

娃哈哈要开线下奶茶店 但活在奶茶界有点“难”

“没有什么事情是一杯奶茶解决不了的，如果有，就两杯。”这是奶茶成为当代青年生活必需品的缩影，作为饮料界的流量担当，奶茶已成为消费红海，吸引企业与资本布局。近日，一份《娃哈哈天生营养自然好茶合作手册》(以下简称《合作手册》)在网络上流传，称娃哈哈已在2019年12月正式启动该项目的招商加盟，将开设线下奶茶店。

据《合作手册》介绍，加盟娃哈哈茶饮店费用为28万元，奶茶店将以“童年回忆”为亮点，研发约50个单品，以AD钙奶、乳酸爽歪歪、芝士营养快线为三大主打产品，单品价格区间在10元-30元/杯；店面将营造时尚年轻的网红风格，做成“打卡胜地”。

《合作手册》中宗庆后署名的寄语称，“这是娃哈哈的‘第三次创业’”，对此，有网友表示“入局太晚了”，可见，消费者都认为现在奶茶市场已经饱和，在这样的背景下，娃哈哈想要在奶茶界立足并非易事。

■新快报记者 陈思陶



■廖木兴/图

新中式茶饮市场巨大 多家企业及资本入局

奶茶行业更新换代、消费升级的速度不断加快。在粉末阶段，代表产品有香飘飘、优乐美等品牌，后因既不含茶也不含奶被诟病；进入新世纪，奶茶迎来了街头阶段，代表产品有CoCo都可奶茶、快乐柠檬、1点点等奶茶连锁店，产品以茶末和茶渣做基底茶，还添加了鲜奶，因改善了奶茶口感而受到广泛追捧；随着技术迭代升级，新中式茶开始流行，代表产品有奈雪的茶、喜茶、八波茶等，产品使用专业设备精萃优质茶叶，并配以奶盖、水果或芋圆、珍珠、布丁等小料。

随着奶茶同步升级的是奶茶的火爆，从“小卖部买一杯5元的香飘飘”到“排队3小时喝一杯30元的奶茶”已不是新鲜事，据艾瑞咨询数据显示，2018年我国现制饮品门店数已经超过45万家，新中式茶饮市场规模超过900亿元。

同时，多家资本加入奶茶行业，据公开资料统计，2018年至2019年上半年，新中式茶饮的融资至少有15起，规模较大的有2018年3月，奈雪的茶完成数亿元A+轮融资；2018年4月，喜茶完成了4亿元B轮融资；2019年4月，乐乐茶完成2亿元Per-A轮融资。

在此热潮下，娃哈哈并非首家试水奶茶店的知名品牌，2019年4月，王老吉推出了荷叶嘟嘟奶茶和青蔗脆脆鲜奶两款奶茶，主打健康养生；同年5月，大白兔在上海开了第一家奶茶店，成为新晋网红店，报道称“排队4个小时，均价20元的奶茶炒到了500元”；7月，瑞幸咖啡宣布推出小鹿茶系列；8月，蒙牛也开出第一家奶茶店南小贝。记者了解到，娃哈哈曾在2017年在杭州某购物中心里搭建过留存48小时的快闪茶饮店，“谁喝谁可爱的AD奶盖”“果茶阿润”蜜桃乌龙茶等产品依托娃哈哈的经典产品和新产品制作，受到消费者好评。这样看来，随着越来越多企业、品牌涉足奶茶行业，娃哈哈再次启动、加码奶茶店实属情理之中。

奶茶店存活率低 同质化严重且山寨横行

奶茶行业火热，但开奶茶店并不容易，实则“九死一生”。记者通过天眼查发现，在近5年国内成立的经营范围为奶茶的企业达67000多家，至今吊销及注销超过14000家。而据美团点评数据显示，从2016年下半年开始，饮品店关店数量开始超过开店数量，2017年上半年饮品店关店数量是开店数量的1.3倍；艾媒咨询数据则指出，2017年中国奶茶店存活率仅为18.8%，不足两成。

由于缺少壁垒、门槛较低，奶茶行业同质化竞争严重；而且网红奶茶品牌诞生后，山寨店铺随之而来，但对消费者而言，区分辨识正品与山寨并不容易。山寨店不仅抢夺正品的销售额，还在服务、品控等方面消耗正品形象。如金尚喜茶、壹燄一点点、花样仿冒的鹿角巷等，已成为“常态”。壹燄一点点店内装修、菜单、价格与正品一点点几乎一模一样。喜茶最初叫“皇茶”，由于品牌名无法获得注册，在不受法律保护的情况下，山寨店泛滥，随后创始人聂云宸花费70万元购买“喜茶”商标，启用了全新品牌名，但时至今日，天眼查显示其商

品牌奶茶店谋求海外发展 门店设计也成竞争亮点

奶茶行业竞争激烈，部分品牌将目光放到海外市场，实现了盈利。如在国内热度下降、被山寨店干扰的鹿角巷，在海外开出超过400家直营门店，遍布各大洲主要国家和城市。据鹿角巷中国区负责人赵越超透露，日本目前有30多家门店，单店平均每个月都能做到百万营业额，由于商标不存在问题，海外市场环境相对稳定，消费者品牌忠诚度相对较高，鹿角巷海外80%-90%的门店处于盈利状态。

此外，除了在原材料及制茶工艺

标侵权诉讼多达30余起。

天河棠下某大学毕业两年的奶茶店创业者郁同学表示，因为看好茶饮行业的发展前景所以选择入局，但是由于创业初期资金不够，达不到某网红品牌店要求，便选择了一个名字与其相似的品牌。他表示，加盟前了解到的信息是奶茶店比较暴利，传统珍珠奶茶的毛利率高达90%，鲜果制作的果茶毛利也能达到70%以上。但由于附近大大小小的奶茶店多达数十家，他的店铺销量并不乐观。

喜茶、奈雪等新中式茶饮占领头部市场，各品牌正品、山寨仍在“大乱斗”，不断拓展门店数，此时娃哈哈开奶茶店，也将面临市场、管理等多方面的挑战。根据招商证券估算，实际上新中式茶饮单店的净利率约为11%，新中式茶饮的坪效虽然更高，但无论是毛利率还是净利率，仍与星巴克有一定差距。而被称为“中国奶茶行业第一股”的香飘飘的董事会秘书勾振海也曾表示，奶茶线下门店背后设计系统、管理运营机制要求很高，可能三五年甚至10年并不一定能赚大钱。

方面升级以吸引消费者，门店设计创新也能增加奶茶生命力。随着奶茶产品高端化发展，门店设计格调为消费者所看重，一如星巴克等咖啡店营造的门店氛围，安静、舒适的设计风格更受青睐；同时，随着奶茶口味同质化，装修精致、有创意的店面往往更具人气，如喜茶PINK主题门店打造粉色空间，并在产品中添加粉色元素；或根据不同的城市、不同的风物，开设山外山、山溪涧、云游等主题DP店，成为消费者享受茶文化的新空间。

展望

全棉时代 幼儿被芯质检不合格

新快报讯 据上海市市场监督管理局官网2019年12月31日发布的上海市床上用品产品质量监督抽查结果显示，抽检的31批次产品中有2批次不合格，其中包括全棉时代幼儿被芯·春秋款。

涉事产品标称由深圳全棉时代科技有限公司生产，主要不合格项目为pH值。根据国家安全标准规定，A类婴儿（36个月以内的婴幼儿）用品的pH值为4.0-7.5，内衣、床品等B类直接接触皮肤的纺织品的pH值为4.0-8.5，窗帘等C类不直接接触皮肤的纺织品的PH值为4.0-9.0。上海市市场监督管理局称，人体皮肤呈弱酸性，纺织品pH值过高或过低，都会破坏皮肤的平衡和抵抗能力，从而引起皮肤过敏或者诱发感染导致病菌侵入，甚至引发皮炎等症状。（陈思陶）

广州点都德 在上海开设首家德小馆

新快报讯 近年来，越来越多的粤菜连锁餐饮出走广东，开拓全国市场。2020年1月1日，点都德在上海开设旗下年轻化副牌“德小馆”首店。据悉，在门面上，德小馆融合更多时下流行元素；菜品上，主打精致粤式料理。

2019年3月，点都德进入上海市场，目前已开出了6家门店。点都德方面表示，上海是点都德走出广东的第一步，因为上海消费者对粤式饮食文化的接受度高。（陈思陶）