

# 喝茶饮、上茶山 年轻人换口味 喝出三千亿元 “新市场”

这个春天，年轻人似乎对茶“上了头”，喝茶饮、上茶山。不少新式茶饮品牌也趁着春茶季发布了新款，吸引大波流量。就如曾经风靡一时的“樱花限定”款一样，一时间“鲜茶元素”成了流行在社交圈的新宠。而随着年轻消费群体对于茶的关注度越来越高，这样的流行或许只是个开始。



茶饮品牌推出的新品。记者 黎莉 摄

## 1 从“重点在奶”到“重点在茶”

“龙井是当季的新品，不过，如果您喜欢口味重一点的，我们还有乌龙茶。”这样的介绍乍一听像是在某个茶馆，但实际上这是一家茶饮店工作人员正在向消费者介绍新产品。

以前下单奶茶前，大家选择的是几分甜、什么小料，而现在，不少人开始纠结喝什么茶底。如今，一些新中式茶饮店也凭借品质不错的现泡茶“出圈”，主打从“重点在奶”到“重点在茶”的转变。这一

季，乐乐茶上了“春序龙井”系列，喜茶有“金凤茶王”，霸王茶姬有“醒时春山”……纷纷加强了与茶的关联。

在来福士一家刚开张的新中式茶饮店，记者看到，菜单上的20多款茶饮均是现泡茶做“主角”，即便是部分在茶中加入了鲜奶、果汁的产品，也以不遮盖茶汤原味为原则。

这样的“轻盈范儿”也吸引不少年轻消费者的目光。“我以前都喝普通的奶茶、咖啡，但喝多了还

是会腻，且影响身材。这种茶饮就比较符合要求。”现场一位正在点单的年轻女性消费者笑着说。

“现在，更多消费者的口味已从传统奶茶转向用茶叶现泡的茶底，甚至不加任何料，就喝一杯单纯的茶。这样的转变，不仅出于对健康和品质的追求，也是传统文化深入年轻人生活的体现。”该门店负责人陈栋栋告诉记者，正因如此，奶茶店有从“奶店”变成“茶店”的趋势。

## 2 茶馆里，年轻人逐步成为主要消费群体

除了茶饮店，在散落于宁波大街小巷里的茶馆里，年轻人也逐步成为主要消费群体。

4月2日，在一家天一阁附近的茶馆，老板严先生正在为下午的客流高峰做准备。春意盎然的天气，让更多年轻人愿意在下午找个茶馆坐坐。

“现在来茶馆的客群，更喜欢颜值高、清香的调饮，年龄也已下沉到20多岁，基本已与咖啡、奶茶的群体重叠了。”做了10多年茶馆生意的他，看着越来越多年轻人逐步从喝奶茶、咖啡转向喝茶。

近年来，随着年轻人喝茶热情不断高涨，新中式茶饮的市场规模

同比例扩大。艾媒咨询数据显示，2023年，新茶饮市场规模达3333.8亿元。预计2025年，中国新式茶饮市场规模将达3749.3亿元。

业内认为，这不仅是中国茶饮品牌持续进取和创新的成果，也代表着中国传统茶文化的传承和自信。

## 3 “上茶山”成为春季出行新风向

不单单是在茶饮上的变化，探访春日茶园、深入了解中国茶文化、品尝今年第一口春茶等活动，也成为年轻人的“心头好”。

记者从市区多个茶园了解到，如今，越来越多年轻人或亲子家庭，选择在春茶季找一个茶园作为出游目的地。

在福泉山茶厂，明前茶的赶制已接近尾声，茶园开始团客接待的准备

工作。“在接下来的两周内，好几批客人预定了采茶体验活动，周末、工作日都有。”福泉山茶厂相关负责人张小虎告诉记者，茶园从2021年开展采茶品茶体验活动，可以明显感受到年轻群体对这件事情的参与度正在上升。除了体验传统文化，很多人也喜欢在茶园里的这种“松弛感”。“生活工作节奏太快了，一杯清茶或许可以缓解焦虑状态。”

据马蜂窝发布的《2024年春季“旅行蜂向标”》，这个春天，“提供采茶体验的民宿推荐”“盛产白茶的旅游目的地有哪些”“去哪可以采摘春茶”等与茶相关的玩法体验，在马蜂窝攻略群中的咨询量增长显著。逛茶园、品春茶成为春季旅行市场的“黑马”，热度高涨110%。可以说，以茶带动的新消费正展现出强劲活力。

记者 黎莉

**带走半瓶水  
节约不浪费**

倡导光瓶行动 杜绝用水浪费

浙江省文明办 浙江省机关事务管理局

“讲文明 树新风”公益广告

# 关爱未成年人 共创美好未来

社会主义核心价值观：  
富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善

宁波市文明办