据柿子的成熟时间,先后使用福建红柿、陕西富平柿子、广西月柿作为原料。喜茶还在陕西富平打造柿子认证示范基地,以高标准从源头保障柿子原料品质。这款寓意喜事多多的柿子茶产品上线后,深受消费者喜爱。

为更好满足消费者的需求,一直以来,喜茶基于中国传统茶文化、饮食文化不断进行产品创新,通过革新制作工艺、搭配

时尚元素,推出全新产品,满足消费者个性化的消费需求。

2022年,喜茶充分挖掘中国本土水果原料,使用桑葚、桃子、李子等水果,为消费者带来酷黑莓桑、多肉桃李、芭乐系列等特色新茶饮产品。其中,在4月份推出的酷黑莓桑,以桑葚为主要原料,在产品外包装设计上融合了关于桑葚的诗句,上线后深受消费者喜爱,后续推出的专属杯子、保温袋等周边产品也受到消费者欢迎,被改装成充满个性的花瓶、背包等全新单品,充分满足消费者的需求。

传承弘扬中华优秀传统文化 展现东方美学

推动消费升级离不开品牌化发展。除了高品质产品,一直以来,喜茶还通过品牌内容创造、门店空间设计等形式,为消费者带来不一样的购物体验。2022年,喜茶充分结合具有中国文化特色的IP推出多个品牌活动,打造多个中式门店空间,为消费者提供全新的中式消费体验的同时,也以崭新的形式传承弘扬中华优秀传统文化。

2022年6月,喜茶联合电视剧《梦华录》出品方推出联名活动,以剧中“紫苏饮子、茶百戏”等饮食文化、茶文化为基础,推出“紫苏·粉桃饮”“梦华茶喜·点茶”两款产品,并设置“喜·半遮面”主题门店。2022年8月,在七夕节来临之际,喜茶携手舞蹈诗剧《只此青绿》推出七夕限定的联名活动,并上线“只喜青芋”产品。该产品从《只此青绿》中汲取灵感,以青绿为主色

调,以抹茶为核心元素,为消费者带来全新的中式茶饮体验。双方还共同推出联名产品包材、周边、主题门店等。通过这些品牌活动,喜茶以新茶饮为载体,充分展现东方美学,给消费者带来中式消费体验。

在门店空间设计方面,2022年,喜茶坚持从中华优秀传统文化中汲取美学灵感,用年轻化的设计语言和方式,打造潮流中式设计。北京新中关·飞檐店将老北京特色的屋顶元素应用于新式茶饮空间;青岛崂山万象汇店将传统建筑中的雀替、红瓦通过现代手法进行演绎;嘉兴桐乡吾悦广场店引入当地扎染等生活场景,展现桐乡特有的丝绸文化。

为消费者提供高品质产品和优质品牌体验的同时,喜茶不断推动新茶饮行业品质升级。2022年6月,在第25个全国乳品营养周期间,喜茶发布《喜茶品质真奶标准》。该标准是喜茶根据多年来真奶原材料管理方面的要求和经验总结而成,包含真奶原料品质各个环节的把控,为行业奶原料供应链品质升级提供参考。喜茶还联合中国消费者报发布《现制奶茶品质原料使用倡议》,倡导行业全面升级用奶原料品质,持续加强产品品质,推动行业品质升级。

2022年是喜茶通过首创芝士茶推动新茶饮行业发展的第十年。喜茶将不断推出高品质的创新产品,更好满足消费者对品质茶饮的需求。

数据来源:喜茶



喜茶员工正在制作产品



喜茶自建香水柠檬基地



喜茶陕西富平柿子认证示范基地