

# 蜜雪冰城低价加盟扩张太疯狂

## 最近90天内新开了1928家店,单店日售400杯才勉强保本

### ● 门店诸多问题被曝出

同丽在苏州的蜜雪冰城加盟店3年合同即将到期,最近急着将店里的制作设备都转让出去,“准备续约了”。

蜜雪冰城官网的加盟信息显示,加盟模式是单店加盟,需要客户全资运营。省会城市每年加盟费是1.1万元,加上装修、设备采购等,预计启动资金至少需要37万元。有加盟商曾算了一笔账,自己包括加每个月的硬性成本就有7万元,单店单日营收至少要有2400元才能保本。

“按6元一杯的客单价来算,一天至少要卖400杯,才能不亏。”该加盟商表示。极海品牌监测数据显示,蜜雪冰城的门店密度(每1000米以内的门店密度)为53.05%。门店多,也摊薄了单店的销售量。很多和同丽一样的蜜雪冰城加盟商已决定关店止损。极海品牌监测的数据显示,截至7月2日,蜜雪冰城关店数量高达2134家。

对新手茶饮店来说,原材料采购是开支大头。难赚钱,不赚钱,很多加盟商开始在原材料上“节流”。

在黑猫投诉平台上搜索“蜜雪冰城”四个字,有2897条

内容,大都在反映产品卫生问题,比如“在饮品里喝出异物”“有大量黑色絮状物”“吃出苍蝇”等。

食品安全,是新式茶饮品牌心中的“痛”。除了蜜雪冰城近年来不止一次地被曝出过食品安全负面情况,对此,蜜雪冰城的对策就是罚款。有加盟商表示,除了在店内安装多个摄像头以管控之外,蜜雪冰城总部会不定期派人到店巡视,店内有食品超过有效期就会被罚款2000元。

但从层出不穷的问题被曝出来看,这种方式收效甚微。

在闲鱼挂了一周无人问津后,同丽默默地将自己八成新的全套设备标价改成999元。他原先的标价是1万元。作为处理闲置物品的APP,记者在咸鱼上以“奶茶设备”为关键词进行搜索发现,二手奶茶设备几乎是每分钟为单位作为商品发布出来。其中,既有自创品牌的“杂牌军”,也有品牌加盟大军。

在行业疯狂内卷的背后,不断有人进来,也不断有人被迫退场,或是寻找新的市场和赛道。

### ● 掉队进军东南亚市场

从今年2月喜茶宣布降价开始,乐乐茶、奈雪的茶紧跟其后宣布大幅降价。与此同时,同仁堂、中街、中国邮政等各路巨头也开始跨界分羹,都相继开出茶饮店。

朱丹蓬分析称,自2021年以来,国内新式茶饮行业就已经进入了高度同质化的红海阶段,奶茶产品的差异化程度不高,推广模式、门店运营及引流

的同质化,都让整个行业进入了严重内卷的周期。中国连锁经营协会新茶饮委员会发布的《2021新茶饮研究报告》显示,2020年新茶饮增速为26.10%,2021-2022年增速下降为19%左右,而预测未来2-3年,增速将调整为10%-15%。

面对增速变缓的现状,大多数头部新茶饮品牌已告别“跑马圈地”,转而通过精耕细作的方式进行精细化运营,又或是通过

投资和跨界,寻求新的增量。海外市场,是多个品牌瞄准的下一赛道。

6月8日,为蜜雪冰城提供品牌咨询服务的华与华营销咨询有限公司董事长华彬在社交媒体上发文,表示蜜雪冰城海外门店已突破1000家。相比喜茶、奈雪等高端新式茶饮品牌热衷的新加坡、日本等发达国家,蜜雪冰城的海外门店更爱“东南亚”的发展中城市。其中,越南和印尼是蜜雪冰城在海外发展势头最猛的地方。

相比喜茶、奈雪的茶海外拓展不顺,进度缓慢,蜜雪冰城的“出海之路”似乎顺利,是否成功还有待观察。据《河南日报》6月14日报道,蜜雪冰城目前在印尼和越南两国市场的门店已超过500家,占据半数海外市场。

这次,蜜雪冰城同样靠着两大法宝:低售价、加盟店模式。



视觉中国供图

### ● 开店扩张速度太疯狂

蜜雪冰城,始于1997。

在天河区一家蜜雪冰城的门店内,记者看到店内贴着一张纸,上面写有该店的加盟编号。加盟,是蜜雪冰城的“致富密码”。2007年,蜜雪冰城首次对外开放了加盟权限。2014年,蜜雪冰城完成了从研发、生产到仓储物流的整套供应链的搭建,门店数也突破了1000家。自此,蜜雪冰城踏上了以“千”为单位的扩张速度。

专注连锁门店的极海品牌监测数据显示,最近90天内,蜜雪冰城新开了1928家店,截至7月2日,最新在营门店数为21179家。在极海品牌监测的50家新式茶饮品牌中,门店数量超过1000家的只有10家,蜜雪冰城一家所开的门店抵得上剩下9个品牌门店总数的一半。

壹览商业的统计数据也能佐证,今年前五个月,蜜雪冰城新开门店数量为844家,是第二名茶百道、第三名沪上阿姨的近两倍。虽然因统计口径不同,不同监测平台统计出的结果有所不同,但蜜雪冰城最近一两年的“疯狂大跃进”却是不争的事实。

相比之下,新茶饮头部品牌奈雪的茶和喜茶,今年前五个月仅新开91家和13家门店,截至今年5月底,两家门店总数均不足千家,分别为908家和865家。这意味着蜜雪冰城几个月所开的门店,比得上奈雪的茶、喜茶奋斗多年的结果。

中国食品分析师朱丹蓬分析称,蜜雪冰城主打的是低价策略,这在中国的三、四、五、六线城市,其实还有比较大的扩张空间。对于蜜雪冰城来说,它在最近一两年大幅加快开店速度,主要是为了在短时间内快速建立起

品牌优势和规模优势。

便宜,似乎是蜜雪冰城的吸引力法则。记者在蜜雪冰城的门店售价单上可以看到,一杯中杯的芝士奶盖红茶只需8元。而在其他的新式茶饮店,涉及芝士类的饮品通常都不会少于12元。

“蜜雪冰城的饮品口感肯定是不如奈雪、喜茶这些的,毕竟价格摆在这里,有好几款都是很明显能喝出来是粉冲剂。但这么便宜,还要什么口感。”蜜雪冰城的常客瑞瑞告诉记者。瑞瑞表示,在广州番禺大学城,几米内就有两家蜜雪冰城,平时生意都很好,经常排队。“学生还是很喜欢蜜雪冰城的,售价低,对口感要求也没那么高”。

消费者爱低廉,但这样的售价,蜜雪冰城应该是不亏的,加盟商也不亏吗?



文/图 羊城晚报记者 杭莹

一次“黑化”,微博热搜榜第一,5.4亿微博话题阅读量。蜜雪冰城已经是当之无愧的行业营销王者。

6月中旬,先是网友发现蜜雪冰城的雪王化身“黑球”,白白胖胖的雪王在外卖平台、微信公众号以及抖音号的头像乃至线下门店的形象都变成了黑雪王。不知有心还是无意,在部分外卖APP和微博头像没有变化,面对网友质疑,蜜雪冰城的回应是“用了防晒”和“还在日光浴中”。

究竟为什么变黑呢?是因为大本营郑州近期的连续高温玩一波梗?吊足眼球后,日前蜜雪冰城官方公布了正确答案:“变黑的真相只有一个,雪王去桑葚园摘桑葚被晒黑了”。这再次将话题热度推向高潮。随即,当晚蜜雪冰城就推出了两款桑葚新品。

一环接一环,蜜雪冰城深谙营销之道。毕竟隔壁同样推出了桑葚新品的喜茶就没能玩出蜜雪冰城的高度。



广州街头随处可见蜜雪冰城门店



# A股上半年IPO融资称雄全球

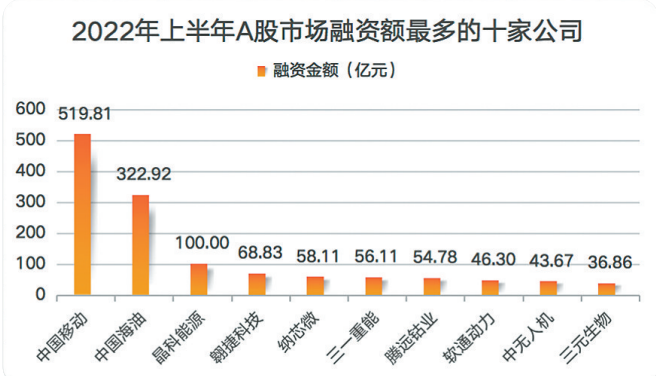
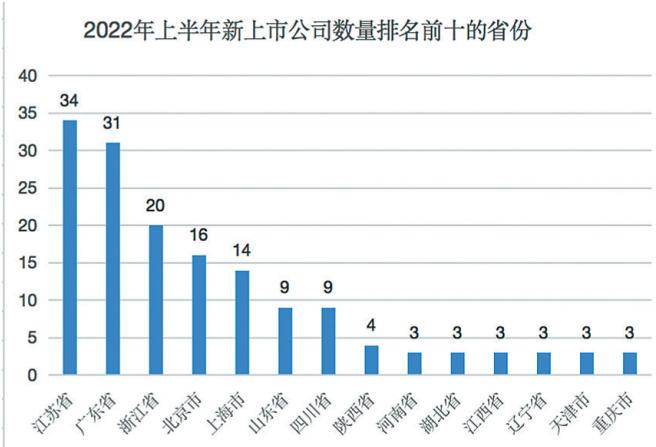
## 171家企业成功上市,募集资金3119.37亿元

文/表 羊城晚报记者 丁玲



上市板块	上市企业数量(家)	融资金额(亿元)	平均融资金额(亿元)
主板	30	1064.31	35.48
创业板	68	871.17	12.81
科创板	54	1155.56	21.40
北交所	19	28.33	1.49
总数	171	3119.37	18.24

### A股上半年融资规模最大



### 新闻链接

## 856家公司正申请A股上市

展望下半年,业内普遍预计A股新股市场将持续增长。数据显示,目前共有856家公司正在申请于A股上市,主要是科创板和创业板。从行业来看,信息技术、媒体及电信业和工业制造占上市申请总数的71%。

存量待审项目中,拟募资净额达到50亿元的企业共有12家,目标科创板的有7家,主板4家,创业板1家。拟募资额最高的是科创板待审新股先正达,计划募资达650亿元,目前处于问询回复阶段,有望于今年下半年登录科创板。公开资料显示,作为世界农业科技巨头,先正达由先正达植保、先正达种子、先正达中国 and 安道麦四个业务单元构成,目前已完成三轮问询,等待上市委会议审议。(丁玲)

在全球IPO业务低迷之下,A股市场风光独好。今年上半年,A股市场IPO不论是数量还是融资金额,均超过全球其他各大资本市场。同花顺ifind数据显示,今年上半年,美国纽约证券交易所共有17家公司募资252亿美元;美国纳斯达克共有104家公司募资851亿美元;香港证券交易所共有27家新上市公司,募资金额为168亿美元。与此同时,A股市场则有171家企业成功上市,募集资金总额达3119.37亿元。

另以融资金额计算,上海证券交易所、深圳证券交易所更是成为全球第一大、第二大上市目的地,融资金额分别达2105亿元、986亿元。复盘上半年A股市场IPO业务表现,在上市公司队伍量价齐升的同时,还有哪些亮眼表现?羊城晚报记者为您一一梳理。

多重因素影响之下,全球IPO市场在去年IPO数量和融资金额双双创下历史新高后迅速冷却,许多企业的上市计划被迫推迟。据毕马威统计,今年上半年全球IPO融资金额同比下降近六成,IPO家数同比减少四成。

从全球来看,只有亚太地区的IPO募资额较去年同期有所增加,升势主要受A股带动。A股也因此成为今年上半年全球IPO融资金额最大的市场。以融资金额统计,上交所和深交所分别成为今年上半年全球亚军融资地,总募资额占全球近一半。

同花顺ifind数据显示,截至6月30日,今年上半年A股IPO 171只新股融资3119.37亿元,而去年上半年有259只新股融资2139.94亿元。虽然今年上半年上市企业数量减少三成,但融资规模上升46%。

### 超九成企业属战略新兴产业

具体来看,工业及材料以64只成为新股最为集中的行业,募资金额为774亿元;紧随其后的是信息技术及电信服务,共有58只新股,融资金额达1537亿元。此外,医疗和医药、消费行业也表现不俗,分别有22只新股融资298亿元、22只新股融资161亿元。

从上市企业所在地来看,新上市企业主要来自对科技创新企业支持力度大的省份,江苏省以34只新股融资421.16亿元排名首位,广东则以31只新股融资352.49亿元位列第二,此外,浙江省、北京市、上海市新上市公司也都超过了10家。

以广东省为例,科创板和创业板占据新上市公司的七成,其中创业板12家、科创板10家。对此,业内人士认为,除广东本身科技实力强、战略性新兴产业发展好外,还因为广东省在政府支持科技发展上一贯不遗余力,除科技财政支出外,广东省政府通过辅导、补贴的方式鼓励企业登陆科创板,力度也比较强。

羊城晚报财经评论员 戚耀琪

财经辣评

# 国际豪华车企份额被碾压 该低姿态学习自主品牌了

最近,理想汽车L9上市,李想一句“这是500万元以内最好的家用旗舰SUV”,网友对自主新势力的欢呼再一次达到了高潮。在新能源赛道中,5月销量前15名的车型都是国内品牌,传统豪华品牌电动车可谓一片寥落,继续成为国人笑柄的对象。

要说国际巨头彻底风光不再,这只是站在本土逼退国外产品的一种幻觉。因为欧美日车企发展上百年,并非一群互联网资本短期能取代的。只看股价的话,也会忽视生态的多样性。目前欧美企业中国市场的

新能源业务,是因为其思维惯性强大,过分倚重长期赚钱的燃油车造成的。2021年,宝马、奔驰、奥迪三家的销量分别达到了84.6万辆、75.88万辆、70万辆,在燃油车的销量和份额纷纷超过本田、通用等合资车企。所以不愿意在变动性更强、更迭率更高的新能源车上市试错。

欧美车企尤其是豪华车企企业在新能源领域的相对衰落,一开始就已经占领技术高地。因此随着其产品价格低

端化、平民化之后,依然能保持技术的优势。那么新进的科创板和创业板上市主力板块的推动下,下半年的新股发行将有望提速,预计全年A股市场IPO企业数量将达330-380家,全年融资额有望再创新高,达到5600亿-6350亿元。(丁玲)

# 华泰柏瑞中药疫苗ETF双双获批

近日,国内首批疫苗ETF、中药ETF创新亮相。其中,华泰柏瑞中药ETF与生物科创板ETF、中证中药ETF双双获批。这是继前期发行沪深深创新药ETF、医疗保健ETF之后,华泰柏瑞基金在生物医药细分赛道上的又一次前瞻布局。华泰柏瑞基金表示,新获批

的中证中药ETF、国证疫苗与生物科技ETF,代表了一个相对差异化、特色化的投资逻辑和发展方向,不仅具有长期投资价值,而且能够给投资者提供不同的产品选择,力争打造覆盖生物医药赛道全领域的细分主题产品体系。(杨广)