

知名茶饮品牌相继进驻许昌,行业翘楚为自己“正名”——

你是爱茶的味道,还是凑排队的热闹

本报记者 刘丹凤

如今,能在微信朋友圈晒出一杯“网红奶茶”,已经变成了一种炫耀。即便喜茶、奈雪的茶、一点点尚未进驻许昌,你也不熟悉奶茶,却可能看过有人愿意为了一杯奶茶排几个小时队的新闻。

一杯茶饮而已,为什么让这么多人人为之疯狂,愿意花上数小时去排队?排队买茶的人群中经常会出现某某首富、某某明星等,是炒作还是花钱雇人排队?不管怎样,商家都赚足了关注。

5月27日下午,在人流如织的新田360广场许昌亨源通店三楼,本土品牌蘇啵创始人苏涛用“别人家的”经常排队才能买到的“奶茶和自家出品的奶茶做了一个小试验。试验方法很简单,两杯制作原料不同的奶茶在添加食用醋后,“别人家的”奶茶很快出现了絮状物,并和水分离开来,而他家的奶茶仍然茶汤细腻,没有出现分离和变化。这一试验结果惊得不少围观者张大了嘴巴。

苏涛说,原因很简单,因为“别人家的”奶茶用的是奶精粉进行简单勾兑而成,蘇啵用的是进口牛奶。你说你是“迷信”大品牌还是愿意相信自己的判断?你说你爱的究竟是一杯茶的味道,还是凑排队的热闹?

茶饮市场异常火爆

近几年,国内茶饮市场异常火爆。无论是在商场里,还是在大街上,每人手捧一杯茶饮似乎成了年轻消费者的“标配”。而茶饮,也从中高端消费开始转向中高端消费,一杯茶饮的价格则十几元,多则几十元钱。茶饮市场也因此成为资本追逐的对象,各种炒作出来的“网红茶饮”品牌层出不穷。



口感和颜值并存的茶饮 刘丹凤摄



即将入驻的眷茶装修效果图(资料图片)

随着新田360广场、万达广场的相继进驻,一大批茶饮品牌也相继进驻许昌市场,蘇啵、CoCo都可奶茶、米芝莲、嚙嚙等悉数进驻,还有即将入驻新田360广场许昌亨源通店的眷茶等。这还不包括大街小巷的本土茶饮品牌。

由于行业门槛低、回本时间短等特点,大量的创业者和投资者一起涌进了茶饮市场。就许昌市场而言,大到商超、电影院,小到街头巷尾,茶饮店遍地开花,使得市区的茶饮行业接近饱和或者已经饱和,直接导致了市场竞争激烈。正如钱钟书所说的“城里的人想出去,城外的人想进来”一样,每月甚至每天都有店铺倒闭,

但还是会有不少竞争者参与进来。

在激烈的竞争中想要存活下来不容易,不同的品牌采取不同的市场定位,产品差异化定位是必须的。目前,市面上的新式茶饮以奶盖茶、鲜果茶、果咖、气泡水等为主,不同的品牌其主打产品也不一样。总的来说,这些新式茶饮主要以上等茶叶为原料,采用不同的萃取方式,并加入新鲜牛奶、进口奶油、天然动物奶油或各类新鲜水果调制而成。和奶茶市场前期产品最大的不同在于,新式茶饮在原材料方面进行了品质升级,在口感上更符合消费者少糖、清新自然的需求。因此,对原材料的品质把控

对于新式茶饮品牌来说至关重要。

行业翘楚为“新式茶饮”正名

随着消费结构升级,以“80后”“90后”“00后”为代表的年轻人表现出惊人的消费能力,成为新式茶饮消费的主力群体。越来越多的茶饮品牌通过产品更新迭代、提升顾客消费体验等成为行业翘楚,在抢占市场的同时也极力为行业“正名”。

正如蘇啵一样,为了保持市场引领的态势,其在大连、广州等地建立了3个研发基地,每3个月就更新一次菜单。为了突出其奶盖茶中的奶香,其所使用的所有牛奶原料选用的都是进口低脂

鲜奶;为了突出茶饮中的茶香,其茶叶会根据不同的季节从全国各地的产茶区严选不同的高质量茶叶,从而在茶饮市场中显现出其产品的差异化,在市场中脱颖而出。

在这场茶饮竞争中,众多品牌不断涌现,即将进驻的眷茶也是其中的佼佼者。眷茶主营目前流行的奶盖茶、水果茶和较为少见的养生饮品系列,坚持做健康茶饮品牌。眷茶倡导低脂、少糖的理念,每一杯皆是现泡茶,醇绵的口感滑而不腻,正符合现代年轻人的需求。

新田360广场许昌亨源通店的相关负责人表示,眷茶在饮品的制作工艺上有着严苛的制作标准,专注为消费者提

供每一份原汁原味的健康享受,希望简单的一杯茶,能唤起顾客心中对美好的眷念。另外,眷茶走的是情怀路线,“眷”字是突出眷恋,与其倡导的“不忘初心”的经营理念相呼应,让人有种“蹉跎游子意,眷恋故人心”的意境,给消费者传达的并不仅仅是一杯茶饮,更多的是一种文化和一份对家乡的眷恋情怀。因此,眷茶自创建以来短短几年时间,已经成为市场上最火爆的茶饮品牌之一。

你是爱茶的味道 还是凑排队的热闹

“网红”是一种神奇的存在,从“网红美食”“网红景点”到“网红经济”,让很多人略有所知却又有些看不懂。就“网红美食”来说,看起来非常日常、普通的食物,一旦被挂上了“老字号”“限量”“名人推荐”等标签,瞬间就会身价飙升、受人追捧。

想象一下,如果你走在路上,看到前面好多人在排队买一杯茶,会不会停下来看两眼?如果刚好又没什么事,你会不会想要排队买来尝尝味道?排队的时候用手机搜索了一下,发现竟然是特别有名的“网红奶茶”,会不会更加坚定了排队买的决心?资深商业人士说,大多数人排队都是基于好奇和从众的心理。尤其在吃饭这件事上,从众心理表现得更加明显。换句话说,排“长龙”并没有吓退消费者,反而让更多的人对排队产生了好奇。

一杯口感清爽、颜值十足的茶饮,点缀着我们的日常生活,这就是新供给的魅力,也是新消费的意义。庞大的茶饮市场中,供给方要长期保证产品的高质量和标准化,每一位消费者更需要问问自己:你是爱一杯茶的味道,还是凑排队的热闹?

随着房价的逐步稳定,各大楼盘新品相继入市,购房者的可选择面不断扩大,品牌房企绝招儿频出,备受各方关注

只有高性价比的产品才会受到购房者青睐

本报记者 胡永鑫

今年以来,随着许昌楼市出现回暖迹象,各开发商使出十八般武艺吸引购房者。为了吸引购房者,增加楼盘人气,各大楼盘的展示中心或者售楼部都在开展各种各样的暖场活动。

“目前,许昌楼市逐步回暖,但并不是所有的楼盘卖得都好。随着各大楼盘陆续推出新品,市场竞争也越来越激烈。面对这种情况,购房者更应擦亮眼睛,明白自己的真实需求。”业内人士分析认为。

面对各种营销策略 购房者应保持淡定

记者在走访中了解到,今年以来,随着楼市逐步回暖,购房者心态愈发理性,各个楼盘在营销上求新求变,不断改变策略,挖掘潜在客源。尤其是体验式营销,让不少购房者感到新奇并称赞有加。

“售楼部的开放景观示范区和样板间是体验式营销的常规做法。不论是采取哪种活动形式,只要你到了售楼部,开发商的拓客目的就达到了。”一位业内人士告诉记者。

市民王先生从今年年初就一直看房。通过走访对比,他发现,虽然楼盘采取的销售策略各异,但是体验式营销盛行的前景和入住后的舒适度,让观望已久的购房者看完就有想买的冲动。

“开发商通过沙盘、样板间、互联网实景展示、参观物业等方式,将项目全方位地展现在购房者眼前,让人看到项目的现在和未来。体验式营销比较到位,对增加销量有很大帮助。有些楼盘的样板间没做好就不会开始销售,就是这个原因。”业内人士说,这种体验式营销确实比较实用,打消了购房者的诸多顾虑,很受购房者青睐。

面对激烈的市场竞争,各大开发商纷纷使出十八般武艺,积聚力量,以期在下一轮的竞争中抢占先机。亲子活动、DIY、绘画、杂技表演、家电竞拍、超市大赢家、欢乐电玩等以暖场拓客为目的的体验式营销活动让市民们眼花缭乱。

除了各种各样的体验式营销外,面对日趋激烈的市场竞争,不少楼盘与多家二手房中介联合,以期获得更好的业绩。

对于这种现象,一业内人士分析:



(资料图片)

“不少二手房中介卖新房比卖二手房积极,说明开发商给的利润不低。而在实际操作中,哪家给的利润高,中介人员更愿意为其介绍客户。出现这种情况,有些开发商会受到损失,但受伤最大的应该是被忽悠的购房者。”

当前,许昌楼市虽有回暖迹象,但市场竞争依然激烈,不少开发商绝招儿频出,用各种营销策略吸引客户,备受各方关注。

一业内人士认为,目前市场上出现了各种营销方式,说明市场竞争日趋激烈,导致营销裂变,属于正常现象。不管哪种方式,要想获得购房者的认可,保证品质才是第一位的。

当前,许昌楼市进入竞争期,各公司开展活动的目的是为了吸引更多关注,为楼盘聚集人气。可楼盘的人气高并不代表不存在问题,购房者一定要冷静地面对各种各样的促销活动,经过深思熟虑、多方对比后,筛选出有实力和信誉好的开发商才是关键。

楼市有回暖迹象 市民购房更加理性

在楼市考验中,购房者对市场的了解不容小觑,每一个细节都可能变成购房者在意的因素。

近日,记者在采访中了解到,不少购房者购房时能保持理性。他们普遍认为,买品牌房企开发的房子,买的是安心。这也是一些高质量、高性价比的

产品依然能够受到购房者青睐和追捧的原因。

“我是专门帮人看房子的,打算作为他的婚房。除了品牌和品质外,交通和配套设施肯定要考虑。”家住五一一路的李女士说,她在学府街做生意,把儿子的婚房买在这里也方便。

“拥有鹿鸣湖周边优美的环境,这里的房子我们觉得不错,120平方米的户型也很实用。我们比较注重医院、学校这些配套设施。”市民张先生带着爱人转了一圈,对这里的户型很满意,准备预约登记。记者在和购房者的交流中了解到,相比之前大家跟风买房的情况,眼下购房者明显冷静了许多。

市民刘先生告诉记者:“我在今年年初就已经开始看房了,现在还没想好选哪一个楼盘,反正也不着急,和家人商量后再决定。”

无论是刚需型还是改善型,购房者都不再盲从,知道自己的真正需求,从实际出发,看重楼盘品质,关心配套设施,不像以前那样跟风抢购。

目前,购房者对品牌的认知度普遍提高。近年来,进驻许昌的开发商都是带着自己相对拔尖的“产品系”来的,品牌、品质都无可挑剔。购房者的“口味”被调起来了,都想买好房子,享受好物业服务。对于小开发商而言,资源整合能力本身就差,加上成本低、知名度低,如果没有绝对的区位及地段优势,客源就会很有限。

业内人士建议,无论市场如何变化,置业者一定要选择品牌房企和“五证”齐全的项目,以保障切身利益。

楼市竞争拼的是品质

2019年以来,随着我市土地市场逐渐回暖,房地产市场也发生了微妙的变化。记者在走访中发现,不少开发商开始调整营销策略,多数购房者也变得更加理性了。

前不久,金科地产在鹿鸣湖东南区域拍得一地块,与新城控股联合开发。

“联合开发项目在许昌已经有好多,如金科·康桥芙蓉天宸、中南·金玉堂、金科东原·芙蓉阅府等。此次金科地产与新城控股联合并不出乎意料。两家品牌地产企业的强强联合,有效降低了获取土地资源的成本,减小了资金压力,能最大化地发挥项目的品牌价值,收到双赢的效果。”一业内人士说。

近年来,许昌房地产市场聚集了众多国内知名房地产企业,房企的品牌集中度大幅度提高,许昌楼市出现了品牌房企“争霸”的局面。

记者在不完全统计发现,有在售楼盘的房企,大品牌房企市场占有率较高。如恒达·西郡、恒达·金汇广场、建业·世和府、建业·臻悦汇、中梁·魏都府、腾飞·洪河富贵、恒大·悦府、恒大·悦龙台、保利·堂悦、金科康桥·芙蓉天宸、碧桂园·芙蓉台、碧桂园·建安府、广杰·金玉华府、恒实·御湖城,以及位于建安区政府周边的恒达·北海龙城、大正·鲲鹏、中梁·首府、常绿·北海壹号院、正商·书香华府、亚新·美好莲城、锦艺·伊顿小镇等。充足的楼盘供应,让购房者不着急抢购。

业内人士指出,目前,许昌房地产市场品牌房企和优质房源可选择性增多,产品品质普遍提升。面对激烈的市场竞争,以质取胜,实现产品升级是房地产企业迅速占领市场的突破口。这对购房者来说是件好事,房企之间的竞争特别是品牌、品质的比拼将更趋激烈。

当前,许昌楼市已经进入了稳定期,但这并不意味着房价会下降。随着大量楼盘相继入市,许昌楼市的竞争也日趋激烈。可以看到,一些性价比高的楼盘,登记、销售情况比一般楼盘要好。购房者如果此时买房,应多对比,建议选择周边配套成熟、品质有保障、性价比高的项目。

给家做“减法” 生活更惬意

本报记者 毛鸽

随着近日温度的升高,大家都开始归整收纳应季的家居用品。不过,当你发觉自己家中拥有的某些东西其实是一种负担时,不妨果断地给家做些“减法”,丢掉那些累赘,让生活更加惬意。那么,如何做“减法”,来打造一个具有极简主义的家呢?近日,记者采访了阔达装饰首席设计师党妮娜,让她为业主支支招儿。

装饰和装修一定要简单自然

党妮娜告诉记者,给家做“减法”,打造极简主义的家首先体现在家的装饰和装修上,在装饰和装修上都要拒绝复杂而保留原始。不管是什么户型、顶、地、面,尽量不要过多地使用纹样和图案装饰,需要时只用线条、色块来区分和点缀,一些没有功能性的装饰可以统统去掉。

极简主义要求在装修物料方面尽量减少加工,凸显原本的质感。不过,单一色调装饰的居室难免会令人产生视觉疲劳。为淡化枯燥,业主可以铺设小块地毯作为点睛之作,美观又不累赘。此外,装修选材也极为重要,无论是五金龙头还是墙面瓷砖,或者是涂料、木地板等,应尽量选用高品质、绿色环保、易清理的产品。

家具的材质力求绿色环保

党妮娜告诉记者,如果业主要追求极简主义,就要注意不要摆放过多的家具,购买家具时要选择实用的类型。在材质方面,木质家具搭配亚麻

料配饰是很好的选择,既舒适又优雅。购买时尽量整组购买,风格统一简洁。材质的原始质感,集中体现了绿色环保的理念。

党妮娜认为,极简主义爱好者大都有返璞归真的心理境界,追求的是一种舒适的生活,一种生活的品位。家具使用的材料相对简单,但质量要好;选择的家具不需要哗众取宠,普通但不庸俗,风格独立而不盲从。甚至可以把最精致的东西隐藏起来,在关键时刻展示出来,为日常生活带来惊喜。

要重视居室布局与搭配组合

党妮娜告诉记者,给家做“减法”的同时一定要重视居室布局与搭配组合。居室布局讲究开阔贯通,采光性好,亲近自然,更讲究生活的舒适性和绿色环保。业主可选择壁柜或者储物空间的床组,既节省空间,又在视觉上增大了房间面积;还可以选择能够自由组合搭配的桌椅,满足于不同的需求。这种桌椅的好处是可宽可窄、方便、具有多样性的变化,让人和家具处在一个变化的过程中,更能找到适合自己的格局。

另外,把收纳箱中不需要的工具、物品等筛选一下并集中清理,避免反复放置不用的东西。

来吧!动手吧,给自己的家做些“减法”,让家简洁、功能化并且贴近自然。这样才能使人处在一个相对比较舒服的状态,生活也会变得更加惬意。

公告

经平安普惠投资咨询有限公司许昌分公司研究决定,拟注销平安普惠投资咨询有限公司许昌许昌都路分公司、平安普

惠投资咨询有限公司许昌许昌继大道分公司营业执照。

特此公告。

平安普惠投资咨询有限公司
2019年5月30日

禹州市国有建设用地使用权拍卖出让结果公示

(禹自规告字[2019]11号)

经禹州市人民政府批准,禹州市自然资源和规划局于2019年5月28日举办了1宗国有建设用地使用权公开拍卖出让活动,成交1宗,结果如下:

单位:亩、m²、年、万元

编号	土地位置	土地面积 总	净	用途	出让年限	成交价	竞得人
(2019)011	祥云大道南侧	100.00 (66667)	96.48 (64317)	工业用地	50	1879	许昌恒达杭萧建筑科技有限公司

禹州市自然资源和规划局
2019年5月29日