

二三線城商機大 內地茶飲掀「跨界熱」

星巴克開臻選咖啡、酒坊、喜茶賣咖啡、瑞幸賣小鹿茶後、奈雪的茶跨界酒水行業……經歷快速擴張的內地茶飲行業，過去一年屢屢憑「跨界經營」帶動話題流量。內地新式茶飲頭部品牌奈雪的茶聯合商業研究諮詢機構「36氪研究院」發佈《2019新式茶飲消費白皮書》(下文稱《白皮書》)顯示，茶飲、咖啡和酒類行業之間的界限正變得越來越模糊。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

「36氪研究院」院長李曉曉在發佈《白皮書》時表示，2019年中國現製茶飲的潛在市場規模預計將達到500億元人民幣；全國現製茶飲門店數量超過45萬家。

逾八成受訪者愛果茶

「你是否會對新式茶飲店的咖啡、酒飲感興趣？」面對這一問題，78%的受訪消費者的回答是肯定的。《白皮書》認為，這一結果暗示了消費者對於產品多樣性的期待，有利於滿足其變化的、多元的，甚至是隨機的消費需求。有趣的是，雖然在整體茶飲市場中奶茶類飲品銷量最大，但是不論是奈雪還是喜茶，線上銷量前三名均為水果茶。水果茶增速快、增幅大，在1,500名受訪者中，83%的人選擇的茶飲品類偏好是水果茶。

「烘焙+茶飲」成主流

值得關注的是，健康、無糖成為顧客選擇的關鍵詞。《白皮書》中來自奈雪的數據顯示，2019年1月至11月，無糖名優茶系列的銷量比芝士名優茶系列高出0.67%，這也是四年來奈雪的無糖名優茶系列首次在銷量上超過了芝士名優茶系列。香港文匯報記者了解到，無糖名優茶系列包括冷泡茶、純茶和現場製茶，這一數據也表明新式茶飲正逐漸成為年輕人接觸傳統茶的窗口，並且讓越來越多的年輕人愛上了傳統茶。

此外，食物搭配上，「烘焙類食品+茶飲」的主流搭配依然是消費者最偏愛的組合，但配餐選擇燒烤、火鍋和小龍蝦的用戶也分別達到了44%、34%和25%。中國傳統美食與新式茶飲的結合，或許正逐漸成為具有中國特色的新式茶飲消費文化。

男性消費市場潛力足

據《白皮書》數據，目前新式茶飲消費人群常住地分佈中，一線城市、新一線城市、二線城市及三線城市的比重分別為39%、28%、18%及15%。

美團數據顯示，三線及以下城市新式茶飲店比兩年前增加了138%。目前一線城市茶飲門店經營趨於成熟和飽和，茶飲店數量兩年內的增長遠不及其他低線城市。

《白皮書》認為，新式茶飲行業在其他市場的開發和擴張程度明顯不足，例如二、三線城市和男性消費群體。面對品牌間競爭越發激烈，一線城市女性消費者市場逐漸飽和的情況，率先打開後者市場從而獲得先發優勢，對於新式茶飲行業參與者而言十分誘人。



消費者在奈雪工廠選購15米的烘焙長條選購麵包。
香港文匯報記者胡永愛 攝

銷量決定產品去留

「冠軍法棍」「有機麵包」「梅花包」「豹紋包」等7款獲獎的世界冠軍麵包，以及來自14個國家近百款具有代表性的麵包，呈現在奈雪工廠長達15米的烘焙長廊上。

據了解，奈雪從世界各地請來了眾多烘焙大師，如「世界麵包師協會」終身成就獎大師白創仁、2008年「安琪酵母杯」全國麵包技術比賽金獎得主王熊平、2018路易樂斯福麵包冠軍得主李珮華……這些世界冠軍大師帶領百人團隊，在開放式的透明廚房裡，每日手工現做，新鮮出爐。

除烘焙產品外，消費者在奈雪工廠可以品嚐到大師級水平的茶飲和酒水。國際茶文化節五星級茶王得主、非遺項目-茉莉花茶窰製工藝傳承人傅天甫，日本茶藝大師松本幸典等世界茶藝大師坐鎮，在奈雪工廠推出了「宇治玉露」「桂花烏龍」「奈雪初露」等8款冷泡茶。「我本身是很愛喝茶的，今天買了好幾種冷泡茶，茶味濃郁，很清新解膩。」消費者楊小姐表示。

是體驗店 也是產品實驗室

奈雪的茶創始人彭心介紹，之所以命名為奈雪工廠，是希望讓喜歡不同種類烘焙的人在這裡都能找到自己喜歡的產品，帶給消費者如徜徉在美夢中的美好體驗。

在奈雪工廠，消費者可以真切地感受到產品的「新鮮度」，不僅可以看到麵包大師手作現烤的製作過程，也可以知悉每款產品的出爐時間，在麵包最好吃的時刻品嚐。同樣「鮮活」的還有新鮮茶葉展示台，消費者可試飲現場泡製的茶。

此外，奈雪工廠既是研發部的「駐點」，也是奈雪測試所有創意的地方。奈雪產品研發團隊，被前置到了工廠。這些茶飲、烘焙領域的大師，將長期駐店研發新品。

據了解，消費者在這裡不僅能夠品嚐普通門店沒有的美味，也可以擁有決策權，用購買量多寡決定產品延續或淘汰：每月銷量第一名，就會成為奈雪接下來在全國上市的产品。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道



消費者在奈雪工廠選購水果茶系列。
香港文匯報記者胡永愛 攝

新式茶飲 消費人群數據

單位：人民幣

消費人群年齡分佈情況

90後	50%
80後	37%
00後	8%
70後	5%

消費人群常住地分佈

一線城市	39%
新一線城市	28%
二線城市	18%
三線城市	15%

消費人群每月可支配收入

5,000元以下	20%
5,000-9,999元	47%
10,000-14,999元	22%
15,000-19,999元	8%
20,000-24,999元	3%
25,000元及以上	1%

消費者最關注的新式茶飲信息

口感	88%
飲品種類	74%
質量安全	71%

消費者對新式茶飲的價格偏好

14元以下	6%
15-24元	64%
25-34元	28%
34元以上	2%

消費者月平均茶飲消費額

100元以下	6%
100-199元	22%
200-299元	32%
300-399元	30%
400-499元	7%
499元以上	3%

消費者對新式茶飲的美食搭配偏好

烘焙類	73%
燒烤	44%
西餐	39%
火鍋	34%
小龍蝦	25%

■整理：香港文匯報記者 胡永愛

內地部分新式茶飲頭部品牌基本信息

	奈雪的茶	喜茶	CoCo	茶顏悅色	樂樂茶
成立時間	2015年	2012年	2010年	2015年	2016年
初創城市	深圳	江門	台北	長沙	上海
主要品類	茶飲+軟歐包	茶飲	茶飲	茶飲	茶飲+軟歐包
產品單價	19元-33元	22元-32元	7元-17元	11元-22元	19元-29元
單店面積(平方米)	200-400	100-400	20左右	15以上	50-400
線下銷售方式	直營	直營	直營+加盟	直營+加盟	直營
線上銷售方式	外賣+小程序	外賣+小程序	外賣+小程序	外賣	外賣

深圳茶飲店推體驗式消費 消費者人均停留逾2小時

近日，新式茶飲頭部品牌奈雪的茶(以下簡稱奈雪)全球最大門店奈雪工廠在深圳海岸城開業，該店是奈雪全球首家多場景體驗店。1,000平方米的超大空間以極具夢幻色彩的紫色為主色調，設有烘焙、茶飲、咖啡、精釀、西餐、零售、限定產品等15大板塊，消費者可在這裡品嚐到百餘種普通門店沒有的限定產品，成為周末打卡的好去處。

每天下午到晚上的時間，奈雪工廠戶外座位基本全滿，店內人亦很多。香港文匯報記者在現場觀察到，消費者來到這裡，走一圈看看新品、試吃試喝，挑選一些茶飲和甜點，買單後坐下品嚐，再進店欣賞和挑選文創周邊，基本需要兩小時以上。

「我從下午兩點開始排隊，晚上七點多才進店。」開業當天，有女性消費者表示排隊五小時才得以進入奈雪工廠，足以體現其火爆和受歡迎程度。據了解，開業三天，奈雪工廠業績已達百萬

元人民幣。

「我們認為，除了產品剛需，顧客的體驗剛需也十分重要。」奈雪的茶PR高級經理陳詩表示，奈雪的女性顧客很多，她們在這裡呆的時間越久，代表這裡有足夠吸引她們停留的東西。

此次奈雪工廠特設零售產品區，也是奈雪首次在線下佈局「IP文創周邊+定製零食+茶葉茶具」零售。這是繼2018年奈雪在門店推出「禮物store」遊戲區廣受好評後，在新零售領域的再發力。

「心選禮物舖」的零售區，陳列着包裝精美的凍乾草莓酸奶塊零食、滿臉傲嬌的貓咪餐具、晶瑩剔透的獨角獸奈雪女孩杯、以奈雪軟歐包為原型的娃娃機……豐富了店內的娛樂互動式體驗，吸引了眾多女性消費者拍照打卡和購買。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

開業三天業績破百萬

「我從下午兩點開始排隊，晚上七點多才進店。」開業當天，有女性消費者表示排隊五小時才得以進入奈雪工廠，足以體現其火爆和受歡迎程度。據了解，開業三天，奈雪工廠業績已達百萬

元人民幣。

「我們認為，除了產品剛需，顧客的體驗剛需也十分重要。」奈雪的茶PR高級經理陳詩表示，奈雪的女性顧客很多，她們在這裡呆的時間越久，代表這裡有足夠吸引她們停留的東西。

此次奈雪工廠特設零售產品區，也是奈雪首次在線下佈局「IP文創周邊+定製零食+茶葉茶具」零售。這是繼2018年奈雪在門店推出「禮物store」遊戲區廣受好評後，在新零售領域的再發力。

「心選禮物舖」的零售區，陳列着包裝精美的凍乾草莓酸奶塊零食、滿臉傲嬌的貓咪餐具、晶瑩剔透的獨角獸奈雪女孩杯、以奈雪軟歐包為原型的娃娃機……豐富了店內的娛樂互動式體驗，吸引了眾多女性消費者拍照打卡和購買。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

開業三天業績破百萬

「我從下午兩點開始排隊，晚上七點多才進店。」開業當天，有女性消費者表示排隊五小時才得以進入奈雪工廠，足以體現其火爆和受歡迎程度。據了解，開業三天，奈雪工廠業績已達百萬

元人民幣。

「我們認為，除了產品剛需，顧客的體驗剛需也十分重要。」奈雪的茶PR高級經理陳詩表示，奈雪的女性顧客很多，她們在這裡呆的時間越久，代表這裡有足夠吸引她們停留的東西。

此次奈雪工廠特設零售產品區，也是奈雪首次在線下佈局「IP文創周邊+定製零食+茶葉茶具」零售。這是繼2018年奈雪在門店推出「禮物store」遊戲區廣受好評後，在新零售領域的再發力。

「心選禮物舖」的零售區，陳列着包裝精美的凍乾草莓酸奶塊零食、滿臉傲嬌的貓咪餐具、晶瑩剔透的獨角獸奈雪女孩杯、以奈雪軟歐包為原型的娃娃機……豐富了店內的娛樂互動式體驗，吸引了眾多女性消費者拍照打卡和購買。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道

開業三天業績破百萬

「我從下午兩點開始排隊，晚上七點多才進店。」開業當天，有女性消費者表示排隊五小時才得以進入奈雪工廠，足以體現其火爆和受歡迎程度。據了解，開業三天，奈雪工廠業績已達百萬

元人民幣。

「我們認為，除了產品剛需，顧客的體驗剛需也十分重要。」奈雪的茶PR高級經理陳詩表示，奈雪的女性顧客很多，她們在這裡呆的時間越久，代表這裡有足夠吸引她們停留的東西。

此次奈雪工廠特設零售產品區，也是奈雪首次在線下佈局「IP文創周邊+定製零食+茶葉茶具」零售。這是繼2018年奈雪在門店推出「禮物store」遊戲區廣受好評後，在新零售領域的再發力。

「心選禮物舖」的零售區，陳列着包裝精美的凍乾草莓酸奶塊零食、滿臉傲嬌的貓咪餐具、晶瑩剔透的獨角獸奈雪女孩杯、以奈雪軟歐包為原型的娃娃機……豐富了店內的娛樂互動式體驗，吸引了眾多女性消費者拍照打卡和購買。

■香港文匯報記者 胡永愛 深圳報道



茶飲店跨界酒水行業，推行多元化經營。
香港文匯報記者胡永愛 攝