

茶饮受众年轻化,几乎被时代抛弃的袋泡茶火速翻红 岛城年轻人的工位上,少不了一份袋泡茶

□记者 高阳



茶颜悦色、茶几味……越来越多年轻人的办公桌上出现了包装精美的袋泡茶,几乎成了他们的办公必备品。“多喝热水”的口号喊了这么多年,年轻人补水的重任,最终落在了茶叶上。

不少在职场打拼的岛城年轻人表示,白开水索然无味,小甜水糖分超标,唯有这杯热茶,无糖、零卡,清新中略带一点微苦,才是健康的底色。

前几年在日常生活中几乎消失无踪的袋泡茶,被一众年轻消费者买得成了“网红商品”,办公室的饮茶新潮流也就开始了。

袋泡茶在年轻人中兴起

提到袋泡茶,不少人第一个想到的就是立顿。立顿推出的袋泡茶在当时有着划时代的意义,它突破了传统茶饮繁琐的冲泡过程,将茶叶碾碎,做出可以快速冲泡的便携式茶包,实现了产品形态、生产、原料配方的标准化。但慢慢地,袋泡茶也成了低质廉价的茶饮代名词,几乎快被时代所抛弃。

曾经,对于年轻人来说,喝袋泡茶似乎是上了年纪的人才会做的事。有创新的、包装更加精美的、有一些文创底蕴的新茶饮品牌似乎更吸引年轻人,例如茶颜悦色、喜茶、奈雪的茶。

但最近,新茶饮业界却正在发生巨大的变化,一个新的赛道出现了——新茶饮袋泡茶。

记者了解到,新茶饮头部品牌茶颜悦色在全国扩张的速度十分谨慎,却在近两年频繁推出袋泡茶产品;喜茶也在扩充产品品类,其中茶包便是主推的产品之一;奈雪的茶不仅发展线上渠道,也将相关产品放在门店内显眼的位置;小罐茶推出主打性价比的子品牌“茶几味”,想让中国茶成为更多人的日常。

10月14日,岛城市民小丁和朋友到长沙游玩,两人一到长沙就直奔茶颜悦色。小丁一次性买了两杯奶茶,加双份奶油,“我们舟山没有茶颜悦色品牌,那我肯定要在长沙多喝一点。”小丁还在店里买了几盒茶颜悦色的袋泡茶,准备带回家喝。

她告诉记者,平时她没有喝茶的习惯,但是茶颜悦色袋泡茶精美的包装和受其品牌力的影响,她还是毫不犹豫买了。回到酒店,小丁就拆出一包尝试着泡了一下,她说,茉莉花香浓郁,回味甘甜,喝着又比奶茶健康,“我有点喜欢上喝茶了,现在每天都会泡一杯。”

与小丁不同,更多人选择袋泡茶是因为冲泡便利、携带方便、种类丰富等优点,更符合当下快节奏的生活方式。

袋泡茶的颜值、味道、创新吸引年轻人

当下,年轻人已经成为了袋泡茶的主力军,在他们看来,让喝茶变得更简单、让产品变得更优质是吸引他们的重要因素。

高颜值的包装也是吸引年轻消费者的一大关键因素。舟山市民小方就酷爱搜集包装精美的袋泡茶,她说:“颜值非常重要,这会决定我第一眼看到这个产品时会不会心动,其次可能才是口味。”小方认为,在颜值即正义的时代,年轻人也在追求与颜值相关的一切事物。

采访中,记者了解到在一定程度上,颜值就等于吸引力。比如小罐茶侧重于使用粉色、黄色等糖果色彩的包装;CHALI茶里将国潮与流行融合进包装中,推出的山河锦绣系列将具有粗犷美感的山水画以折扇面呈现在眼前,形成视觉冲击;茶小空打造了自己的品牌IP小空,在包装上以差异化突出品牌可识别性,与中国传统文化相融合;喜茶一周茶的包装使用了毛笔字的样式……

在口味上,大多数年轻人更青睐带花果香的调味茶。小方告诉记者,红茶、白茶等纯茶虽然品味醇厚,但总想要有更丰富的体验,类似于香水的前调后调,她更喜欢拼配或其他加工工艺丰富口感的袋泡茶。比如喜茶的绿妍、金凤茶王;茶颜



悦色的桂花乌龙;奈雪的霸气水果茶系列等。

冷萃茶、挂耳茶同样受欢迎

受咖啡饮品大行其道的影响,茶饮也搭上了咖啡工艺的快车道,冷萃茶、挂耳茶开始出现在了年轻人的社交圈。

00后岛城市民朱璟日常就喜爱喝茶。尽管出行旅游有简易便携的茶壶茶杯,但是朱璟还是会觉得麻烦。前阵子,朋友送了他一盒挂耳茶,让他打开了新大门,“实在是太方便了。把包装袋撕开,双耳挂在杯子上,茶叶清晰可见,用手冲壶充上热水,茶香四溢,不输原叶茶。”

朱璟还在单纯的挂耳红茶技术上做了创新,他喜欢在挂耳包里自己加一些茉莉花茶或者其他花果香茶叶,冲泡后口感更丰富,香气也更怡人。

除了挂耳茶,冷萃茶也渐渐打入市场。此前,不论是传统的茶叶,还是袋泡茶,通常需要热水冲泡。现在,很多品牌比如茶小空,研发了超萃技术,即使用常温水冲泡茶包,也可达到饮用浓度;如八分之三采用了瞬时锁鲜技术,将茶做成了茶浓缩液的形态,可冷水即溶。

市民小徐和姐姐“关耳”就买过八分之三的冷萃茶,她们说味道和原叶茶很相似,不会有太大的差别,但是便捷很多,会是她们以后喝茶的日常选择。“冷泡技术的提升,一定程度上提升了茶包的方便性,推动了新式袋泡茶的流行,也让年轻人爱上喝茶提供了更多可能性。”

偷得浮生半日闲,当越来越多年轻人选择新茶饮,年轻人和茶的距离也更近了一些。小徐说,希望各大新茶饮品牌能在保留茶的传统工艺的同时,注重品质、颜值、形态等方面创新,让袋泡茶向更好地迎合年轻人期待的方向发展。

